

Informe de  
**CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO**  
2017



*Tú, nuestra razón de ser*



# Índice\_

## 1. REIVINDICANDO EL PAPEL DE LA SALUD PARA FORTALECER NUESTRO MODELO DE NEGOCIO

Presidente  
CEO Director General Ejecutivo

## 2. CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

La Corporación

## 3. ¿QUIÉNES SOMOS?

Calidad Pascual  
Nuestro modelo de empresa

## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

Aprovisionamiento  
Producción  
Logística  
Distribución y ventas  
Consumo

## 5. ¿CUÁL ES EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE NUESTRA CADENA DE VALOR?

Resultados del estudio de impacto socioeconómico

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?

La escucha y el diálogo con los grupos de interés  
La calidad y la excelencia  
La innovación  
Nuestro equipo humano  
Respeto por el medio ambiente  
Desarrollo social  
Nuestras alianzas

## 7. OTRAS EMPRESAS DEL GRUPO

La Quinta Grupo Inmobiliario

## 8. ANEXOS

Acerca de este informe  
Rendición de cuentas ante los grupos de interés  
Calidad Pascual y los Objetivos de Desarrollo Sostenible  
GRI Standards  
Pacto Mundial  
<IR>  
Requerimientos del Real Decreto-ley de información no financiera

# 01. REIVINDICANDO EL PAPEL DE LA SALUD PARA FORTALECER NUESTRO MODELO DE NEGOCIO

Desde Pascual, queremos trasladar nuestra visión integral de la salud a todos los grupos de interés y en toda la cadena de valor. Con esta visión, seguiremos trabajando para satisfacer las necesidades de nuestros consumidores a través de productos de calidad y saludables y para impulsar el bienestar de nuestros empleados, proveedores, clientes y la sociedad en su conjunto, lo que repercutirá en nuestro posicionamiento y la salud del negocio.



## 1. REIVINDICANDO EL PAPEL DE LA SALUD PARA FORTALECER NUESTRO MODELO DE NEGOCIO



### “Una economía, un sector y una compañía más saludables”.

#### Presidente\_

El **entorno socioeconómico**, a pesar de las actuales tensiones políticas internas y externas, va paulatinamente recuperándose. Por tercer año consecutivo la economía española ha crecido a un ritmo alentador permitiendo que la recuperación del consumo se convierta en un hecho. Un mercado que crece tanto en valor como en volumen y en ambos canales de alimentación y de hostelería.

El futuro del gran consumo está marcado por **grandes tendencias**. Nos encontramos ante un consumidor y un ciudadano digital, híper conectado, que busca la omnicanalidad y quiere relacionarse directamente con las empresas, participar en sus decisiones y valora la transparencia. Ávido igualmente de innovación en su sentido más amplio, no solo en productos, sino también en procesos, canales, gestión... Un ciudadano que demanda modelos de crecimiento sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.

Sin embargo, siguen existiendo algunos desequilibrios en nuestra economía. Por un lado, la demografía de un país progresivamente envejecido, lo que previsiblemente tendrá un fuerte impacto tanto en las pensiones como en el gasto sanitario. El paro sigue constituyendo un problema sistémico que frena la competitividad de nuestra economía y es fuente permanente de conflictividad social. Y, asimismo, seguimos siendo uno de los países más endeudados con el exterior.

En Calidad Pascual **hemos dado lo mejor de nosotros**, hemos trabajado muy duro para que nuestros consumidores, clientes y resto de grupos de interés sigan confiando en nuestras personas y en nuestras marcas. Este es un compromiso adquirido desde hace muchos años con millones de familias a las que no podemos defraudar y gracias a cuyo impulso nos levantamos cada día para ofrecer productos y servicios innovadores y de la más alta calidad. Contamos con una nueva estructura organizativa y unas metas estratégicas claras para el año 2020. Estamos en el momento justo para despegar. Tenemos que aprovechar esta oportunidad.

**Respondiendo a los desafíos del sector**, en 2017 hemos desarrollado proyectos de **innovación abierta y colaborativa**, como la segunda edición de Pascual Startup. Y ha surgido una nueva herramienta de innovación y colaboración con todos los empleados a través de Pascual Startup Intraemprendimiento, con más de 400 ideas recibidas que seguro se traducirán en valiosos desarrollos para la compañía.

Calidad Pascual sigue mostrándose sensible a las **demandas de la sociedad**, como se demostró en el mes de febrero en el X aniversario del Instituto Tomás Pascual abordando un asunto fundamental en los próximos años: la economía circular, basada en reducir, reutilizar y reciclar. Hemos seguido avanzando en nuestro plan de impacto medioambiental y, socialmente, la compañía ha alcanzado acuerdos con cuatro grandes entidades: Caritas, Fundación ONCE, Banco de Alimentos y Cruz Roja. Además de lanzar la segunda edición del concurso proyectos sociales “Está en tu mano” o celebrar el reconocimiento a nuestra labor integradora con la obtención en noviembre del Premio Reina Letizia de Promoción de la Inserción Laboral de Personas con Discapacidad.



Tú, nuestra razón de ser

## 1. REIVINDICANDO EL PAPEL DE LA SALUD PARA FORTALECER NUESTRO MODELO DE NEGOCIO



### “Una economía, un sector y una compañía más saludables”.

#### Presidente\_

Desde la perspectiva del **gobierno corporativo**, en 2017 nuestra compañía ha acometido una adaptación de su Modelo de Empresa, en concreto, con la aprobación de las nuevas Políticas del Consejo: Fiscal Corporativa; de Control y Gestión de Riesgos; de Cumplimiento y de Responsabilidad Social Corporativa. Junto con nuestra visión, misión, los cinco valores de Pascual y nuestro Modelo y Sistemas de Gestión, estas políticas conforman nuestra identidad, la esencia de lo que fuimos, de lo que somos y de lo que aspiramos a ser.

En 2017, Pascual también ha potenciado la función de **responsabilidad social corporativa y la gestión ética** del negocio. Hemos creado la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de Pascual dependiente del Consejo de Administración. Siguiendo los estándares del Código de Gobierno Corporativo de Sociedades cotizadas, su rol es el de velar por el cumplimiento de la política de RSC recién revisada, tanto en el seguimiento del impacto social de la compañía como en el despliegue del modelo de gestión responsable en nuestra forma de hacer negocio.

Asimismo, la compañía ha creado la **Dirección de Gestión Ética, Responsable y Excelente** en dependencia directa mía, en calidad de CEO de la Corporación Empresarial Pascual y presidente de Calidad Pascual. Además, este nuevo departamento rinde cuentas a la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa como impulsora de la política de RSC desde el Consejo de Administración.

Y, para acabar, un elemento clave que merece destacarse en nuestro desempeño anual. Según reza nuestra misión, estamos comprometidos en satisfacer las necesidades de los consumidores ofreciéndoles **salud, nutrición, calidad de vida y bienestar**. Pero no solo en nuestra relación con los consumidores. Gracias a nuestro programa **Pascual Saludable** hemos realizado avances en 2017 para implantar el concepto de salud en los distintos eslabones de nuestra cadena de valor y con todos los grupos de interés: clientes, empleados, proveedores... Esta es una línea estratégica en la que seguiremos ahondando en 2018.

“Una empresa vale lo que valen sus personas”. Eso decía mi padre y yo lo comparto plenamente. Con el nuevo equipo que hemos conformado llega el momento de mirar hacia adelante, de volver a crecer, de apostar por el horizonte 2020. Estamos en un inmejorable momento para dar un gran salto. ▶

**Tomás Pascual Gómez-Cuétara**  
Presidente de Calidad Pascual



*Tú, nuestra razón de ser*

## 1. REIVINDICANDO EL PAPEL DE LA SALUD PARA FORTALECER NUESTRO MODELO DE NEGOCIO



### “La salud del negocio con miras a 2020”.

#### CEO Director General Ejecutivo\_

En Calidad Pascual tenemos definida una clara ambición, **recuperar el orgullo y el reconocimiento del liderazgo, volviendo a crecer de forma sostenida y rentable**. Para ello, hemos definido seis metas estratégicas en nuestra hoja de ruta a 2020 cuyas bases hemos asentado a lo largo de 2017.

Y me gustaría empezar por las **personas**. Hemos logrado construir un equipo único. Tenemos un nuevo Comité de Dirección de Calidad Pascual, que mira hacia un mismo horizonte. Un equipo capaz de llevarnos hasta la cima y hacer realidad nuestro plan 2020.

Calidad Pascual cuenta con una nueva estructura capaz de impulsar la innovación y la excelencia en cualquier rincón de la compañía. Somos un gran equipo. Hemos construido, además, un entorno inspirador, transversal y colaborativo. Con la inauguración de las oficinas centrales, el nuevo comedor en Aranda, la nueva delegación en Torrejón... y ¡esto es solo el principio! ¡El **#MovimientoPascual** no ha hecho más que empezar!

En Pascual tenemos talento. Hemos obtenido el reconocimiento como una de las 10 mejores empresas para trabajar, según Great Place to Work. Además de alcanzar el nivel de excelencia como Empresa Familiarmente Responsable. Y lo hemos conseguido porque creemos firmemente en ello.

Otra de estas grandes metas es la de **enamorar al consumidor** a través de nuestras marcas y con una clara orientación hacia los hábitos de vida sanos. Para ello, hemos identificado tres grandes territorios de consumo. El desayuno nutritivo, destacando el hito de Leche Pascual de ofrecer leche cien por cien certificada en bienestar animal. En segundo lugar, el snacking saludable, donde nuestras marcas Bifrutas, Vivesoy y Mocay juegan un papel relevante. Y, por último, la hidratación saludable, principalmente con iniciativas a través de nuestra marca Bezoya.

Otra meta estratégica es conseguir la **admiración de nuestros clientes**. Nuestro objetivo es ser proveedores clave que aporten propuestas de valor a sus negocios. Por un lado, con nuestra apuesta por la hostelería, aprovechando para expresar el agradecimiento a nuestros partners de distribución del proyecto Diversia con los que seguimos creciendo juntos. Y por otro, al asegurar una excelente distribución y visibilidad de nuestros productos en los supermercados para asegurar el crecimiento futuro.

Es igualmente nuestra ambición seguir avanzando en el **negocio internacional**. Nuestros productos, principalmente el yogur, con la base de los mercados africanos y asiáticos, serán la plataforma del éxito. ▶



*Tú, nuestra razón de ser*

## 1. REIVINDICANDO EL PAPEL DE LA SALUD PARA FORTALECER NUESTRO MODELO DE NEGOCIO



### “La salud del negocio con miras a 2020”.

#### CEO Director General Ejecutivo\_

- ▶ En cuanto al eje de **competitividad**, hemos seguido trabajando duro para lograr la deseada eficiencia en nuestras operaciones, de forma que seamos capaces de liberar recursos para invertir en nuestras personas y en nuestras marcas.

En el aspecto **medioambiental**, Calidad Pascual es la primera empresa alimentaria en inscribir su huella de carbono en el registro del Ministerio para la Transición Ecológica y tenemos otras muchas iniciativas relevantes, que generan impacto, como la movilidad sostenible.

Y, por último, en materia de **calidad**, Calidad Pascual ha definido los planes y las inversiones que se abordarán en los próximos años para garantizar un producto diferencial en el mercado, de gran calidad en todos los sentidos; reforzando de esta forma nuestra propuesta de valor al consumidor.

En 2017 hemos sentado las bases del éxito, iniciando el camino hacia la cumbre, con un equipo capaz de afrontar y liderar los retos. Y hemos **mejorado nuestro entorno físico y emocional** para que nuestras personas den lo mejor de sí mismas. Con la **salud** como bandera en la relación con nuestros grupos de interés. Y con la salud del negocio cada vez más robusta para permitirnos avanzar en nuestros retos 2020.

Acabo volviendo a nuestras personas. En junio, más de mil empleados nos reunimos en una histórica e inolvidable **convención** donde compartimos la pasión y la ilusión de construir juntos nuestro futuro. Estamos preparados para dar lo mejor y conseguir nuestras metas.

**José Luis Saiz**  
CEO Director General Ejecutivo de Calidad Pascual



*Tú, nuestra razón de ser*



# 02.

## **CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL**

Corporación Pascual ofrece un concepto de calidad a sus consumidores cada vez más amplio y global, que va más allá del desarrollo de productos saludables de calidad. Trabajamos para aportar valor y calidad a la vida de las personas.





## La Corporación\_

**Corporación Pascual**, marca de liderazgo que representa el espíritu y la vocación de una familia empresaria, es un holding formado por varias empresas pertenecientes a los sectores de alimentación y bebidas, construcción e inmobiliario.

Las principales empresas del grupo son:

- **Calidad Pascual**, empresa insignia de la Corporación con un amplio portfolio de marcas de alimentación y bebidas, cuya razón de ser se basa en la calidad, lo que nos permite estar cada vez más cerca de los consumidores.
- **La Quinta Grupo Inmobiliario**, perteneciente a la sociedad Kampinas, se dedica a la promoción inmobiliaria y a la prestación de servicios relacionados con el sector turístico en la Costa del Sol.





# La Corporación\_

## Órganos de Gobierno<sup>1</sup>

En Corporación Pascual contamos con una serie de órganos de gobierno que impulsan la gestión ética y responsable en la organización.



Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Personas.

Comisión de Responsabilidad Social Corporativa.



Comité de Estrategia y Crecimiento.



Comité Inmobiliario.

## Consejo de la Corporación Empresarial Pascual

**Dña. Pilar Gómez-Cuétara Fernández**  
[Presidenta]

**D. Joaquín Moya-Angeler Cabrera**  
[Vicepresidente]

**D. Tomás Pascual Gómez-Cuétara**  
[Consejero Delegado]

**Dña. Pilar Pascual Gómez-Cuétara**  
[Consejera]

**Dña. Sonia Pascual Gómez-Cuétara**  
[Secretaria del consejo]

**D. Borja Pascual Gómez-Cuétara**  
[Consejero]

**D. Joaquín Uriach Torelló**  
[Consejero]

**D. Antonio Urcelay Alonso**  
[Consejero]

**D. Antonio Castañeda Camarero**  
[Vicesecretario No Consejero]

**D. Emilio Martín González**  
[Letrado Asesor]



Máximo órgano de administración y representación de la Sociedad.

Definir la estrategia Corporativa.

Control de la gestión.



6 veces al año.





# La Corporación\_

## Órganos de Gobierno<sup>1</sup>

Además de consejeros dominicales e independientes, nuestros órganos de gobierno cuentan con sistemas de evaluación y gestión que garantizan un adecuado desempeño. En 2017 destaca la creación de la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa, responsable de la supervisión y seguimiento de la estrategia y políticas de RSC, así como de los procesos de reporte y diálogo derivados.

### Comisión de Auditoría y Cumplimiento

**D. Joaquín Moya-Angeler Cabrera**  
[Presidente]

**D. Antonio Castañeda Camarero**

**D. Javier Colomina Pérez del Río**

**D. Emilio Martín González**  
[Secretario]

Invitados permanentes:

**D. Konstantin Sajonia-Coburgo**

**D. César Bardají Vivancos**



Información Financiera.  
Auditoría Externa de Cuentas Anuales.  
Auditoría Interna.  
Cumplimiento.  
Riesgos.



6 veces al año.

### Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Personas

**D. Joaquín Uriach Torelló**  
[Presidente]

**D. Antonio Urcelay Alonso**

**Dña. Pilar Pascual Gómez-Cuétara**

**D. Emilio Martín González**  
[Secretario]

Invitados permanentes:

**Dña. Laura González Molero**



**Consejo:** supervisar cumplimiento reglas de Gobierno Corporativo.  
**Consejeros:** definir y evaluar competencias, conocimientos y experiencias necesarios para el perfil de consejeros.  
**Alta Dirección (contratos especiales):** informar sobre propuestas de nombramiento y separación y condiciones básicas de sus contratos.  
**Personas, Talento y Políticas de RRHH:** políticas retributivas, planes de incentivos, etc.



4 veces al año.



Tú, nuestra razón de ser

<sup>1</sup>Miembros de los órganos de gobierno a 31/12/2017.



# La Corporación\_

## Órganos de Gobierno<sup>1</sup>

### Comisión de Responsabilidad Social Corporativa

**D. Borja Pascual Gómez-Cuétara**  
[Presidente]

**Dña. Pilar Pascual Gómez-Cuétara**

**Dña. Sonia Pascual Gómez-Cuétara**

**D. Emilio Martín González**  
[Secretario]

Invitado permanente:

**D. Alberto Andreu Pinillos**



- Revisión y seguimiento estrategia y políticas RSC.
- Reputación Corporativa.
- Supervisión procesos de relación y estrategia de Comunicación con Grupos de Interés.
- Coordinación procesos de reporte información no financiera.
- Información periódica adecuación Sistema de Gobierno Corporativo.



6 veces al año.

### Comité de Estrategia y Crecimiento

**D. Antonio Urcelay Alonso**

**D. Tomás Pascual Gómez-Cuétara**

**D. Joaquín Moya-Angeler Cabrera**

**D. Borja Pascual Gómez-Cuétara**

**D. Javier Colomina Pérez del Río**

**D. César Bardaji Vivancos**

**D. José Luis Saiz Ramírez**

**D. Pablo Aguilar López**

Invitado permanente:

**D. Carlos Botín Martín-Barbadillo**



Seguimiento del Negocio Industrial.



10 veces al año.

### Comité Inmobiliario

**D. Joaquín Moya-Angeler Cabrera**  
[Presidente]

**D. Tomás Pascual Gómez-Cuétara**

**D. Borja Pascual Gómez-Cuétara**

**D. Javier Colomina Pérez del Río**

**D. Carlos Botín Martín-Barbadillo**

**D. Emilio Martín González**  
[Secretario]



Seguimiento del Negocio Inmobiliario.



4 veces al año.



# La Corporación\_

## Órganos de Gestión

Hemos llevado a cabo una serie de mejoras y una redistribución de los órganos de gestión, para garantizar la atención a las distintas unidades de negocio y un servicio adecuado desde las funciones directivas transversales.



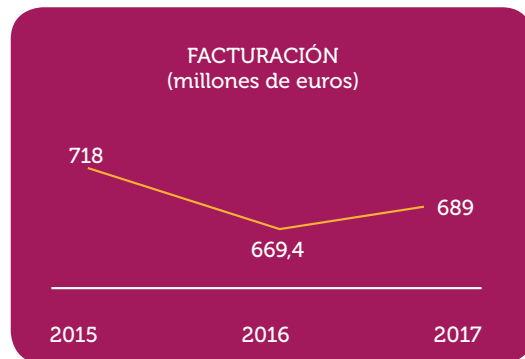


# La Corporación\_

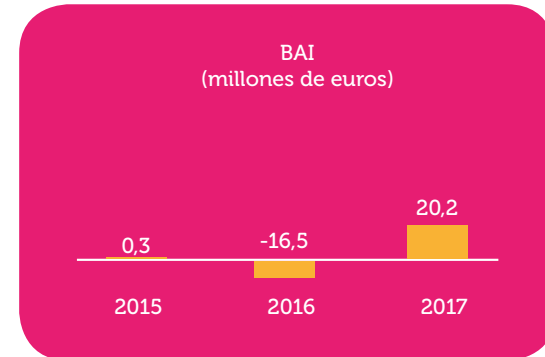
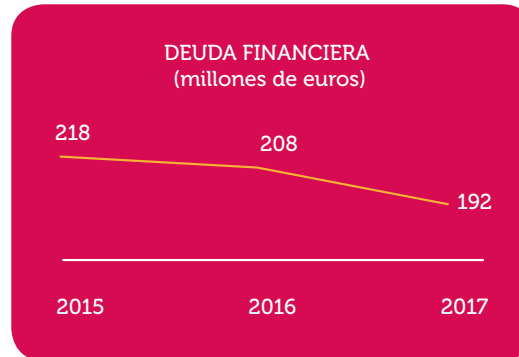
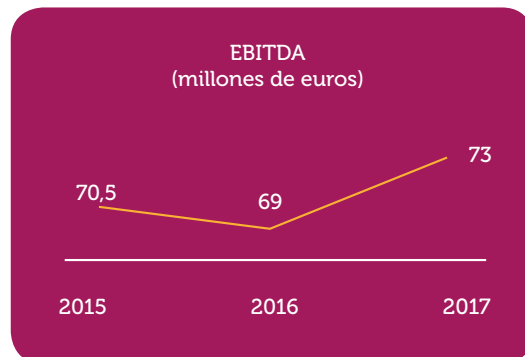
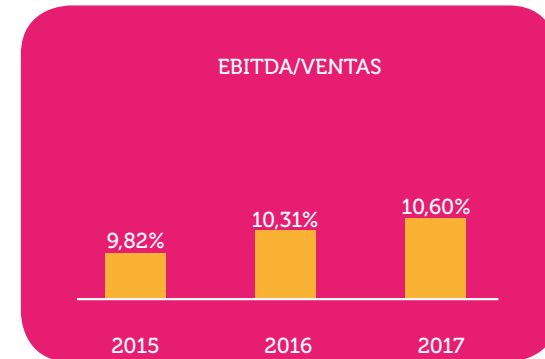
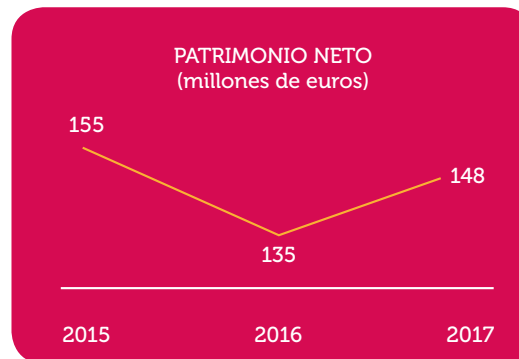
## Valor económico generado

En 2017 hemos conseguido volver a la senda del crecimiento tanto en facturación como en resultados, tendencia que trabajamos para mantener en el tiempo de manera sostenible y rentable. En paralelo, continuamos con paso firme en el proceso de estabilización y reducción de la deuda de la compañía.

### VALOR ECONÓMICO GENERADO



### FINANCIACIÓN





## 03. ¿QUIÉNES SOMOS?

Calidad Pascual tiene como principio inspirador la aportación de valor y calidad a la vida de las personas. Nuestro modelo de compañía responde a este enfoque, con el fin de impulsar un compromiso colectivo de superación en la búsqueda del bienestar de nuestros grupos de interés.

## Calidad Pascual\_

### ¿Qué hacemos en Calidad Pascual?

Hace 48 años 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.

Actualmente disponemos de una gama de más de 200 productos, 6 plantas, 27 delegaciones y más de 2.000 empleados. Nuestra principal actividad es la preparación y el envasado de leche, yogures y otros derivados lácteos, zumos, agua mineral, café, bebidas vegetales y smoothies, así como otros productos a base de soja, huevo líquido ultrapasteurizado y tortillas.

Desde 2008, en **Calidad Pascual** complementamos nuestro portfolio con otros productos de valor añadido, gracias a acuerdos y alianzas con empresas como Idilia foods (batidos Cola Cao y Okey), Unilever (Leche Flora), Unicer (Agua Das Pedras Salgadas), Kellogg (cereales y Pringles), Heinz, Conservas Garavilla (Isabel), Borges (Aceites y Vinagres Cosecha) y La Zaragozana (Ambar).

A la actividad que llevamos a cabo en España, se suma nuestra presencia internacional en más de 70 países, a través de la exportación de nuestros productos.

La preocupación por la salud es una de las constantes de la compañía, por lo que desde el lanzamiento de la leche desnatada en los años 80, hemos estado implicados promoviendo la salud de los consumidores españoles a través de alimentos innovadores y, sobre todo, saludables, área en la que hemos realizado numerosos avances y novedades durante 2017.





# Calidad Pascual\_

## Nuevo Comité de Dirección de Calidad Pascual

Los cambios importantes tienen que empezar por arriba, a través de un equipo directivo que haga que las cosas ocurran, con talento, que lidere con el ejemplo, con visión única y compartida, que sepa trabajar en equipo, que desarrolle a las personas, y que sea fuente de inspiración para todos nosotros.

Para seguir creciendo de forma sostenida, en 2017 hemos configurado un equipo de Dirección dentro de nuestra empresa Calidad Pascual que nos permite afrontar los retos futuros que tenemos planteados de una manera más consistente.

Se trata de una organización sencilla, eficiente y operativa, con claras responsabilidades, y centrada en consumidor, clientes, calidad, innovación y personas.

## Comité de Dirección de Calidad Pascual

### Dirección de Marketing e I+D

- I+D.
- Investigación de mercados.
- Envases y embalajes.
- Servicios de marketing.



Enamorar al consumidor.

### Dirección de Innovación Disruptiva

- Identificación de nuevos productos, servicios, modelos de negocio y segmentos de mercados.



Crecimiento destacado y posicionamiento como empresa innovadora.

### Dirección Comercial de Red

- Liderazgo en la Red Capilar de Hostelería y Alimentación.
- Canal de Distribuidores.



Centrarse en los distintos canales comerciales para dar una mejor respuesta a nuestros clientes.

### Dirección Comercial de Distribución Moderna

- Posicionamiento en el canal de Distribución Moderna.



Alcanzar nuestras metas en términos de ingresos y visibilidad de nuestras marcas y productos.

### Dirección de Operaciones

- Compras.
- Planificación.
- Área industrial.
- Logística a larga distancia.
- Servicio de Atención al cliente.
- Centro de Servicios Compartidos (CSC).



Asegurar la calidad y disponibilidad del producto, y la eficacia de toda nuestra actividad.

### Dirección de Personas, Servicios TIC y Calidad Total

- Áreas de Personas, Talento y Organización.
- Servicios TIC.
- Productos, calidad de servicios, procesos, calidad de gestión, etc.



- Cumplir lo retos planteados en la gestión de las personas.
- Calidad como eje de trabajo clave.

### Dirección de Control de Gestión

- Control de la gestión económica.



Mantener el pulso económico de la marcha de la empresa.

### Dirección Internacional

- Crecimiento del negocio de Exportación, con foco en mercados clave.



Incrementar el peso del negocio internacional dentro de Calidad Pascual de la mano del yogur de larga vida.

### Dirección de Relaciones Institucionales y Medio Ambiente

- Gestión de las relaciones con instituciones y administraciones y desarrollo de la estrategia medioambiental.



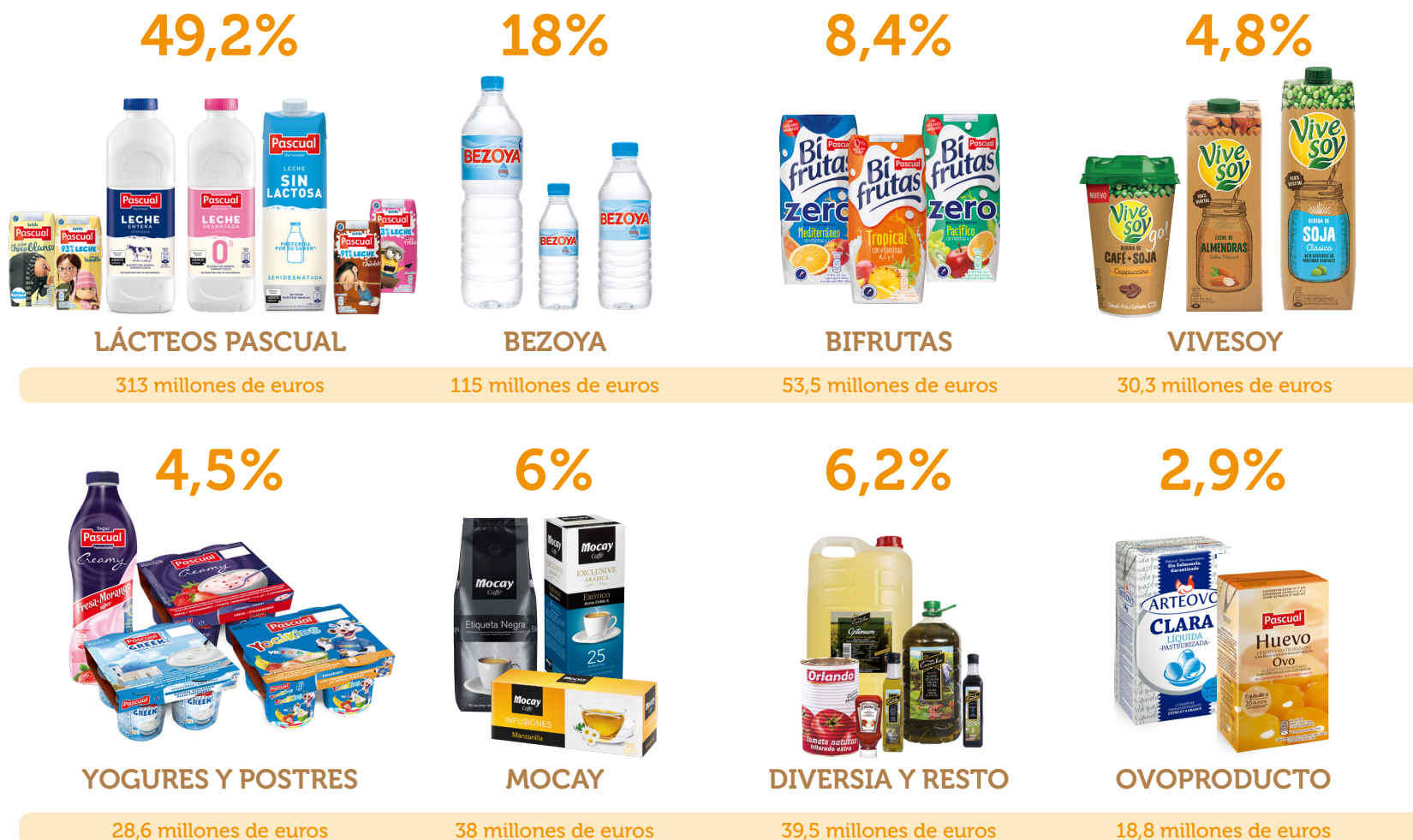
Representar a la compañía en los foros sectoriales y ante las administraciones públicas velando por la competencia leal en el mercado e implantar el plan de impacto ambiental.



## Calidad Pascual\_

### Nuestros productos

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



# Calidad Pascual\_

## Presencia en España

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 delegaciones, gestionamos la distribución de forma especializada, flexible y focalizada.

### Plantas industriales

#### A. Multi-producto

Aranda del Duero (Burgos) 2 plantas



#### B. Leche

Gurb (Barcelona)



#### C. Agua

Ortigosa del Monte (Segovia)



#### D. Agua

Trescasas (Segovia)



#### E. Café

Tajonar (Pamplona)



### Delegaciones comerciales



**460**  
DISTRIBUIDORES

**27**  
DELEGACIONES  
COMERCIALES

**6**  
PLANTAS INDUSTRIALES

**95.000**  
PUNTOS DE VENTA

- **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, Bifritas y Mocay Caffè.

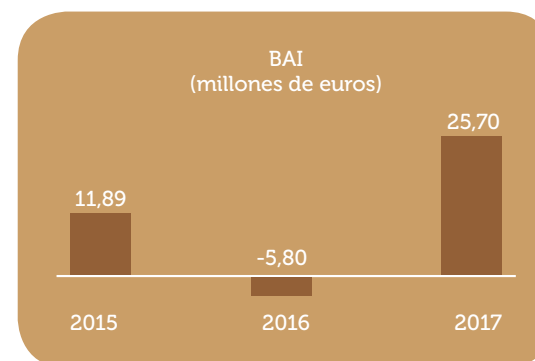
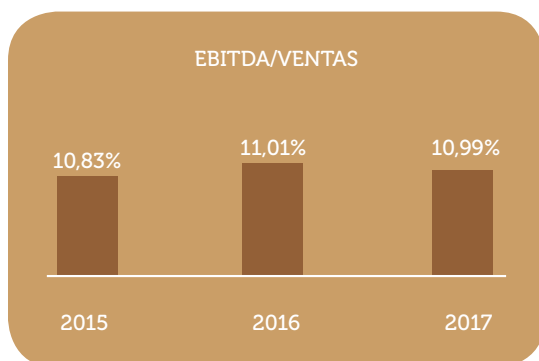
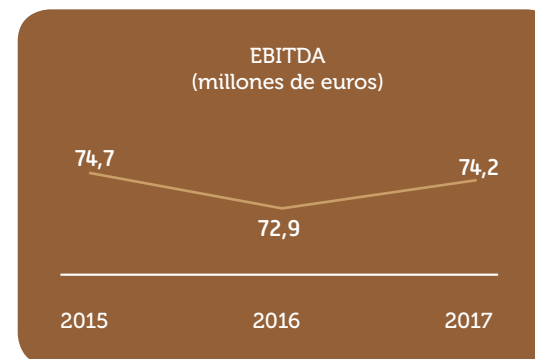
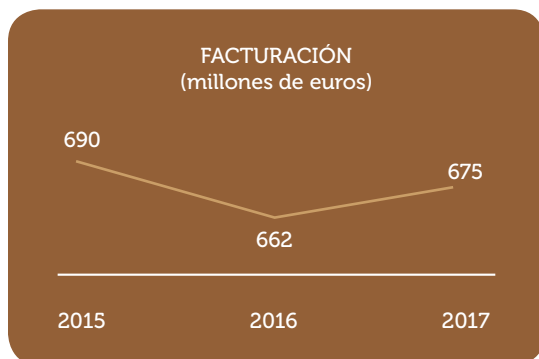


Tú, nuestra razón de ser

## Calidad Pascual\_

### Valor económico generado

También en Calidad Pascual hemos mejorado nuestros resultados de facturación, volviendo a la senda del crecimiento e incrementando el beneficio de la compañía.

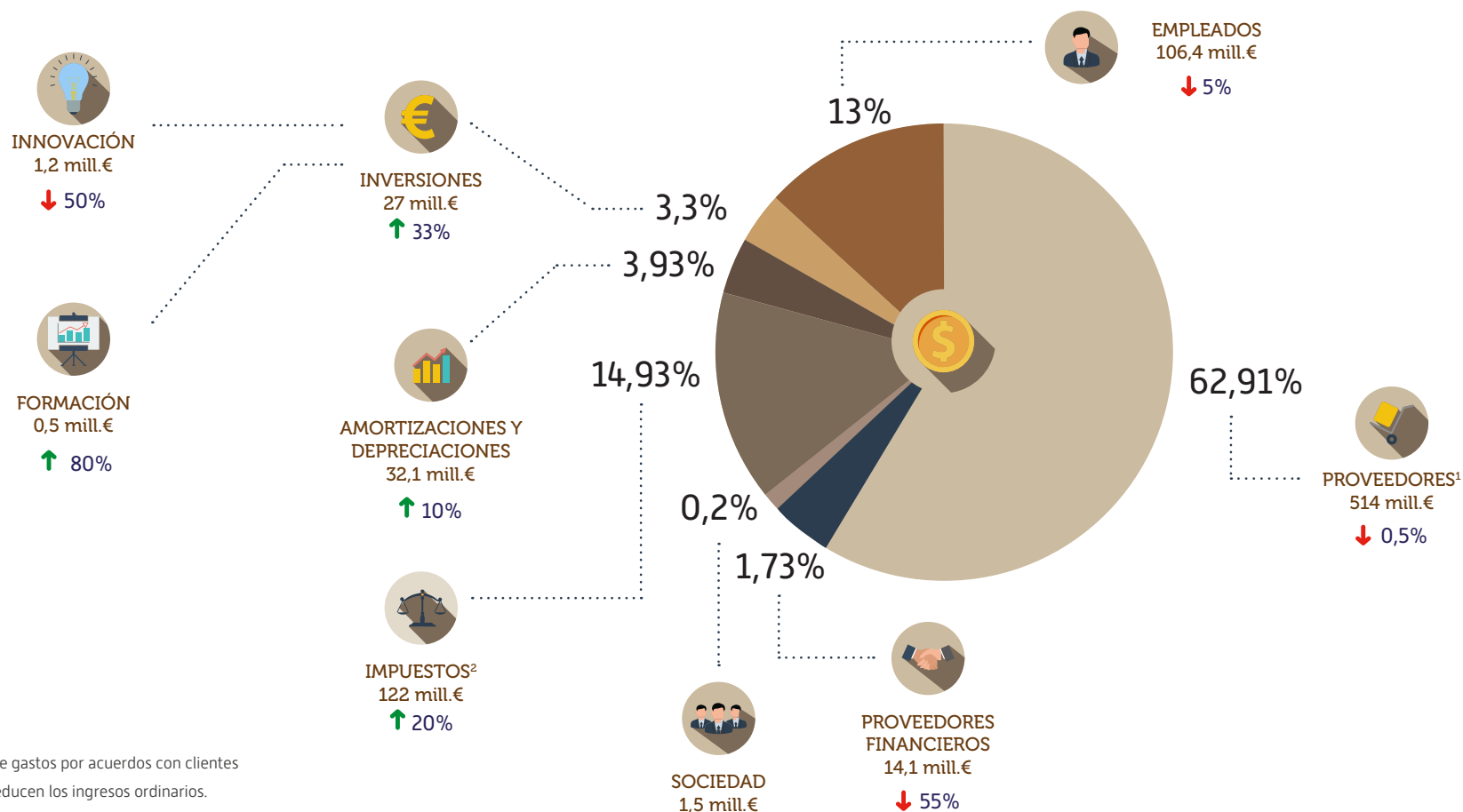


# Calidad Pascual\_

## Valor económico distribuido

La mayor parte del valor económico que generamos con nuestra actividad se redistribuye entre la sociedad y nuestros colaboradores, así como entre nuestros empleados, las empresas de nuestra cadena de suministro y el conjunto de la sociedad.

### ¿CÓMO SE REPARTEN NUESTROS INGRESOS?



¹ Incluye gastos por acuerdos con clientes que reducen los ingresos ordinarios.

² Contribución fiscal generada por la actividad de Calidad Pascual (seguros sociales, tributos, impuesto de sociedades e IVA soportado).

## Nuestro modelo de empresa\_

Trabajamos continuamente en la consecución de un modelo de negocio sostenible en el largo plazo, de manera que generemos el mayor impacto positivo en nuestro entorno, idea que trasladamos tanto a través de nuestra visión, misión y valores, como de nuestras políticas y nuestro código de conducta.

Para ello nos basamos en una gestión ética, responsable y excelente que nos permita satisfacer las necesidades del entorno desde la calidad y la innovación. En 2017 hemos adaptado y mejorado este modelo de empresa responsable a través de la aprobación de nuevas políticas del Consejo y el refuerzo de la responsabilidad social corporativa y la gestión ética con la creación de mecanismos específicos dentro de los órganos de gobierno.



### 3. ¿QUIÉNES SOMOS?



## Nuestro modelo de empresa\_

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

### 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

Honestos, congruentes, consecuentes y responsables con nuestros grupos de interés.



#### CERCANÍA

Con los consumidores, clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad en general.



#### PASIÓN

Motivación, compromiso, ilusión y entusiasmo por lo que hacemos.



#### CALIDAD

A través de la excelencia y la creación de valor añadido que nos diferencia.



#### INNOVACIÓN

Buscando nuevas y eficientes soluciones a nuestras necesidades actuales y futuras.



# Nuestro modelo de empresa\_

## Gestión ética, responsable y excelente

### Políticas del consejo

Nuestras políticas del Consejo son un elemento fundamental de nuestro modelo de empresa responsable, formando parte de nuestra identidad y cultura como compañía.

Nos permiten llevar a cabo una toma de decisiones estratégicas en línea con importantes estándares de calidad, responsabilidad e integridad y a la vez fomentan

la seguridad económica y jurídica, nuestro futuro y el de nuestro entorno, nuestra empleabilidad, nuestra competitividad y nuestro atractivo como marca.

Estas políticas implican a todos los niveles de la organización, siendo responsabilidad de todos.

### • Política de Cumplimiento

Este año se ha publicado la primera versión de este documento, a través del cual Calidad Pascual se compromete con el cumplimiento mediante conductas adecuadas de sus directivos, empleados y colaboradores y el fomento de buenas prácticas.

En ella se recogen los objetivos de nuestro **Sistema de Cumplimiento**, siendo el principal fomentar **una Cultura de Cumplimiento**, alineada al desempeño de requisitos y compromisos con todos nuestros grupos de interés para evitar así daños personales, pérdidas económicas, daños reputacionales y responsabilidades legales.

### Para el seguimiento de su implantación, medimos distintos indicadores, como por ejemplo:

- 8,64/10 en la autoevaluación de cumplimiento realizada a toda la dirección de Pascual.
- 7,42/10 en la autoevaluación al 100% de los Expertos del Sistema de Cumplimiento.
- 7/10 en la encuesta de satisfacción a todos los usuarios del Canal Abierto. Esta consulta se realiza seis meses después del uso del canal, para confirmar que se han respetado todas las garantías y compromisos adquiridos por la empresa, y de acuerdo a los procedimientos establecidos.

## 3. ¿QUIÉNES SOMOS?



### En 2017 hemos priorizado:

- El impulso de nuestra **Cultura de Cumplimiento**.
- La mejora de los **mapas de aseguramiento**.
- La realización de una **auditoría integral** del Sistema de Cumplimiento Corporativo.





# Nuestro modelo de empresa\_

## Gestión ética, responsable y excelente

### Políticas del consejo

- **Política de Control y Gestión de Riesgos**

Primera versión de este documento, elaborada a partir del compromiso con una gestión ética, a través de la cual se establecen los principios básicos y el marco de actuación para el control y gestión de los riesgos a los que se puede enfrentar la Corporación, a través de su evaluación, análisis, y gestión sistemática.

- **Política de Responsabilidad Social Corporativa**

Esta política recoge las metas, principios de actuación, compromisos canales de comunicación, sistema de seguimiento y mecanismos de supervisión en materia de RSC de la compañía entendida esta como su forma de entender y desarrollar su actividad empresarial.

- **Política Fiscal Corporativa**

Adaptada en 2017 al "Código de buen gobierno de las empresas cotizadas" emitido por la CNMV, nos permite llevar a cabo un desarrollo adecuado de nuestra actividad económica respetando la normativa tributaria y los criterios de los órganos judiciales y administrativos, a la vez que creamos valor para los accionistas y somos conscientes de que las aportaciones tributarias son una de las principales contribuciones a nuestro entorno.



# Nuestro modelo de empresa\_

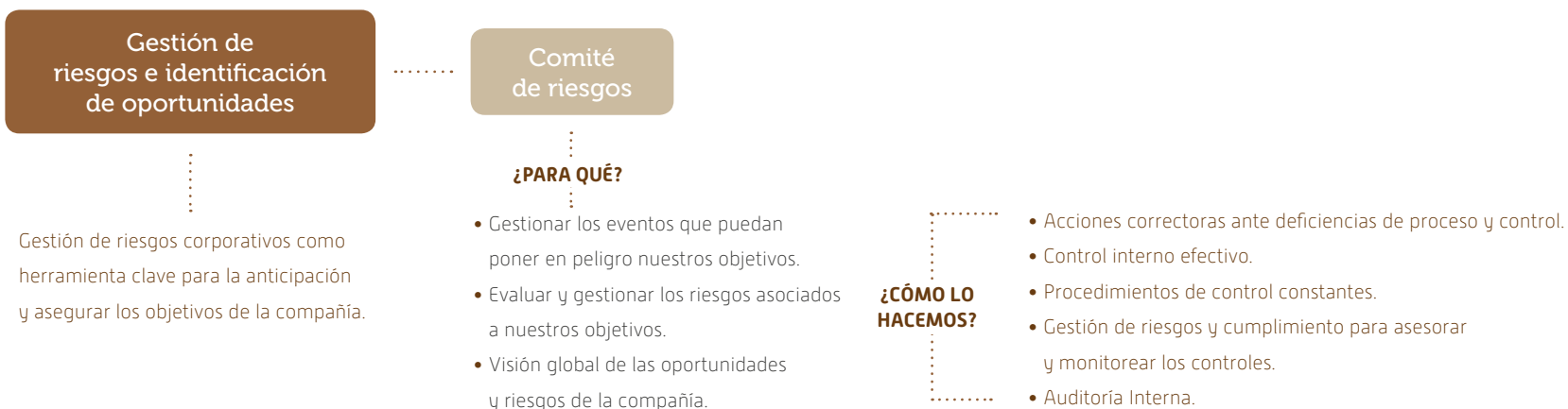
## Gestión ética, responsable y excelente

### Mecanismos de gestión

#### • Actualización del código de conducta empresarial

Tras la revisión y cambios en nuestro modelo de empresa, este año hemos decidido renovar nuestro Código de Conducta, siendo ahora más específico, adaptado a estas mejoras, y ampliando su alcance a todas las actividades que llevamos a cabo con los grupos de interés.

Esta nueva versión nos permite cumplir con nuestras obligaciones en coherencia con nuestras raíces y fundamentos éticos: actuar con honestidad, y tratar de manera justa y digna a nuestros consumidores, clientes, compañeros, proveedores, ciudadanos y accionistas, ya que las personas con las que nos relacionamos son una parte fundamental para nuestro modelo, sin olvidarnos de aportar calidad a sus vidas.



# Nuestro modelo de empresa\_

## Gestión ética, responsable y excelente

### Modelo Mare Nostrum

Otro de los grandes retos que hemos definido como compañía en Calidad Pascual este año es integrar de forma natural la responsabilidad social en todas nuestras actividades, siendo esta parte de nuestra razón de ser. Para ello, seguimos trabajando en el modelo **Mare Nostrum**, el cual nos permite gestionar de manera ética y responsable, bajo un modelo de excelencia a través de la mejora diaria en la calidad de nuestros productos y relaciones con los grupos de interés.

Este modelo propio de gestión nos permite anticiparnos, ser proactivos, planificar nuestras actividades, ser éticos y responsables, compartir el conocimiento de manera documentada, cumplir nuestros sueños y ambiciones, y verificar y aprender de lo que hemos hecho hasta ahora logrando así una mejora continua.



### 3. ¿QUIÉNES SOMOS?



### 3. ¿QUIÉNES SOMOS?

## Nuestro modelo de empresa\_

### Gestión ética, responsable y excelente

#### Gestión responsable según la Norma SGE 21

Somos la primera empresa que evalúa su gestión responsable según la nueva versión de la Norma SGE 21 de Forética.

En 2017, a partir de un autodiagnóstico, hemos procedido a la evaluación de nuestra gestión responsable según la **Norma SGE 21**, primera norma europea que permite implantar, auditar y certificar este tipo de sistemas integrando aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno en la gestión de las empresas.

Tras el proceso de Evaluación de la Conformidad, hemos obtenido un resultado de 93 puntos sobre un total de 100, alcanzando así un nivel de conformidad Líder, en el que destacan los siguientes puntos fuertes:

- **Desarrollo y concreción de la ética y responsabilidad social** en todos nuestros documentos, procedimientos y planes.
- **Profundidad y relevancia** de: nuestros informes de Creación de Valor Compartido, del Plan de Talento Diverso y de Liderazgo Inclusivo, de la Guía Pascual Contigo, de la encuesta de clima laboral **"Great Place to Work"** y del sistema de evaluación del desempeño Pascual Talento.
- Alto grado de desarrollo de políticas y procedimientos para la **gestión integral de proveedores**.
- Marcada orientación hacia la **comunidad y el diálogo social**.
- Relaciones institucionales a través de **alianzas**.



### 3. ¿QUIÉNES SOMOS?



## Nuestro modelo de empresa\_

### Estrategia 2020

Continuamos trabajando en nuestra **Estrategia 2020** que conecta nuestros objetivos de negocio con la **ética, responsabilidad y excelencia** que impulsamos en nuestra gestión.

A lo largo de 2017 las diferentes iniciativas que se muestran a lo largo del informe nos han permitido avanzar en esta estrategia. Al tiempo, continuamos diseñando el camino que cada día nos adapta a las nuevas tendencias sin perder nuestras señas de identidad: la calidad, la salud y la innovación.

### ESTRATEGIA 2020

#### ENAMORAR AL CONSUMIDOR,

a través de la innovación y de productos únicos y diferenciales.

#### 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.

#### ENAMORAR A NUESTROS EMPLEADOS,

para atraer nuevos talentos.

#### IMPULSAR LA CALIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD

apostando por la Calidad Total y la excelencia en la gestión.



### 3. ¿QUIÉNES SOMOS?

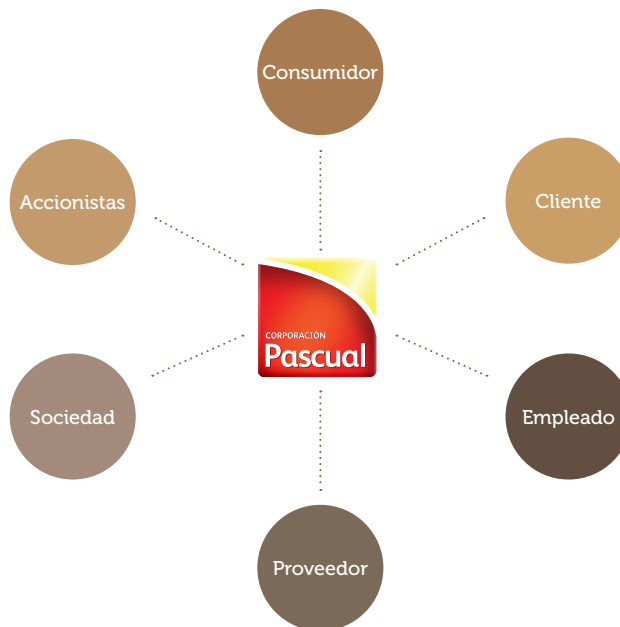
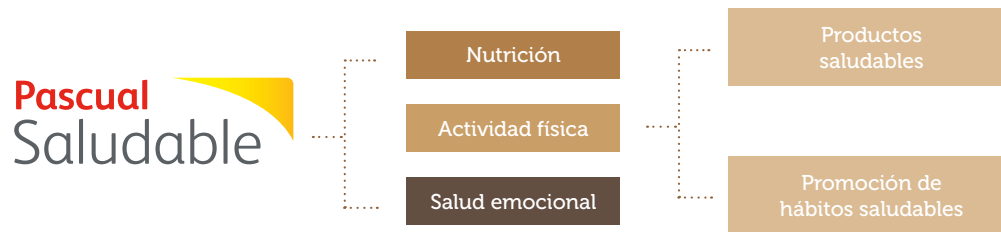


ESTRATEGIA 2020

## Nuestro modelo de empresa\_

### Pascual saludable, nuestra estrategia de gestión de la salud

Como extensión de nuestra estrategia, contamos con Pascual Saludable, un proyecto de compañía para la mejora de la gestión de la salud y el bienestar con todos nuestros grupos de interés, ayudando así a construir una sociedad con mejores hábitos de vida y alimentación. El proyecto aporta un enfoque integral desde la perspectiva de los grupos de interés, focalizándose en el desarrollo de iniciativas específicas para cada uno de ellos.



# 04. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

Desde el agro hasta la despensa del consumidor. En Calidad Pascual trabajamos por una cadena de valor responsable y generadora de valor, que impulse desde nuestras acciones un modelo de vida más saludable entre todos sus actores.



#### 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

## Una cadena de valor saludable\_

A través de nuestro proyecto Pascual Saludable canalizamos nuestro objetivo de construir una sociedad con mejores hábitos de vida y alimentación.

A través de esta iniciativa propia desarrollamos acciones con todos nuestros grupos de interés que trabajan tres pilares: nutrición, actividad física y salud emocional.

A lo largo del año, hemos definido las ambiciones de salud de la compañía a fin de elaborar una estrategia para los próximos años.

Esta estrategia se materializa en dos ejes, uno vinculado a producto y otro ligado a la promoción de hábitos saludables.

Durante 2017, en Pascual hemos dado pasos para adaptarnos a todas estas tendencias con el mantenimiento de nuestras señas de identidad: la calidad, la salud y la innovación.

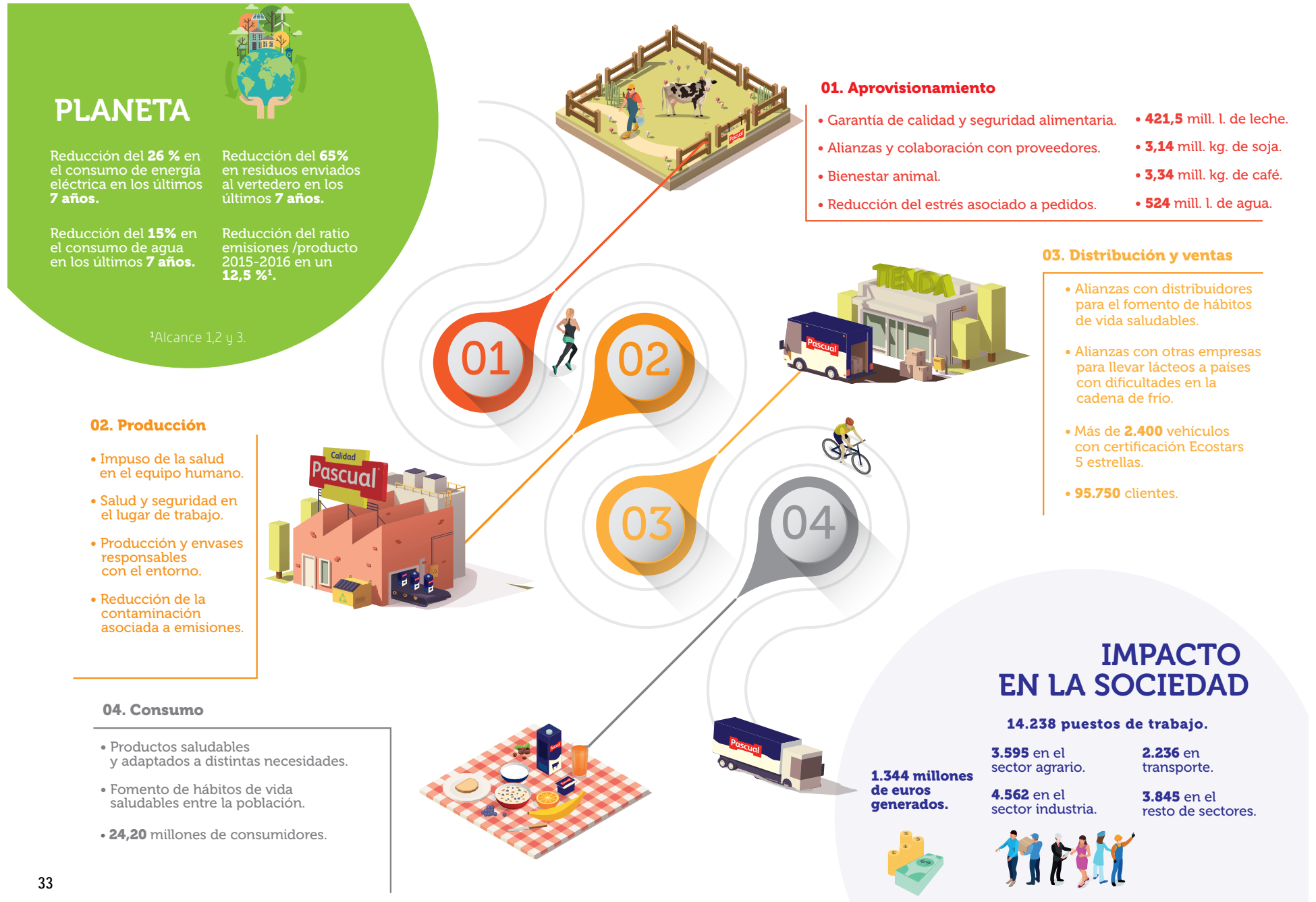


*Tú, nuestra razón de ser*



# Una cadena de valor saludable\_

Nuestra cadena, además de impulsar la generación de valor económico, social y ambiental para todos nuestros grupos de interés, refleja este compromiso con la salud de nuestros grupos de interés.



## PLANETA

Reducción del **26 %** en el consumo de energía eléctrica en los últimos **7 años**.

Reducción del **65%** en residuos enviados al vertedero en los últimos **7 años**.

Reducción del **15%** en el consumo de agua en los últimos **7 años**.

Reducción del ratio emisiones /producto 2015-2016 en un **12,5 %<sup>1</sup>**.

<sup>1</sup>Alcance 1,2 y 3.

### 02. Producción

- Impulso de la salud en el equipo humano.
- Salud y seguridad en el lugar de trabajo.
- Producción y envases responsables con el entorno.
- Reducción de la contaminación asociada a emisiones.

### 04. Consumo

- Productos saludables y adaptados a distintas necesidades.
- Fomento de hábitos de vida saludables entre la población.
- **24,20 millones** de consumidores.

### 01. Aprovevisionamiento

- Garantía de calidad y seguridad alimentaria. • **421,5 mill. l.** de leche.
- Alianzas y colaboración con proveedores. • **3,14 mill. kg.** de soja.
- Bienestar animal. • **3,34 mill. kg.** de café.
- Reducción del estrés asociado a pedidos. • **524 mill. l.** de agua.

### 03. Distribución y ventas

- Alianzas con distribuidores para el fomento de hábitos de vida saludables.
- Alianzas con otras empresas para llevar lácteos a países con dificultades en la cadena de frío.
- Más de **2.400** vehículos con certificación Ecostars 5 estrellas.
- **95.750** clientes.

## IMPACTO EN LA SOCIEDAD

**14.238** puestos de trabajo.

**3.595** en el sector agrario.

**2.236** en transporte.

**4.562** en el sector industria.

**3.845** en el resto de sectores.

**1.344 millones** de euros generados.

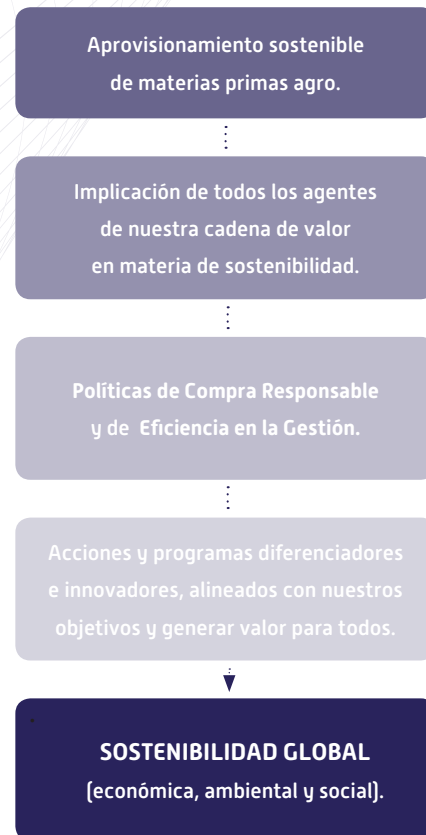


## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Aprovisionamiento\_

## Aprovisionamiento sostenible y saludable

Desde Calidad Pascual continuamos consolidando un modelo de aprovisionamiento sostenible de materias primas agro mediante el desarrollo e implementación de acciones y programas diferenciadores e innovadores, alineados con los objetivos corporativos, y con la visión en generar valor para todos los agentes implicados.



### OBJETIVOS DEL PLAN DE ACCIÓN APROVISIONAMIENTO AGRO LECHE:



- **Compra responsable.**
- **Contrato homologado.**
- **Certificación** de las acciones en seguridad alimentaria, medio ambiente y bienestar animal.



- **Plan Medioambiental Agro:** granjas sostenibles.
- **I+D+i: Optilacteo.**
- **Programa de Eficiencia Productiva.**



- **Programa LIFE AgriAdapt:** colaboradores en la estrategia de adaptación al cambio climático.

- **372** granjas proveedoras.
- **98%** proveedores locales, **100%** en el caso de la leche.
- Criterios ambientales en la homologación del **98%** de nuestros proveedores.
- **87%** proveedores desde hace más de **10 años**.
  - **421,5** millones de litros de leche.
  - **3,14** millones de kilogramos de soja
  - **3,34** millones de kilogramos de café.
  - **0,2** millones de kilogramos de cacao.
  - **9,7** millones de kilogramos de ovoproductos.



**Pascual**  
**Saludable**

Introducción del concepto healthy, como tendencia, en las reuniones de innovación realizadas con los proveedores.

Objetivo de reducción, en menos de un 10%, del nº de pedidos urgentes realizados como medida para reducir el estrés en nuestros proveedores (en 2017 ha sido el 9%).

## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Aprovisionamiento\_

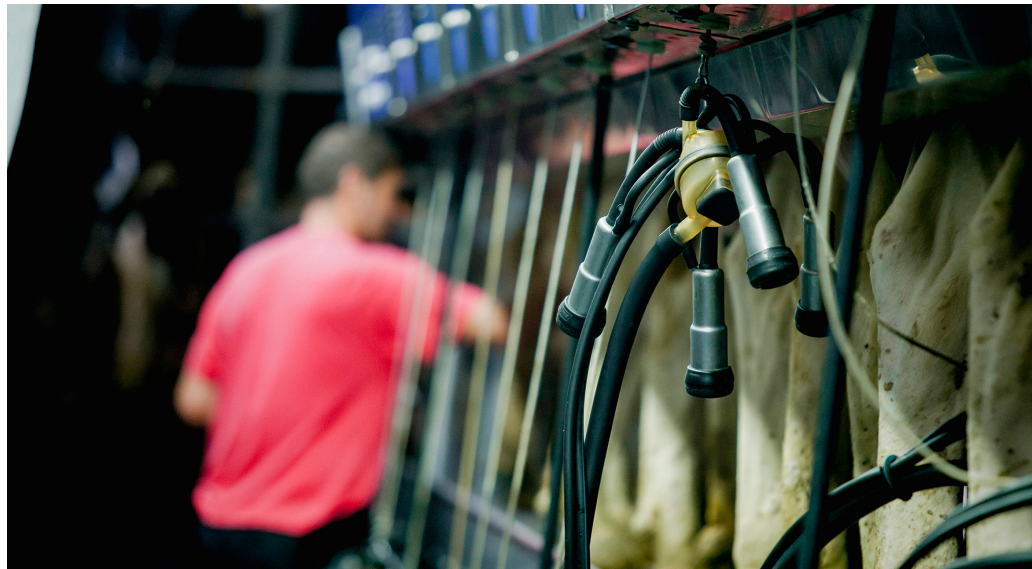
## Eficiencia productiva en ganaderías

Otro eje fundamental de nuestro modelo es garantizar una gestión eficiente de nuestras granjas proveedoras.

### FORTALECER LA SOSTENIBILIDAD DE NUESTRAS GRANJAS PROVEEDORAS

- Mejorar su rentabilidad.
- Promover mejoras ambientales.
- Asegurar el aprovisionamiento de leche.
- Asesoramiento continuado a nuestros ganaderos.

1. **Datos de las ganaderías como información útil** para la toma de decisiones.
2. **Referencias objetivas** sobre producción y calidad de leche, alimentación, reproducción y bienestar animal, impacto ambiental y productividad de la mano de obra: oportunidades de mejora idóneas en cada granja.
3. **Valoración de distintos sistemas productivos:** aprender de los mejores.
4. **Identificación de los proveedores** que más nos interese potenciar.



- Implantación del programa en **180** ganaderías en las que están involucradas: **616** trabajadores, **13.911** hectáreas de agricultura, **20.341** vacas y **15.411** novillas.
- **4** reuniones con ganaderos, en Cantabria, Cataluña, Galicia y Aranda, con un total de **147** asistentes.
- **100%** proveedores agro-animal con contratos homologados.



## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Aprovisionamiento\_

## Programa de medio ambiente en granjas proveedoras

Las alianzas con nuestros proveedores son claves para el desarrollo de un modelo de producción agraria más sostenible en nuestra cadena de valor.



### MEJOR GESTIÓN AMBIENTAL DE NUESTRAS GRANJAS Y MEJORA DE SU SOSTENIBILIDAD

- Minimizar los impactos ambientales de su actividad.
- Proteger la salud de los trabajadores y sociedad en general.
- Proteger la biodiversidad y el entorno.
- Implantar medidas de adaptación al cambio climático.
- Cuidar la imagen que las granjas proyectan en la sociedad.

1. Redefinición del concepto de **granja sostenible ambientalmente**: protección de la biodiversidad basándose en agua, residuos, agricultura sostenible, energía, autosuficiencia alimentaria y biodiversidad y paisaje.
2. **Colaboración con acciones ambientales** con la Fundación Global Nature: divulgación, asesoría, protección de la biodiversidad.
3. Herramienta de **evaluación ambiental de nuestros proveedores**: mejora la toma de decisiones y la sostenibilidad de nuestro aprovisionamiento.
4. **Material divulgativo de apoyo** por ejes ambientales: Guías de Buenas Prácticas Ambientales.
5. Adaptación sostenible de **sistemas agrarios europeos** al cambio climático: participación en el programa LIFE AgriAdapt.

- **98%** de leche evaluada en base a criterios medioambientales.
- Mejora continua de la gestión de los residuos.
- **99%** proveedores en Programa de Medio Ambiente Agro.
- **6** granjas colaboradoras del Programa LIFE AgriAdapt.
- Implementación de nuestra nueva herramienta de evaluación en **46** granjas.

**Pascual**  
Saludable

Salud y seguridad de los proveedores.

Materias primas más sostenibles y naturales.



## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Aprovisionamiento\_

## Bienestar animal

Garantizar el bienestar animal en nuestras granjas proveedoras es un eje fundamental en nuestra estrategia de aprovisionamiento, por responsabilidad y por su impacto en la calidad del producto.

### VACAS FELICES, MAYOR CALIDAD

- Gestión de las ganaderías acorde a los valores de Calidad Pascual y las demandas de los consumidores.
- Alineación con los Programas de Seguridad Alimentaria, Eficiencia Productiva y Medio Ambiente.

1. Definir los parámetros de bienestar animal de nuestro Programa de Seguridad Alimentaria, para la toma de decisiones.
2. Nuevo bloque de evaluación de bienestar animal: mejor imagen de nuestros proveedores, priorización de acciones, valoración de su compromiso.
3. Material divulgativo por ejes de trabajo: Guías de Buenas Prácticas de Bienestar Animal.
4. Incluir nuestro trabajo en bienestar animal en los programas con Global Nature u otros agentes.



**Pascual**  
**Saludable**

Una vaca feliz producirá leche de mayor calidad y más saludable.



#### 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

## Aprovisionamiento\_

### Bienestar animal

#### Calidad Pascual cuenta con todas sus granjas certificadas en bienestar animal

La compañía ha conseguido el certificado Bienestar Animal AENOR Conform en sus más de 300 granjas. Esta certificación acredita que todas las granjas que proveen de leche a Pascual cumplen con los requisitos del modelo AENOR de Bienestar Animal, desarrollado junto al Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) y basado en el referencial europeo Welfare Quality®.



#### COMPORTAMIENTO APROPIADO

Relación social  
Relax y tranquilidad  
Relación cuidador - animal  
Estado emocional positivo



#### BUENA ALIMENTACIÓN

Nutrición equilibrada  
Acceso libre al agua



#### BUEN ALOJAMIENTO

Calidad en el descanso  
Confort térmico  
Libertad de movimiento



#### BUENA SALUD

Cuidado y prevención  
Vacas sanas  
Mimando el futuro



Tú, nuestra razón de ser

## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Aprovisionamiento\_

## Calidad y seguridad alimentaria

El trabajo para garantizar la mayor calidad en los productos que llegan a lineal comienza en la colaboración con nuestros proveedores.

**MATERIA PRIMA DE PRIMERA  
CALIDAD, SANA Y SEGURA**

- Aprovisionamiento de materia prima de la mejor calidad, sana y segura, y que proteja la salud de nuestros consumidores.

- El **100%** de nuestros proveedores son evaluados según el procedimiento de evaluación de proveedores.
- **99%** proveedores en el Programa de Seguridad Alimentaria.
- **233** granjas con categoría A1 por cumplimiento excelente en la evaluación.
- **CP/LVC/001/10.**
- **ISO 45001** en Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo.
- **ISO 22000** en Gestión de Servicios de Tecnologías de la Información.
- **ISO 9001** en Gestión de la Calidad.

Evaluamos nuestras granjas de leche 2 veces al año en 14 capítulos que engloban requisitos y buenas prácticas recogidos en el Manual de Seguridad Garantizada.

**Pascual**  
Saludable

.... Escoger la mejor materia prima sana y segura, nos permite ofrecer productos saludables y de calidad a nuestros consumidores.



## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Aprovisionamiento\_

## Aprovisionamiento de soja

Esta responsabilidad en el aprovisionamiento la hacemos extensible al resto de materias primas, por ejemplo, en el caso de la soja, ayudamos a impulsar un sector competitivo en España, desde los principios de calidad y sostenibilidad que trasladamos a nuestros proveedores.

### APROVISIONAMIENTO DE SOJA DE LA MÁXIMA CALIDAD Y SEGURIDAD

- Producción local (**97%** proveedores nacionales).
- Contribuimos a la eficiencia de la cadena.
- Reducimos el impacto ambiental (**15** proveedores con mejoras ambientales).
- Asesoramiento continuado a agricultores.

- 1. Creación de empleo en el sector agrícola nacional:** contratos estables previos a la siembra y incentivo a la economía circular.
- 2. Primera y única empresa que se aprovisiona de soja nacional:** priorización del mercado local reduciendo las importaciones.
- 3. Reducción del impacto ambiental en la producción:** producción cerca del centro de transformación y la no procedencia de la deforestación de bosques.

- **Soja libre de OGM**  
(Organismos Genéticamente Modificados).
- Su cultivo mejora la calidad del suelo.
- **450.000 Kg** de Okara reutilizada.
- Estudios para la optimización del riego.
- Menor necesidad hídrica que cultivos similares.
- Los residuos generados en la planta de transformación se destinan a consumo animal.

**Pascual**  
Saludable

Apostamos por un  
aprovisionamiento  
sostenible de la soja,  
como alimento saludable  
para nuestros consumidores.



**“Calidad Pascual compra actualmente el 99% de la soja que se cultiva en España para consumo humano”**



Tú, nuestra razón de ser



## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Aprovisionamiento\_

## Ciclo del agua - Bezoya

Tenemos interiorizada la función del agua como clave en la existencia y supervivencia de todas las formas conocidas de vida. Desde Calidad Pascual, fomentamos la hidratación a través de nuestra marca Bezoya.



### CICLO DEL AGUA EN CALIDAD PASCUAL

#### ORIGEN NATURAL

- Procede de la Sierra de Guadarrama en plena naturaleza.
- Zona reconocida como Parque Nacional y que forma parte de la Red Natura 2000.

#### ENVASADO

- Líneas de envasado en un circuito cerrado, asegurando así ningún riesgo de contaminación.
- En la fábrica no se realiza ningún tratamiento al agua, a excepción del filtrado.

#### CONTROLES DE CALIDAD

- Control en la actividad de las envasadoras: estudios hidrológicos, circuitos cerrados.
- Envases debidamente identificados y controlados.
- Agua Mineral Natural de Mineralización Muy Débil (sólo 27 mg/l).

Captación de **524 millones** de litros de agua.

**Pascual**  
Saludable

La hidratación es un factor muy importante para llevar una vida saludable. Nuestra agua Bezoya, al ser mineral natural, no está sometida a tratamientos químicos, su composición es estable, y es segura y sana. Además disponemos de varios formatos que se adaptan a las necesidades de nuestros consumidores.



#### 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

## Aprovisionamiento\_

Hitos 2017



Hemos mantenido distintas reuniones con ganaderías de eficiencia productiva con ganaderos en Cantabria, Cataluña, Galicia y Aranda.



Nuestra granja de Fuentespina ha sido acreditada como la mejor granja lechera de Burgos por la Asociación Frisona Burgalesa, muestra de nuestra continua apuesta por la calidad.



Participamos en el V Punto Encuentro AECOC contra el Desperdicio Alimentario, en donde nuestros compañeros de Aprovisionamiento Agropecuario expusieron su trabajo sobre desperdicio alimentario en el sector primario.



CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA

Nos hemos adherido al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la contratación alimentaria, cuyo objetivo es lograr 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.



Somos la primera empresa del sector agroalimentario en inscribirse al Decálogo de Sostenibilidad Integral de la Industria Agroalimentaria promovido por el MAPA.



Patrocinamos la segunda edición de los Premios Surcos 2017, que reconocen la labor de profesionales, empresas e instituciones de la agricultura y la ganadería como motor económico de las zonas rurales de Castilla y León.

#### 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

## Aprovisionamiento\_

Hitos 2017



Tres de nuestros ganaderos gallegos han sido galardonados con el Premio Exceleite a las explotaciones con mejor Calidad Higiénico-Sanitaria de Galicia.



Organizamos un taller de Aprovisionamiento Sostenible "Construyendo la Sostenibilidad desde el origen" junto a la Fundación Global Nature.



Junto a la Fundación Global Nature hemos identificado más de 30 medidas ambientales en seguridad alimentaria, sobre agua, paisaje y biodiversidad, energía, autosuficiencia alimentaria, agricultura y residuos.



Iniciativa EFR junto a Fundación Másfamilia para promover la gestión de la conciliación laboral y familiar entre nuestros proveedores minoristas.



Tú, nuestra razón de ser

## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Producción

Producir de acuerdo a los máximos estándares de calidad y sostenibilidad en todas nuestras plantas forma parte de los objetivos de la compañía, en el camino hacia una cadena de valor saludable. Cada día trabajamos para alcanzar los máximos estándares de calidad y eficiencia, por lo que nuestros procesos están vinculados a las principales normas internacionales y a todos los estándares en materia de calidad y seguridad alimentaria.



CENTROS DE TRABAJO

CERTIFICACIONES	ISO 9001 (Calidad)	ISO 14001 (Gestión ambiental)	OHSAS 18001 (Seguridad y salud)	EFR (Conciliación)	ISO 22000 (Inocuidad alimentos)	FSSC 22000 (Seguridad alimentaria)	BRC (Proveedores)	MSA (Seguridad trabajadores)	HALAL (Yogures)
ARTEOVO	★		★	★					
BEZOYA I	★	★	★	★					
BEZOYA II	★	★	★	★	★				
ARANDA-ARMAN (Alianza, Recepción, Mantequera)	★	★	★	★					★
ARANDA-SALA HORIZONTE LECHE	★	★	★	★	★	★			
ARANDA-SALA YOGURES Y POSTRES	★	★	★	★					★
ARANDA-SALA SOJA Y BIFRUTAS	★	★	★	★			★		★
GURB	★	★	★	★	★	★			
MOCAY	★	★	★	★					
MANOTERAS	★	★	★	★					
APROVISIONAMIENTO LECHE	★	★	★	★	★			★	
DELEGACIÓN MADRID		★	★	★					
DELEGACIÓN BARCELONA		★	★	★					
DELEGACIÓN VALENCIA		★	★	★					
DELEGACIÓN VALLADOLID		★	★	★					
RESTO DELEGACIONES (23)			★	★					

- **Certificación SAE** para la exportación a países terceros con requisitos diferentes a los intracomunitarios.
- **Certificado de Bienestar Animal** de las ganaderías proveedoras de leche cruda (proveedores directos), bajo el sello Welfare Quality ®.
- **Sello V-Label Apto** de calidad en productos veganos y vegetarianos para nuestras bebidas vegetales Vivesoy.
- **Certificación de Cálculo de Huella de Carbono.**
- **Certificación Halal para yogures y postres:** yogur líquido PET 750 ml, Bifrutas Tropical 200 ml, Batido chocolate 200 ml, Zumos de Soja, Soja Ligera, Soja Sabor Natural, Soja Sabor Vainilla y Soja con Chocolate.

**Pascual**  
**Saludable**

.... Seguimos los máximos estándares de calidad y eficiencia, cuidando así de nuestro entorno y la cadena de valor.



Tú, nuestra razón de ser

## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Producción\_

## Producción eficiente

Continuamos desarrollando un modelo de producción eficiente, capaz de responder a las necesidades del negocio, con un menor impacto ambiental.

### PRODUCCIÓN EFICIENTE

- Optimizamos la gestión del agua, la energía y los residuos.
- Uso más sostenible.
- Economía circular.

### OBJETIVO H2020 VS 2015

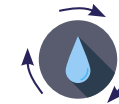
**Pascual**  
**Saludable**

Un consumo eficiente en nuestras plantas de producción nos ayuda a disminuir la contaminación derivada de nuestra actividad, favoreciendo así un entorno más seguro y saludable para la sociedad.

- **Residuo 0** en las plantas de Bezoya en Trescasas y Gurb.
- Producimos **109.000** botellas de agua a la hora.



- **20% reducción ratio consumo eléctrico.**
- Reducción del **26%** en el consumo de energía eléctrica en los últimos **7 años.**



- **20 % reducción ratio del consumo de agua.**
- Reducción del **15%** en el consumo de agua en los últimos **7 años.**



- **Vertido Cero (residuo cero a vertedero).**
- Reducción del **65%** en residuos enviados al vertedero en los últimos **7 años.**

Calidad  
**Pascual**

Tú, nuestra razón de ser

#### 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

## Producción\_

### Nuevo modelo de planta productiva: Ortigosa II

Hemos inaugurado nuestra nueva planta de Bezoja, que nos permitirá satisfacer las necesidades de un mercado en crecimiento.

**NUEVA PLANTA  
DE BEZOYA**  
en Ortigosa  
del Monte (Segovia)

Tres ejes principales: calidad,  
eficiencia y respeto por el  
medio ambiente.

Dos nuevas  
líneas de  
producción.

- Instalaciones más modernas.
- Certificada bajo el sello LEED.
- Con sistemas para monitorizar y reducir el consumo energético y de agua.

**Pascual**  
Saludable

Esta nueva planta contribuye a nuestro objetivo de ser líderes en hidratación saludable y a asegurar el abastecimiento de nuestro mercado.

- Más de **15.000 m<sup>2</sup>** de superficie.
- Inversión de más de **15 millones de euros**.
- Aumento de un **10%** de nuestra capacidad productiva.



## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Producción\_

## Envases

La innovación en el envasado es un elemento clave para mejorar sus cualidades minimizando su impacto ambiental.

### ENVASES SOSTENIBLES

- Innovación.
- Reducción de los materiales empleados.
- Incorporación de materiales reciclados y reciclables.

OBJETIVO H2020



• 100 % envases brik FSC



• 100% cartón reciclado



• 100% etiquetas de papel FSC

**100% PET reciclado en envases**

**Pascual**  
Saludable

Envases sostenibles hacen que los alimentos sean más saludables y de mayor calidad para nuestros consumidores.

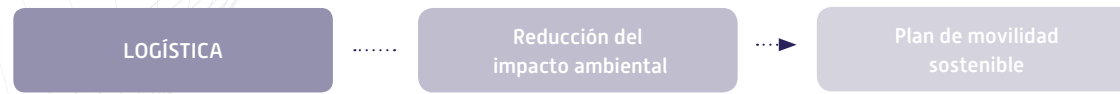
- Disminución del peso de la botella de PET Bezoya de hasta un **10%**.
- Envases libres de **bisfenol A**.



## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Logística\_

Gestionamos la distribución de forma especializada, flexible y focalizada.



### Logística de largo recorrido

Movimientos a plataformas logísticas de nuestros clientes, nuestras delegaciones comerciales y otros distribuidores.

- Flota de **608** vehículos, de los cuales **416** circulan por ciudad.
- **268** transportistas autónomos.

CO<sub>2</sub> **53,73 kgCO<sub>2</sub>/t** de producto transportado.



### Logística de corta distancia

Gracias a Qualianza, nuestra empresa de distribución de corta distancia, realizamos la distribución de última milla en ciudades y centros urbanos.

- **264** vehículos de reparto de corta distancia.
  - **235.557** toneladas transportadas.
  - **9,3** millones de Km recorridos.
  - **375** empleos indirectos generados.
- CO<sub>2</sub> **10,86 kgCO<sub>2</sub>/t** de producto transportado.





## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Logística\_

## Movilidad sostenible

En el ámbito logístico, centramos nuestros esfuerzos en optimizar la eficiencia de nuestro transporte, minimizando su impacto, y en un ambicioso proyecto de vehículos con atributos de sostenibilidad que nos permiten posicionarnos como agente impulsor de una movilidad más sostenible, especialmente en el ámbito urbano.

### MOVILIDAD SOSTENIBLE

Promovemos la movilidad sostenible en toda la cadena de valor.

### FLOTA SOSTENIBLE PARA LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN CIUDADES

- **21** camiones de corta distancia de gas licuado del petróleo.
- **10** camiones de corta distancia de gas natural.
- **13** camiones híbridos de corta distancia.
- **2** camiones eléctricos de corta distancia.
- Más de **400** coches principalmente de gas licuado del petróleo y también eléctricos.

- Más de **2.400** vehículos con certificación Ecostars 5 estrellas.
- Una flota de vehículos con una antigüedad media de **4 años**.
- Vehículos **100% eléctricos** para el reparto en ciudades.

**Pascual**  
Saludable

Una movilidad sostenible permite disminuir la contaminación en nuestro entorno, favoreciendo así a la salud de las personas.



### "Certificación ECOSTARS 5 ESTRELLAS"

La mayor flota sostenible del sector alimentario.



### Incorporación del vehículo eléctrico para el reparto en ciudad.

Proyectos europeos de distribución urbana "última milla" en el centro histórico de Madrid y Barcelona.



### Planes de transporte adaptados a las necesidades

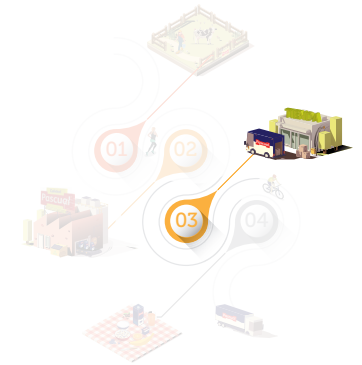
de empleados, comerciales y logística de larga distancia.



## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Logística\_

## Movilidad sostenible – Hitos 2017



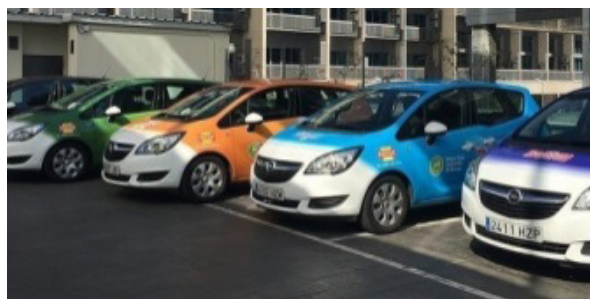
Han otorgado el Premio AEDIVE [Asociación Empresarial para el Desarrollo e Impulso del Vehículo Eléctrico] a nuestro Coordinador de Movilidad Sostenible, José Carlos Espeso, por su impulso a una movilidad sostenible y eléctrica.



Hemos colaborado con AEDIVE y Endesa en el impulso al vehículo eléctrico en flotas, a través de un piloto de vehículos 100% eléctricos en nuestra delegación de Baleares.



Participamos en el Día de la Bicicleta de Málaga a través de una conferencia sobre movilidad sostenible y su importancia para la salud.



Renovamos la 'Acreditación Flota Ecológica' de AEGFA en 580 vehículos, que acredita que nuestro parque móvil cumple con estándares de respeto medioambiental y sostenibilidad.



Participamos en la Semana Europea de la Movilidad 2017, cuyo objetivo es sensibilizar a políticos, empresarios y ciudadanos de los beneficios económicos, sociales y medioambientales que una movilidad sostenible, segura e inteligente aporta a nuestra sociedad.



Hemos sido coorganizadores oficiales del II Congreso de Movilidad y Turismo Sostenible de Málaga, una cita relevante en el sector de la movilidad donde participamos en mesas y debates y hemos anunciado nuestro próximo proyecto de movilidad eléctrica.

## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

### Distribución y ventas\_

Ganar la admiración del cliente manteniendo y cuidando el servicio excelente al pequeño comercio - **de alimentación o de hostelería**- y al canal de **distribución moderna**.

Con este objetivo construimos nuestras relaciones con los colaboradores en la fase de distribución.

#### COLABORADORES EN EL PUNTO DE VENTA

Más de **95.500** clientes en 2017.

**Pascual**  
Saludable

Como empresa preocupada por la salud y el bienestar de nuestro entorno, también nos preocupa promover una vida sana y saludable entre nuestros clientes.

#### Distribución Moderna

- Visibilidad de nuestras marcas y productos.

#### Hostelería y Distribución Capilar (HDC)

- Relaciones de largo plazo.
- Creación de valor compartido.
- Posición de liderazgo en la red de hostelería y alimentación.
- Desarrollo del canal de distribuidores.

#### Canales comerciales de Calidad Pascual

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



Tú, nuestra razón de ser

## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

### Distribución y ventas\_

#### Colaboradores en el punto de venta

El **canal Horeca**, es uno de nuestros canales fundamentales con el propósito de mantener una presencia muy activa en el comercio tradicional.

El **pequeño comercio** tiene un papel muy relevante en nuestra estrategia, ya que nos permite distribuir mejor el valor generado, diversificar nuestro riesgo y trabajar conjuntamente en trasladar al consumidor los productos **más saludables** y de **mayor calidad** posibles.

**Qualianza**, nuestra red de distribución, constituye una potente herramienta comercial y logística para ofrecer a nuestros clientes un **servicio integral** a través de un amplio portafolio de productos adaptados a sus necesidades, formado no solo por productos de nuestras marcas, sino también por las enseñanzas de nuestros socios: Idilia Foods (Cola Cao y Okey), Unilever (Flora), Agua Pedras, Zumosol, Heinz, Kellogg, Garavilla (Conservas Isabel), La Zaragozana (Cervezas Ambar) o Borges.



Tú, nuestra razón de ser

#### 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

## Distribución y ventas\_

### Canal internacional

Seguimos fortaleciendo nuestra presencia internacional, uno de los ejes de nuestra Estrategia 2020. Para ello desarrollamos dos líneas de actuación:

- La **exportación** de productos elaborados, fundamentalmente de yogures de larga vida que nos permite llegar a un público más amplio facilitando el acceso a un alimento que contiene excelentes propiedades nutritivas sin necesidad de frío.
- Política de **alianzas** con otros grupos en países estratégicos. La mayoría de las ventas que provienen de esta línea proceden de Filipinas, Angola y Guinea Ecuatorial, pero también llevamos acabo operaciones comerciales en 70 países más. Una de nuestras principales alianzas es la desarrollada con Asia Brewery para la distribución en exclusiva de yogures de larga vida en Filipinas bajo la marca "**Creamy Delight**".

**Pascual**  
Saludable

A través de nuestras exportaciones y nuestras alianzas conseguimos hacer llegar nuestros productos saludables y de calidad a otros países, favoreciendo en muchos casos el acceso a productos lácteos a través del yogur de larga vida, que no requiere cadena de frío.

- Exportamos a **73** países.
- **25,9** millones de euros de facturación internacional.



PRINCIPALES FOCOS DE VENTA

  
ASIA BREWERY  
INCORPORATED

+

  
Calidad  
**Pascual**

=

  
Pascual  
FOODS

  
Calidad  
**Pascual**

Tú, nuestra razón de ser

## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

### Distribución y ventas\_

#### Hostelería y Distribución Capilar - Hitos 2017



En 2017 se ha celebrado la tercera edición de Mocay Academy, iniciativa a través de la cual enseñamos a camareros y profesionales hosteleros los secretos para servir el mejor café.

Este año hemos contado de nuevo con Adrián Fernández, uno de los mejores baristas del país y recién nombrado campeón de España de Brewers, quien durante toda la edición de Mocay Academy mostró los secretos de los maestros del café a los asistentes.

Como novedad este año, se impartieron 4 formaciones piloto en Madrid, Barcelona, Pamplona y Bilbao sobre combinados clásicos como lattes, capuchinos saborizados o irlandeses, y otras opciones más "disruptivas", para seguir así formando a nuestros hosteleros. Además, los participantes recibieron una serie de incentivos por participar en Mocay Academy:

- Un sello para los hosteleros que acredita que en su establecimiento se sirve el mejor café Mocay.
- Diploma acreditativo de asistencia al curso para los camareros.
- Participación en el sorteo de un Maletín Barista para poder seguir practicando.

- 383 sesiones formativas impartidas en 46 provincias con 306 formadores a más de 2.400 hosteleros.



Tú, nuestra razón de ser

#### 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

## Distribución y ventas\_

### Hostelería y Distribución Capilar - Hitos 2017



**Inauguramos nueva delegación comercial en Torrejón de Ardoz en Madrid,** cuyo mercado supone el 18% del volumen de negocio, la cual nos permite mejorar nuestra posición de liderazgo, reforzar nuestra ya amplia cobertura en esta Comunidad y alcanzar nuestros objetivos de crecimiento a nivel nacional.



**Hemos estado presentes en GastroCanarias 2017,** punto de encuentro de profesionales y plataforma de divulgación de todo lo relacionado con la Gastronomía canaria, con nuestra oferta para hostelería para las más de 10.000 personas asistentes.



**Nuevos vasos Take Away de Mocay Caffé** para llevar de diferentes tamaños con un diseño moderno y urbano. Han sido elegidos a través del concurso "**Crea para 1 millón**", fomentando así la creatividad de jóvenes ilustradores españoles.

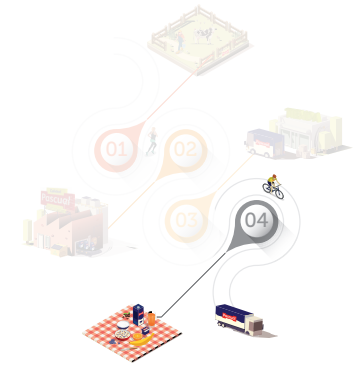


*Tú, nuestra razón de ser*

#### 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

## Consumo\_

Desde nuestro objetivo de construir una cadena de valor saludable, queremos sensibilizar a nuestro entorno y fomentar hábitos saludables y responsables de consumo alimentario.



**Pascual**  
Saludable

Nuestro principal objetivo es ofrecer a nuestros consumidores líneas de productos adaptadas a sus necesidades a través de productos de calidad y saludables, al igual que promover un consumo responsable y hábitos de vida saludables.

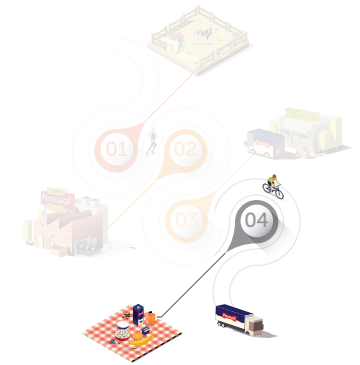


## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Consumo\_

## Consumo responsable y saludable

En línea con nuestra Estrategia 2020 buscamos volver a conectar nuestras marcas con nuestros consumidores y responder a sus demandas sociales y saludables, yendo más allá de la oferta de productos lácteos y consolidándonos como una empresa familiar enfocada en la salud y la nutrición y un referente español en alimentación saludable y en innovación. Para ello, llevaremos a cabo un posicionamiento de nuestras marcas en torno a tres momentos del consumo:



### DESAYUNO NUTRITIVO

Calidad Pascual como referente en lácteos.



### SNACKING

Amplia gama de productos para beber, como alternativa saludable para el consumo entre horas.



### HIDRATACIÓN SALUDABLE

Líderes a través de nuestra marca Bezoya de agua mineral natural de mineralización muy débil.



## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Consumo\_

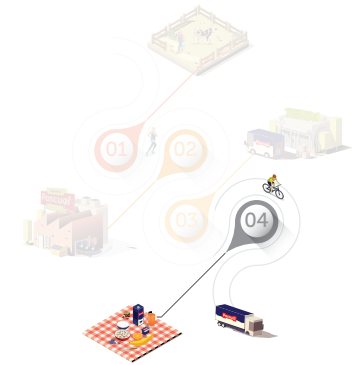
## Oferta de productos saludables

Trabajamos continuamente en mejorar la composición de nuestros productos para hacerlos más saludables así como en ampliar nuestra oferta adaptándola a las necesidades de nuestros consumidores.



### LECHE PASCUAL Y OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS

Productos con un sabor superior gracias al proceso de Uperisación que nos permite conservar todo su sabor, calidad total demostrada a través de continuos controles de calidad, y hechos con la mejor materia prima mediante el cuidado óptimo de las vacas por parte de nuestros ganaderos.



- **Leche clásica.** En Leche Pascual ofrecemos nuestra mejor leche con todos sus nutrientes, sabor y calidad, en todas sus variantes: desnatada, semidesnatada y entera.



- **Flora FolicB y Flora Pro.Active.** Ayuda a controlar los niveles de colesterol.



- **Leche Pascual Sin Lactosa.** Más digestiva y con los mismos nutrientes y sabor que la clásica.



- **Nata Pascual.** Elaborada a partir de leche entera cruda, lo que hace que tenga un sabor y textura únicos.



- **Leche Pascual Calcio.** Rica en vitamina D que ayuda a la absorción normal del calcio, aportando el 50% de la ingesta diaria recomendada y necesaria para un buen funcionamiento del cuerpo y una buena salud ósea.



- **Batidos.** Fuente de nutrientes en cuatro deliciosos sabores: chocolate, chocolate blanco, vainilla y fresa, con toda la calidad de nuestra leche.



Tú, nuestra razón de ser

## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

### Consumo\_

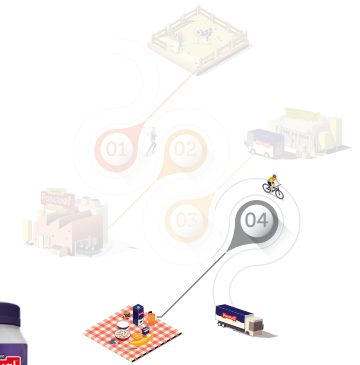
#### Oferta de productos saludables

- **Mantequilla Pascual.** Rica en vitaminas A, D y E y elaborada a partir de un sistema avanzado que mantiene la calidad de origen, su sabor, y la textura de la mantequilla tradicional.



- **Yogures líquidos Pascual.**

Yogures para toda la familia y edades elaborados a partir de ingredientes de alta calidad como nuestra mejor leche líquida.



- **Yogures Pascual.**

Los yogures de siempre con un sabor y textura irresistibles y elaborados con ingredientes de alta calidad.



- **Postres Pascual.**

Nuestros deliciosos flanes y natillas con una receta única con ingredientes de alta calidad como nuestra leche Pascual, con los sabores más populares.



#### AGUA MINERAL NATURAL BEZOYA

Agua procedente de la Sierra de Guadarrama en plena naturaleza y en la provincia de Segovia, única, de mineralización muy débil y con un residuo seco muy bajo que la diferencia de la gran mayoría de aguas, indicada para dietas pobres en sodio y para la preparación de alimentos infantiles.



## 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

# Consumo\_

## Oferta de productos saludables



### BEBIDAS VEGETALES VIVESOY

Variado catálogo de bebidas vegetales ricas en sabores y texturas.



#### • Bebidas de soja Vivesoy

La mejor selección de bebidas de soja 100% vegetales, elaboradas con soja no transgénica y con bajo contenido en sodio, y con tres variedades: soja natural, soja de sabores y fruta y soja.



#### • Vivesoy bebida de Quinoa

Descubre la nueva y deliciosa bebida de quinoa y arroz, ¡100% vegetal!



#### • Bebida de avena Vivesoy

Bebidas 100% vegetales elaboradas con dorados granos de avena molidos, disponible en distintos formatos para que elijas cómo y dónde tomarlas: el envase clásico y Vivesoy go! para llevar.



#### • Vivesoy Espelta

Es la nueva y exquisita bebida de espelta 100% vegetal de Vivesoy.



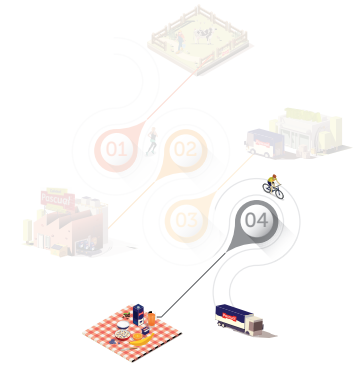
#### • Vivesoy Almendras

Exquisita leche de almendras 100% vegetal enriquecida en calcio y vitamina D, baja en grasas, con bajo contenido en sodio y sin conservantes.



#### • Vasos on the go

Con el nuevo formato vaso, ¡disfruta de estas variedades Vivesoy donde quieras!



Tú, nuestra razón de ser

#### 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

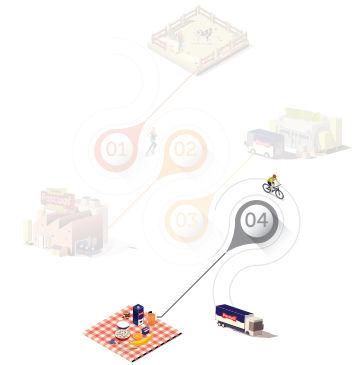
## Consumo\_

### Oferta de productos saludables



#### BIFRUTAS ZERO

Una bebida muy sabrosa y nutritiva enriquecida en vitaminas A, C y E elaborada a partir de Leche Desnatada Pascual y Zumo de diferentes frutas, con 0% materia grasa y sin azúcares añadidos, disponible en diferentes formatos según las necesidades del consumidor y cuatro sabores.



#### CAFÉ MOCAY

Disponibles tres gamas: selección de blends con la máxima calidad, Gama Exclusive para satisfacer los paladares más exquisitos y una selección de tés e infusiones.



#### THE GOODS

Nuevo smoothie vegetal que combina frutas y verduras con ingredientes 100% naturales, disponible en tres variedades diferentes, y con un formato que te permite llevártelo a cualquier parte.



#### 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

## Consumo\_

### Fomento de hábitos saludables y consumo responsable – Hitos 2017

Carrefour 



Colaboramos con Carrefour en la Vuelta ciclista a España, como muestra de nuestro compromiso con la promoción de hábitos saludables, con distintas actividades destinadas al público infantil y adulto en los hipermercados de las ciudades donde terminaba cada una de las 21 etapas, con las cuales hemos impactado en 9.000 personas.



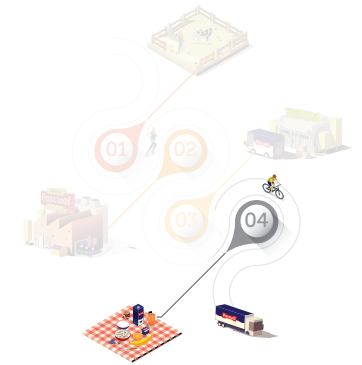
Participamos en la primera edición del programa UAM-Carrefour para la minimización del desperdicio alimentario, uno de los ejes de nuestro Plan de Gestión del Impacto Ambiental.



Realizamos un taller sobre "Alimentación saludable" impartido por el Instituto Tomás Pascual Sanz dentro de la jornada de puertas abiertas que Carrefour organizó para sus empleados, en la que participaron 200 niños.



A través del Instituto Tomás Pascual Sanz impartimos en Mi-cropolix talleres de salud para 350 niños en colaboración con El Corte Inglés, cuyo objetivo era transmitir a los niños la importancia de mantener unos hábitos saludables en el día a día.



#### 4. UNA CADENA DE VALOR DISEÑADA PARA UNOS GRUPOS DE INTERÉS MÁS SALUDABLES

## Consumo\_

### Fomento de hábitos saludables y consumo responsable – Hitos 2017



Presentamos a través del Instituto Tomás Pascual Sanz el primer estudio sobre obesidad infantil en Aranda de Duero, que tras analizar una muestra de 1.206 niños y niñas de entre 3 y 12 años, concluye que un 16,1% de los niños y niñas tiene obesidad y un 19,7% presenta sobrepeso, confirmando la alta prevalencia de obesidad y sobrepeso infantil que vienen destacando los últimos estudios nacionales e internacionales.



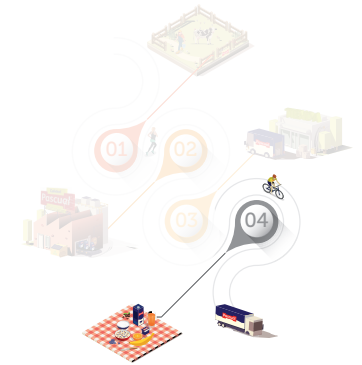
Entregamos el galardón a 'Vivesoy a la Promoción del Autocuidado y los Hábitos de Vida Saludable' en los Premios Enfermería en Desarrollo, a María José Rey y Ruíz, enfermera de Pediatría del Centro de Salud de Corvera-Asturias por su proyecto 'Quien bien comienza...', que promueve los hábitos saludables en la población infantil y sus familias, tanto en el centro sanitario como en la comunidad y en los centros educativos.



*"Hidrata tu mente, hidrata tu cuerpo, hidrata tus sentidos..."*, campaña de Bezoia que traslada la importancia de la hidratación a nuestros consumidores.



Presentamos el Food-truck DiaBalance, que lleva nuestra gama de productos para el control de la glucosa a toda España y en la cual el público pudo comprar productos, obtener descuentos para el e-commerce, y otras sorpresas.



*Tú, nuestra razón de ser*

# 05. ¿CUÁL ES EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE NUESTRA CADENA DE VALOR?

En Calidad Pascual redistribuimos la mayor parte del valor económico generado entre nuestros empleados, proveedores, colaboradores y la sociedad en general.





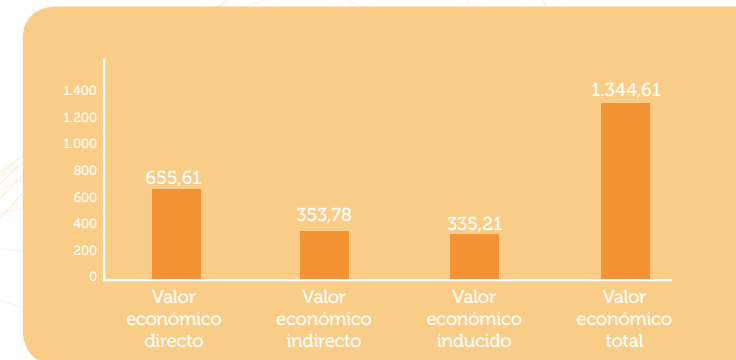
## 5. ¿CUÁL ES EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE NUESTRA CADENA DE VALOR?

### Resultados del estudio de impacto socioeconómico

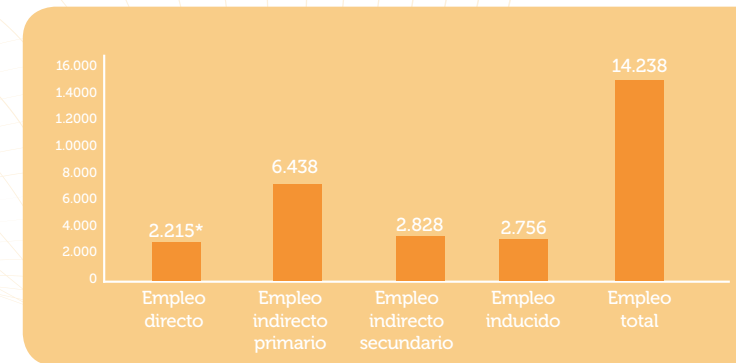
Los resultados obtenidos del estudio de impacto socioeconómico de Calidad Pascual nos permiten representar y poner en valor nuestro modelo de creación de valor compartido y complementar la presentación de la información financiera de la compañía.

- En Calidad Pascual generamos un **impacto económico total** de **1.344,61 millones de euros**, además de la creación de **14.238 puestos de trabajo** equivalentes a jornada completa.
- Nuestra actividad genera de **manera indirecta**, en aquellos sectores que suministran a los receptores directos de las operaciones de la compañía, un valor económico de **353,78 millones de euros**.
- En términos de empleo, el **valor de empleo indirecto primario** generado (proveedores de primer nivel) es de **6.438 puestos**, y el **secundario** (proveedores de segundo nivel) es de **2.828 puestos**.
- De manera **inducida**, es decir, a través del consumo de bienes y servicios por parte de los empleados de los sectores que se benefician de nuestra actividad, generamos un impacto económico de **335,21 millones de euros** y **2.756 puestos de trabajo** a jornada completa.

- **1,35€** generados por cada litro/kilo producido.
- Con cada **67.982** litros/kilos producidos generamos un empleo.



Valor económico generado por la actividad de Calidad Pascual (millones de euros)





Empleo generado por la actividad de Calidad Pascual (puestos de trabajo equivalentes a jornada completa)



Tú, nuestra razón de ser

## Resultados del estudio de impacto socioeconómico\_

¿CÓMO SE DISTRIBUYE EL IMPACTO ECONÓMICO GENERADO POR CALIDAD PASCUAL?

IMPACTO DIRECTO	IMPACTO EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA:	INDIRECTO	INDUCIDO
 <b>EMPLEADOS</b>	• Industria	185,88 mill. €	163,48 mill. €
	• Comercio y transporte	54,38 mill. €	46,87 mill. €
 <b>IMPUESTOS Y OTROS PAGOS A LA ADMINISTRACIÓN</b>	• Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	30,18 mill. €	31,59 mill. €
	• Servicios profesionales	27,92 mill. €	33,31 mill. €
 <b>655,61 MILLONES DE EUROS</b>	• Ocio	19,01 mill. €	20,85 mill. €
	• Información y comunicaciones	16,58 mill. €	16,24 mill. €
 <b>PROVEEDORES</b>	• Administración y servicios públicos	8,96 mill. €	10,46 mill. €
	• Finanzas y seguros	6,47 mill. €	6,54 mill. €
 <b>INVERSIONES Y ACCIONES SOCIALES</b>	• Construcción	3,17 mill. €	4,85 mill. €
	• Actividades inmobiliarias	1,20 mill. €	0,98 mill. €
			 <b>1.344,61 MILLONES DE EUROS</b>

## Resultados del estudio de impacto socioeconómico\_

¿CÓMO SE DISTRIBUYE EL EMPLEO GENERADO POR CALIDAD PASCUAL?

IMPACTO DIRECTO	IMPACTO EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA:	INDIRECTO	INDUCIDO
	• Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3.076	518
	• Industria	2.026	838
	• Administración y servicios públicos	1.505	165
	• Comercio y transporte	1.247	470
	• Servicios profesionales	733	274
	• Ocio	396	338
	• Finanzas y seguros	118	34
	• Información y comunicaciones	94	78
	• Construcción	41	36
	• Actividades inmobiliarias	19	1



14.238 PUESTOS DE TRABAJO



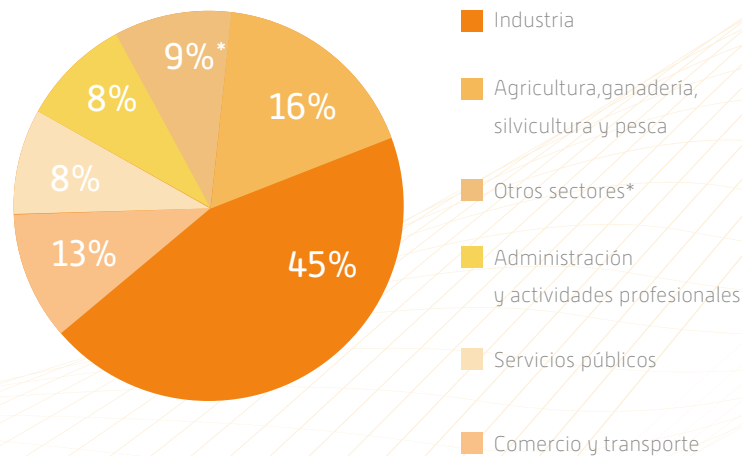
EMPLEOS DIRECTOS 2.215\*

## Resultados del estudio de impacto socioeconómico\_

### ¿CÓMO ES LA DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA Y EL EMPLEO GENERADOS POR CALIDAD PASCUAL?

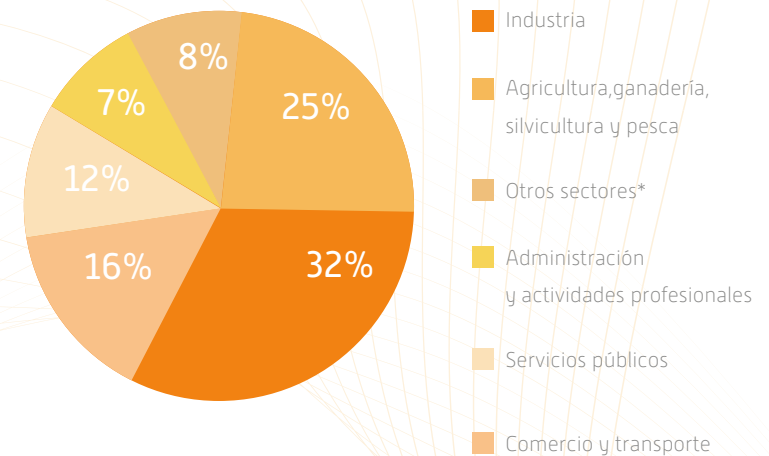
En términos sectoriales, el mayor impacto de la compañía se concentra en los sectores industrial y agrario, que entre ambos suponen más del 61% del impacto económico de Calidad Pascual.

Los principales sectores en los que recae la mayor parte del impacto económico de Calidad Pascual son el de agricultura y ganadería [aprovisionamiento], productos de caucho y plásticos (envases), transporte terrestre (logística), administración pública y la industria manufacturera.



En los sectores primario e industrial es donde se genera un mayor empleo, alcanzando los 8.158 puestos de trabajo equivalentes a jornada completa.

Los principales sectores en los que generamos mayor empleo son el de agricultura y ganadería [aprovisionamiento] e industria alimentaria.

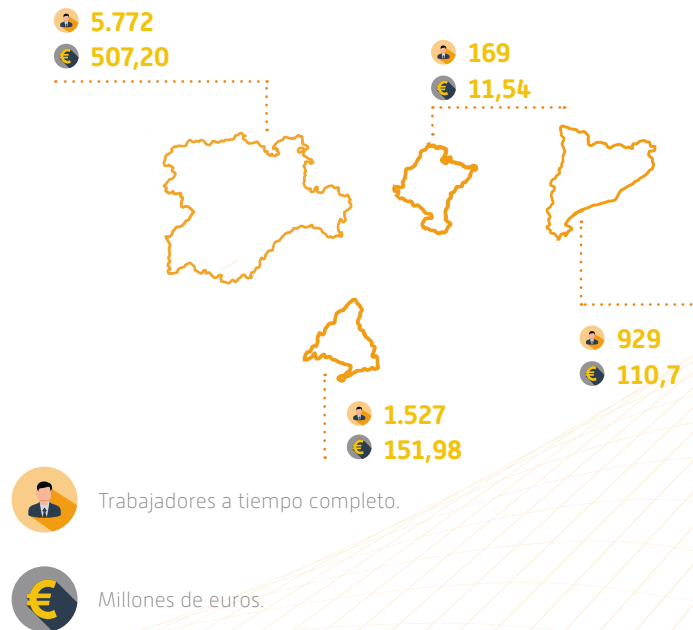


\*Otros sectores: construcción, información y comunicaciones, actividades financieras, actividades inmobiliarias, y actividades recreativas y servicios domésticos.

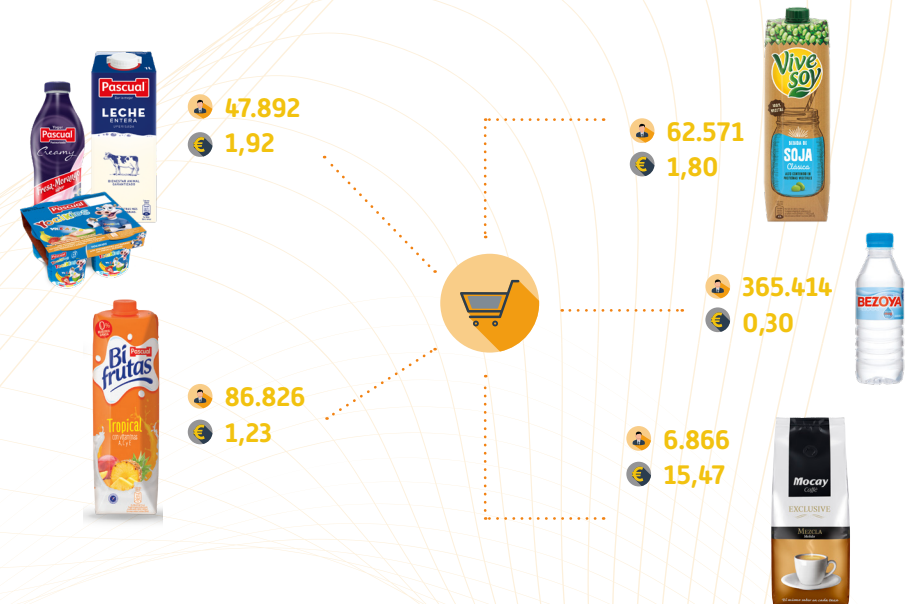
## Resultados del estudio de impacto socioeconómico\_

¿CÓMO ES LA DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA Y EL EMPLEO GENERADOS POR CALIDAD PASCUAL?

Las comunidades con mayor presencia de Calidad Pascual son Castilla y León, Cataluña, Madrid y Navarra.



Las cadenas de valor de todos nuestros productos son agentes de creación de riqueza y empleo en distintos sectores.



- La riqueza generada por Calidad Pascual en el sector primario supone el **3,06% del PIB del sector en Castilla y León.**
- La riqueza generada por Calidad Pascual en el sector primario supone el **1,78% del PIB del sector en Cataluña.**

- Litros/kilos necesarios para crear un empleo.
- Euros generados por cada litro/kilo producido.



Tú, nuestra razón de ser



06.

## ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?

Abiertos, responsables, sostenibles o excelentes, son algunos de los atributos que desarrollamos para impulsar la creación de valor compartido a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



# La escucha y el diálogo con los grupos de interés\_

## Proceso de escucha a los grupos de interés

Contamos con un sistema de diálogo formado por procesos de escucha y de comunicación y elementos de decisión que nos permiten ampliar la información disponible sobre los grupos de interés.

### PUNTOS FUERTES

- **Proceso formalizado e integrado** en modelo de gestión Pascual.
- **Mapa de grupos de interés definido** e implantado.
- **Canales de escucha** para todos los grupos de interés.
- **Escucha integrada** en la gestión operativa de las áreas.

### ÁREAS DE MEJORA

- **La madurez de la escucha no es homogénea:** para determinados grupos de interés está más estructurada y sistematizada que para otros.
- **La escucha como input de la estrategia:** elevar la escucha operativa para identificar “insights” estratégicos.
- Potenciar la **escucha directa a consumidor.**
- **Reforzar la escucha en todos los grupos de interés:** sistematizar/mejora continua.
- Estructurar y mejorar **la gestión del conocimiento y documental vinculada a la escucha.**
- Reforzar y coordinar la **“escucha digital”** de Pascual.

### CONCLUSIONES

1. Recogida de conclusiones de la escucha con cada gestor de los grupos de interés.
2. Volcado de todos los ítems de información en BBDD para su análisis.
3. Agrupación por afinidad.
4. Definición de las categorías según agrupación anterior.
5. Análisis de categorías que aparecen por cada grupo de interés.

Plan de mejora  
de la escucha  
de cada grupo  
de interés

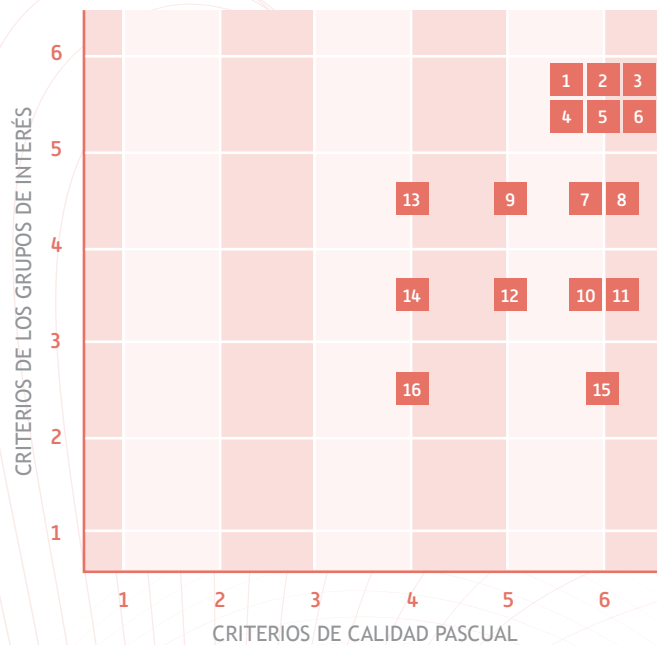
## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



# La escucha y el diálogo con los grupos de interés

## Sistema de diálogo con los grupos de interés

La escucha de nuestros grupos de interés nos permite identificar aquellos asuntos relevantes, tanto para ellos como para la compañía, estableciendo así nuestras prioridades estratégicas que se recogen en la matriz de materialidad. Actualmente nos encontramos en proceso de actualización de esta matriz.



### ASUNTOS MATERIALES EN NUESTRO DESEMPEÑO

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.



## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?

# La escucha y el diálogo con los grupos de interés\_

### Canales de diálogo

A través de la identificación de nuestros grupos de interés y nuestro Sistema de Escucha logramos establecer canales de diálogo fluidos con cada uno de ellos, lo que nos permite identificar riesgos y oportunidades, sus necesidades y sus expectativas.

ESCUCHA Y DIÁLOGO



INNOVACIÓN



MEDIO AMBIENTE



ALIANZAS



EXCELENCIA



PERSONAS



SOCIAL



#### CLIENTES

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



#### 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.
- Teléfono y formulario web de atención al consumidor.



#### EMPLEADOS

- Escucha directa en el día a día.
- Encuesta y Grupos de clima laboral.
- Comités de empresa.
- Encuestas específicas para temas concretos.
- I-leaders.
- Focus group y jornadas participativas.
- Acciones de escucha en los centros de trabajo.
- Desayunos y comidas periódicos con Presidencia.
- Despachos con el colaborador/a en el Sistema de Gestión de Desempeño.
- Canal Abierto Pascual.
- Encuesta EFR (cada 24 meses).
- Programa de intraemprendimiento.



#### PROVEEDORES

- Escucha personalizada en el día a día.
- Reuniones por áreas geográficas de recogida de leche y soja.
- Visitas de los técnicos agropecuarios a los proveedores lácteos y de soja.
- Reunión anual de presentación de estrategia y mejoras.
- Encuesta anual.
- Jornadas técnicas.
- Mesas lácteas.
- Presentación trimestral de resultados en bancos.



#### ACCIONISTAS

- Relación informal.
- Asamblea familiar.
- Otras reuniones periódicas.
- Órganos Gobierno.
- Oficina de familia.
- Consejo de familia.
- Consejo de Administración y Comisiones.



#### CIUDADANOS

- Informes de cobertura en medios.
- 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 y con la Administración Pública.
- Reuniones presenciales en asociaciones.
- Reuniones con entidades aliadas del Tercer Sector y con Asociaciones de RSC.

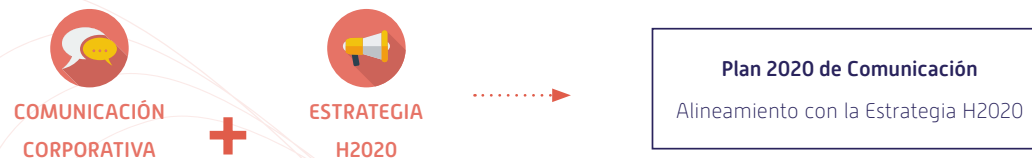
## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



# La escucha y el diálogo con los grupos de interés\_

## Estrategia de comunicación

Nuestro objetivo es construir un Plan 2020 de Comunicación Corporativa alineado con nuestra estrategia Horizonte 2020, mediante procesos y planes que nos permitan alcanzar nuestras metas, acompañados por una organización y el talento que nos permitan ejecutarlos.



### Misión

- Coordinar la comunicación corporativa para 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.
- Gestionar directamente la relación con los medios de comunicación.
- Gestionar directamente la comunicación en los entornos digitales.

### Sistema de diálogo con grupos de interés

#### 1. Mantener una escucha activa en los canales y con los grupos de interés con los que nos relacionamos que contribuya a la consecución de las ambiciones estratégicas:

- Seguimiento permanente en medios digitales y sociales.
- Escucha a medios de comunicación.
- Escucha reputacional a los grupos de interés.

#### 2. Establecer planes de comunicación anuales corporativos para avanzar hacia las ambiciones estratégicas:

- Coordinación.
- Comunicación en medios.
- Comunicación en entornos digitales.
- Comunicación con otros grupos de interés.

Buscamos consolidar nuestra relación con los medios y ganar la admiración de los líderes de opinión, adaptándonos al nuevo ecosistema mediático, a través de los siguientes objetivos para 2020:



#### DIÁLOGO CON LÍDERES DE OPINIÓN

Prestamos atención a la relación fluida con los líderes de opinión.



#### POSICIONAR A NUESTROS LÍDERES COMO REFERENTES

Consideramos a nuestros directivos como referentes en los medios sobre temas relevantes para nosotros como alimentación saludable, innovación, calidad, gestión responsable, etc.



#### GLOCALIZACIÓN

Nos adaptamos a las peculiaridades de cada entorno y comunidad para hacer llegar nuestros mensajes a todo el territorio nacional.



#### DIGITALIZACIÓN 4.0

Nos encontramos ante un lector multicanal y familiarizado con los formatos digitales, por lo que en Calidad Pascual como referente en Transformación Digital, apostamos por digitalizar nuestra relación con los medios.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



# La escucha y el diálogo con los grupos de interés\_

## Calidad Pascual con los líderes de opinión

A través de nuestra nueva iniciativa Desayunos Pascual, consolidamos nuestra relación con los medios y ganamos la admiración de los líderes de opinión en nuestro sector.

**Desayunos Pascual** es una de nuestras novedades más innovadoras de 2017. Se trata de una serie de encuentros entre nuestros principales directivos y medios de comunicación, en donde pueden conversar sobre los últimos avances y novedades de nuestra compañía.



Tratamos **temas de interés** para la sociedad, los medios y nuestra compañía, en torno a los territorios de **Calidad, Salud, Innovación y Gestión Ética y Responsable**.



**Top of mind** de los medios, a través de la **proactividad** y la **generación de contenido**.



**Relación con los medios** clave de cada sector, abriéndoles nuestras instalaciones a través de la **honestidad** y la **transparencia**.



En uno de los coloquios hablamos de la **innovación abierta y colaborativa** con Cecilia Hernández, Jefa del Departamento de Salud, Bioeconomía, Clima y Recursos Naturales del CDTI [Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial] y Álvaro Bernad, director de Innovación Disruptiva de Calidad Pascual.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?

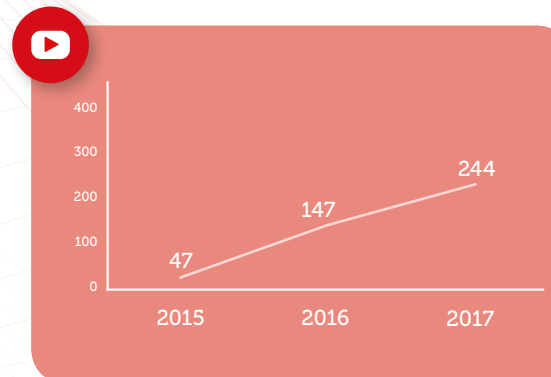
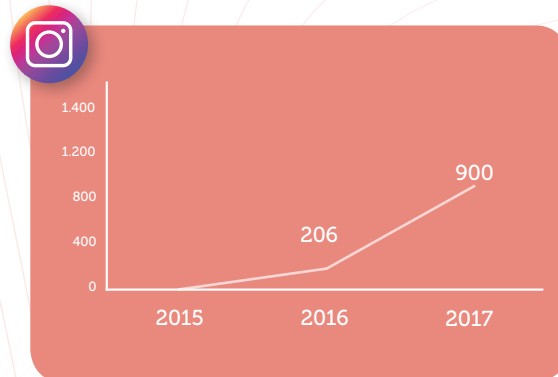
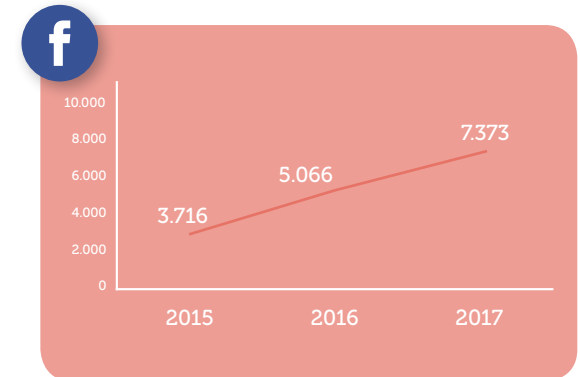
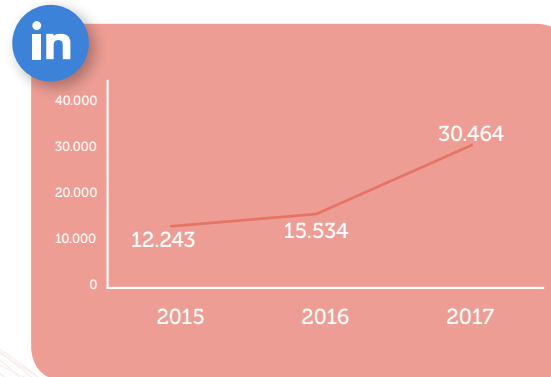
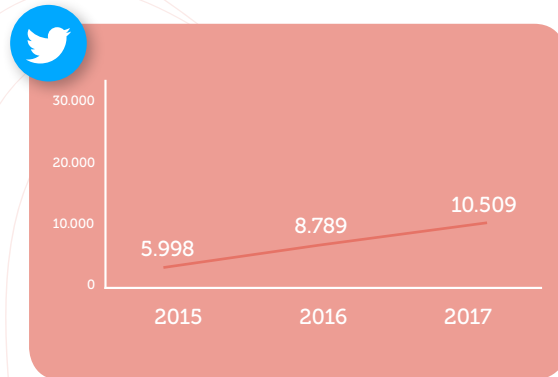


# La escucha y el diálogo con los grupos de interés\_

## Nuestras redes sociales en 2017

Una parte fundamental de la Estrategia de Comunicación de Calidad Pascual es nuestra presencia en las redes sociales, ya que nos permiten mantener una relación ágil y dinámica con nuestros grupos de interés, y ver y analizar la conversación sobre la Compañía, así como otros perfiles de interés.

**Presencia en redes sociales** (número de seguidores en los perfiles de Calidad Pascual).



**LA COMUNIDAD ONLINE DE CALIDAD PASCUAL CRECIÓ UN 42% EN 2017**

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



# La escucha y el diálogo con los grupos de interés\_

## Presencia en medios y posicionamiento online

Hemos logrado transmitir una imagen en los medios de Calidad Pascual de una empresa de calidad, comprometida, innovadora y responsable.



**Hemos lanzado la nueva web de la compañía,** adaptada a los nuevos tiempos con un diseño y una navegación innovadores y un contenido de calidad y que ha generado gran engagement gracias a los contenidos propios, de RSE y relacionados con las marcas.



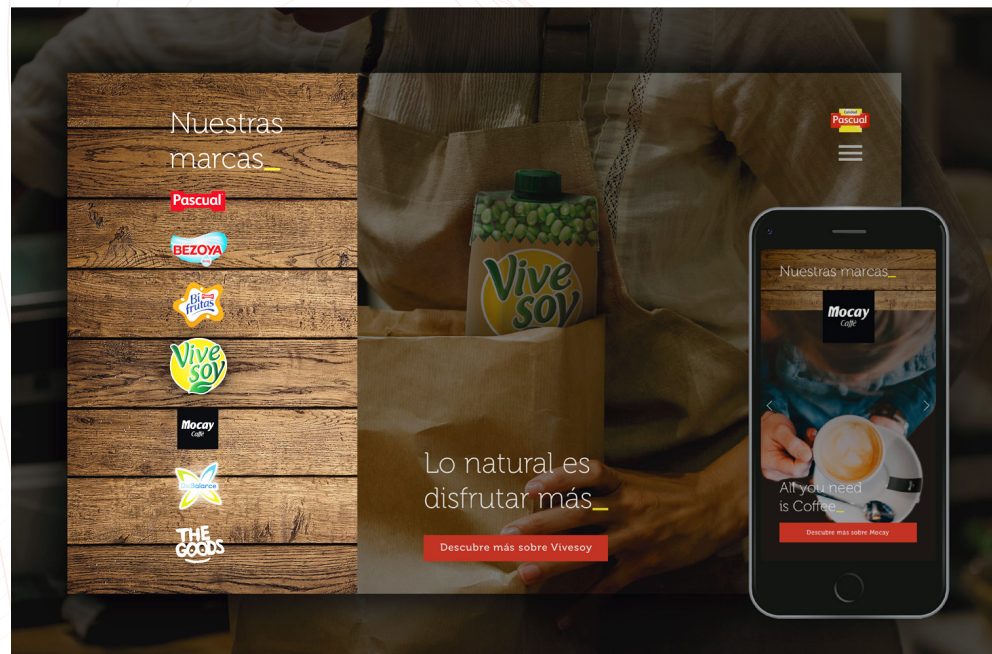
**Contamos con altas tasas de interacción gracias a la escucha,** ya que todas las métricas marcan evoluciones positivas y mayores año tras año en todos los parámetros y redes sociales.



**Seguimos apostando por los formatos narrativos innovadores en redes,** a través de Periscope, Facebook Live y acciones que muestren el día a día de la compañía [#MovimientoPascual].



**Hemos presentado** nuestra nueva intranet corporativa. Una plataforma multidispositivo para el diálogo con los empleados con una nueva estructura y organización de contenidos, que combina la comunicación interna con herramientas y servicios para estos.



- **4.822** impactos en los medios de comunicación.
- **99%** de las noticias sobre Calidad Pascual fueron positivas.
- **88** publicaciones en web sobre nutrición y estilo de vida saludable.



Tú, nuestra razón de ser

## La calidad y la excelencia\_

Además de formar parte de nuestros valores, la calidad y la excelencia forman parte de nuestro ADN en busca de una gestión ética, responsable y excelente de nuestro modelo de negocio.

Para ello, disponemos de un modelo propio de gestión "Mare Nostrum", a través del cual la excelencia se convierte en una prioridad para toda la organización mediante 7 pasos:

- 1. Fijación de objetivos:** ¿dónde estamos?, ¿a dónde queremos llegar?
- 2. Anticiparse a eventos que puedan afectar a nuestros objetivos:** la anticipación juega un papel muy importante en el modelo de gestión. Se trata de ser proactivos, estudiar los riesgos y oportunidades.
- 3. Planificación:** implementación de iniciativas de cara a la consecución de los objetivos, asignando responsables, plazos y recursos.
- 4. Cumplimiento:** no se trata sólo de cumplir los objetivos, sino de hacerlo de manera ética, responsable y excelente.
- 5. Documentación:** es importante documentar todo el proceso para que las personas que participen dispongan de toda la información de manera clara y precisa.
- 6. Ejecución:** hacer lo que se ha concluido que hay que hacer.
- 7. Verificación:** validar la consecución de las metas y aprender a mejorar.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



## La calidad y la excelencia\_

### Satisfacción de nuestros grupos de interés

Dando respuesta a las necesidades de nuestros grupos de interés, buscamos su mayor satisfacción con nuestros servicios y productos.

Para ello, los escuchamos a través de nuestro canal de reclamaciones, tanto por teléfono como las redes sociales, y evaluamos el desempeño de nuestros proveedores.

- **2,09** reclamaciones por cada millón de envases.
- **1.042** reclamaciones de clientes, gestionadas y resueltas en su totalidad.
- El **74%** de las reclamaciones de clientes se resuelven en menos de **15** días.
- Hemos gestionado **1.412** consultas y **898** reclamaciones de consumidores.
- Más de **24** millones de consumidores.
- Nivel de servicio y satisfacción de clientes en todos los canales (distribución moderna, distribuidores y red) del **92%**.
- **80,7%** de satisfacción de nuestros clientes del canal HORECA.
- Puesto **9** en el Ranking Advantage Group de distribución organizada.



# La calidad y la excelencia\_

## Reputación

Muestra de nuestro objetivo de ser una marca reconocida por su reputación en base a la calidad en la gestión, la responsabilidad y el trato en la atención a clientes, es nuestra presencia en los principales rankings del sector.



**mercoEMPRESAS**  
Las empresas con mejor reputación corporativa



**mercoTALENTO**  
Las empresas que mejor atraen y retienen el talento personal



**mercoCONSUMO**  
Las marcas de consumo que gozan de mejor reputación



**mercoLÍDERES**  
Los líderes empresariales mejor valorados



**mercoRESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO**  
Las empresas más responsables



**mercoTALENTO UNIVERSITARIO**  
Las mejores empresas para trabajar según los universitarios

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



## CUOTAS DE MERCADO DE NUESTRAS PRINCIPALES MARCAS



10,3%



29,4%



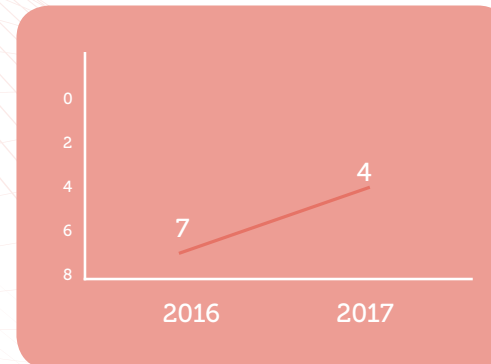
12,2%



37,2%

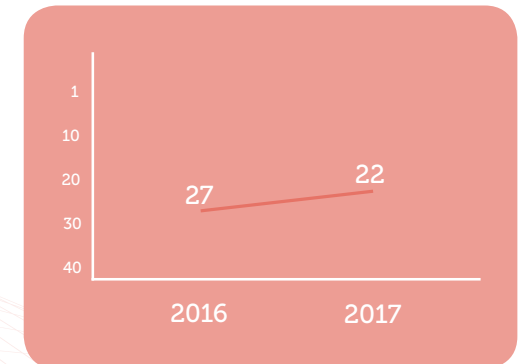


Benchmarking de AECOC, estudios comparativos que ayudan a identificar los puntos de mejora de las compañías en todas las etapas de la cadena de suministro



AECOC Benchmarking HORECA

Ranking en la relación comercial y nivel de servicio



AECOC Benchmarking Gran Consumo

Ranking en nivel de servicio Plataforma



# La calidad y la excelencia\_

## Reputación – Premios y reconocimientos 2017

Numerosos premios y reconocimientos logrados en 2017 muestran también nuestro desempeño constante en mejorar nuestra reputación como marca.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



### KANTAR WORLD PANEL

Hemos sido destacados como la empresa de bebidas más innovadora de España según el estudio 'Radar de la innovación 2017' elaborado por Kantar Worldpanel para Promarca, índice que reconoce aquellas empresas innovadoras cuyos productos han tenido una gran aceptación entre sus consumidores.



Premio Reina Letizia 2016 de Promoción de la Inserción Laboral de Personas con Discapacidad otorgado por el Real Patronato sobre Discapacidad, por las medidas para promover la inserción laboral de las personas con discapacidad, y su posterior formación y desarrollo profesional.



Tomás Pascual recibió el Premio Expansión & Empleo a mejor CEO, reconocimiento del sector de RRHH a los presidentes y/o consejeros delegados por su apoyo a la gestión de personas, asignado a partir de las candidaturas que presentan los principales headhunters que operan en España.



Finalistas de la 8ª edición de los Randstad Award 2017 en la categoría "Alimentación", reconocimiento a las empresas con mayor atractivo laboral.



Premio a la Mejor Política de RSC en los V Premios de la Revista Capital, tras haber valorado las diferentes iniciativas llevadas a cabo en materia de RSC y el grado de implicación de los máximos responsables de nuestra empresa.



Galardón a la "Promoción de la actividad física y el deporte desde la iniciativa del sector privado" por la Fundación España Activa, por nuestra labor de concienciación y promoción de la vida activa y saludable.



Yogikids Pouch y Pascual Sin Lactosa, "Sabor del Año 2017", reconocimiento que se basa exclusivamente en las cualidades gustativas de los productos, probados y aprobados por los consumidores.



Diamond Taste Award a Leche Pascual por su sabor superior, convirtiéndolos en la única marca de leche del mundo con esta distinción.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



## La innovación\_

Para Calidad Pascual la innovación aplicada a todos los ámbitos de negocio es la estrategia más efectiva para diferenciarse, crecer y aportar valor, enfocados en el objetivo de enamorar al consumidor. A través de nuestra continua apuesta por la innovación conseguimos dar respuesta a las necesidades cambiantes de nuestros consumidores, por lo que nos centramos en detectar nuevas oportunidades y adaptarnos a nuestro entorno. Centrándonos, asimismo, en la **innovación abierta y colaborativa** a través de nuestro programa Pascual Startup, y en la **innovación disruptiva** a través de nuevos y mejorados productos.



INNOVACIÓN

Pascual  
STARTUP

Innovación abierta  
y colaborativa.

+



Innovación  
disruptiva.

● 24 lanzamientos en 2017.

Pascual  
Saludable

La innovación y los continuos cambios en nuestros productos nos permiten ofrecer productos cada vez más saludables y adaptados a las necesidades de nuestros consumidores, que están en constante cambio.



# La innovación\_

## Pascual Startup

**Pascual Startup** es una iniciativa que surgió en 2016 para reconocer y apoyar a aquellas ideas de carácter innovador en el sector agroalimentario. Nuestro objetivo es fomentar la innovación abierta y colaborativa e impulsar el talento emprendedor, posicionándonos así como uno de los principales impulsores de la innovación en nuestro sector.

En 2017 hemos celebrado la segunda edición de los premios Pascual Startup, cuyos ganadores han sido:

- **Medio ambiente:** "Liight" de Santiago Jiménez, una aplicación móvil que incentiva a las personas a ser más sostenibles en su día a día.
- **Nutrición y salud:** "Upcake" de Purificación García, un bizcocho en spray de distintos sabores apto para microondas y personalizable.
- **Ret@il:** "Delectatech" de Mallol González, un sistema SaaS B2B basado en inteligencia artificial capaz de leer y aprender de forma automática y en tiempo real todo tipo de información relacionada con la restauración y la gastronomía.



## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



**Pascual**  
STARTUP

Los ganadores recibieron un premio en metálico, mentoring con los directivos de la compañía y un espacio para poder trabajar en nuestras oficinas o en las instalaciones de crowdworking de Telefónica Open Future. Además, Telefónica les proporcionó un teléfono a cada uno, IBM les concedió servicios en la nube dentro del programa Cloud Startup y asesoramiento tecnológico y obtuvieron financiación en la web de sociosinversores.com.



Tú, nuestra razón de ser

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



## La innovación\_

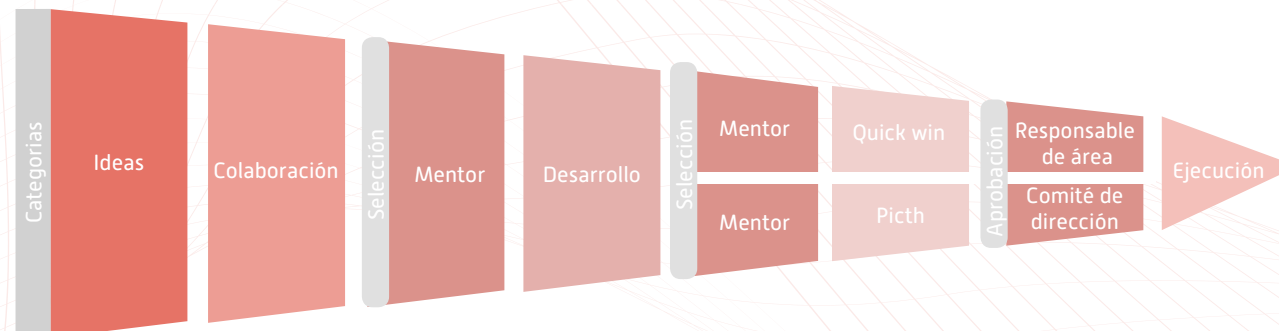
### Pascual Startup – Novedades 2017

Una de las principales novedades en la segunda edición de los premios Pascual Startup ha sido la campaña **#ApadrinaUnEmprendedor**, una nueva apuesta por la innovación colaborativa que involucra a la sociedad a través de la selección de los finalistas en la categoría Medio Ambiente por votación popular, eligiendo así la startup apadrinada y a la que ayudará Calidad Pascual.

# #ApadrinaUnEmprendedor

**Pascual Startup Intraemprendimiento** se trata de un programa de emprendimiento interno a través del cual nuestros trabajadores pueden desarrollar sus ideas y liderar sus propios proyectos. Contamos con personas con muchas ideas en la compañía y a través de esta iniciativa les ayudamos a desarrollarlas, fomentando este talento interno dentro de la propia empresa.

## Pascual<sup>®</sup> STARTUP — Intraemprendimiento



# La innovación\_

## Innovación disruptiva

A través de la innovación disruptiva conseguimos redefinir nuestros productos, adaptándolos a nuevas oportunidades y ampliando nuestras gamas. Trabajamos en la mejora de la composición de los productos para hacerlos cada vez más saludables, por lo que hemos analizado nuestro portfolio y hemos adecuado la composición nutricional de un 20% del total de productos, además de innovar a través de lanzamientos que se adaptan cada vez más a las necesidades de nuestros consumidores.



- Lanzamos la primera gama de smoothies vegetales del mercado con más verdura que fruta. Nuestra nueva marca The Goods responde a la necesidades de un consumidor cada vez más preocupado por llevar unos hábitos de vida saludables.



- Relanzamos nuestra marca Vivesoy a través de una nueva imagen y campaña que refuerza la naturalidad y origen de sus ingredientes, poniendo en valor nuestras bebidas vegetales.



- Lanzamos el nuevo Cola Cao Shake Sin Lactosa, para todas aquellas personas intolerantes a la lactosa o que buscan una digestión más ligera con esta nueva fórmula.



- Renovamos la imagen de Flora FolicB y estrenamos la nueva gama sin lactosa, proponiendo así una opción saludable para comenzar el día sustituyendo las grasas saturadas.



- Mejoramos Pascual Sin Lactosa, con un nuevo packaging y nueva receta mejorada con un sabor más parecido a las referencias tradicionales.



- Leche Pascual Sin Lactosa en formato 'mini', a través del cual facilitamos el consumo de este tipo de leche para tomarla en cualquier momento y lugar, acercándonos aún más al consumidor que demanda envases más pequeños.

# La innovación\_

## Innovación disruptiva

- **Lanzamos Vivesoy Go!, primera bebida de café+soja en vaso del mercado**, un nuevo formato “on the go” que permite disfrutar de las bebidas vegetales en cualquier momento y lugar, pensado para un público moderno con hábitos de vida saludables y que busca disfrutar sin renunciar a nuestro mejor sabor.



- **Nuevo Bifrutas sabor Hawaii** enriquecido con vitaminas A,C y E y pensado para el público joven, cuyo nombre fue elegido por los consumidores a través de nuestra web y redes sociales, ampliando así nuestra gama en formato 330 ml.



- **Nuevo Vivesoy Espelta**, una bebida 100% vegetal y sin grasas saturadas ni azúcares añadidos, con la cual reforzamos nuestra amplia gama de bebidas de este tipo para que nuestros consumidores puedan disfrutar del mundo vegetal.



- **“Mi Primer Cola Cao” para los más pequeños de la casa**, un batido ideal para los más pequeños, con un 90% de Leche Pascual, cacao natural y enriquecido en cereales, vitaminas y sales minerales; y cantidad reducida en azúcares.



- **Hemos sido finalistas con Vivesoy Avellanas en los Premios Innovación de Carrefour.**



## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



# Nuestro equipo humano\_

**“Una compañía vale lo que valen sus personas”**

Desde 1969 nuestro equipo es el que ha hecho grandes a nuestras marcas gracias a su pasión, cercanía, innovación y calidad, involucrándose plenamente en el reto de enamorar al consumidor. Por ello, en Calidad Pascual cuidamos de nuestras personas, su salud y bienestar y el de sus familias, y apoyamos y fomentamos su desarrollo personal y profesional.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



### Pascual Contigo

Guía que recoge las medidas y actuaciones llevadas a cabo en Calidad Pascual pensando en nuestras personas, centrada en su bienestar, desarrollo, conciliación y su familia.

- Conciliación y responsabilidad compartida.
- No discriminación e igualdad de oportunidades.
- Diversidad como ventaja competitiva.
- Beneficios sociales.

### ENAMORAR AL EMPLEADO

Atraer, retener y desarrollar el talento.

+

Impulsar un modelo de liderazgo inclusivo.

+

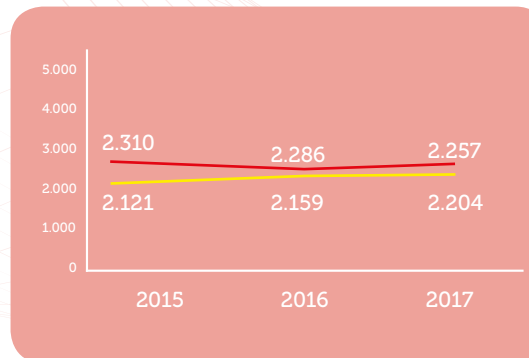
Garantizar un entorno seguro, saludable y de reconocimiento.

+

Fomentar el alineamiento cultural y la diversidad.

### Pascual Saludable

Enamorar a nuestros empleados conlleva cuidar de ellos y fomentar y asegurar su bienestar y una vida con hábitos saludables.



- Calidad Pascual y Qualianza
- Corporación Empresarial Pascual

30% mujeres en la plantilla.

Numero de empleados



Tú, nuestra razón de ser

# Nuestro equipo humano\_

## Calidad en el empleo

Apostamos por el talento, atrayendo a los mejores y fomentando el crecimiento y el desarrollo de las personas que ya forman parte de la plantilla, y ofreciéndoles las mejores condiciones laborales y generando así un empleo de calidad.



• **Apuesta por el empleo estable:** trabajamos en lograr la continuidad y estabilidad de nuestras personas.



• **Promoción de un entorno laboral sano y libre de cualquier tipo de acoso,** seguro y saludable tanto física como emocionalmente, y tratamos de prevenir cualquier tipo de situación susceptible de acoso.

**Pascual Saludable**

• **Pascual saludable:** trabajamos en un plan para impulsar la salud de nuestros empleados con diferentes medidas.



• **Flexibilidad laboral y espacial:** flexibilidad en la entrada y salida, jornada intensiva los viernes, opción de teletrabajo, flexibilidad en días de permiso retribuidos y vacaciones cortas, etc.



• **Complemento retributivo por maternidad/paternidad:** se complementará la retribución hasta llegar a la retribución fija bruta mensual percibida antes de la baja.



• **Fomento de la movilidad sostenible para nuestros empleados:** flota sostenible, vehículos sostenibles para desplazarse entre las oficinas centrales, fomento del transporte público, la bicicleta o los desplazamientos a pie.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



- **72 puntos** en la encuesta Great Place to Work.
- **93,3%** contratos indefinidos.
- **40%** empleados con flexibilidad horaria.
- **100%** empleados cubiertos por convenios colectivos y con beneficios sociales.
- **5,22%** ratio de absentismo.
- **Recertificación EFR** (Empresa Familiarmente Responsable) desde 2008, con certificación B+ y una valoración de 78 puntos.
- **17,81%** rotación de plantilla.



Tú, nuestra razón de ser



# Nuestro equipo humano\_

## Beneficios sociales y ventajas para los empleados

Nos preocupamos por cada uno de nuestros empleados ofreciéndoles una serie de beneficios sociales que se adaptan a sus necesidades, entre los que se pueden incluir prestaciones no dinerarias o condiciones especiales en ciertas adquisiciones:



**Seguro médico privado** con una alta cobertura y póliza dental incluida con Sanitas.



**Seguro de vida y accidentes** durante todo el periodo que los empleados estén en nuestra compañía.



**Programa de retribución flexible** que permite a nuestros empleados aprovechar todas las ventajas fiscales y optimizar los costes de distintos servicios y productos, como el seguro de salud para su familia, la tarjeta de comida, el ticket guardería, entre otros.



**Posibilidad de realizar pedidos personales** de nuestros productos a través de nuestra intranet, en donde ofrecemos descuentos entre 15% y el 20%, etc.



**Apoyo a la actividad deportiva** a través de acuerdos ventajosos con entidades de deporte, subvenciones y patrocinios a empleados o hijos de estos que destaquen en alguna modalidad.

REDISEÑAMOS NUESTRAS OFICINAS DE MANOTERAS, SIGUIENDO LA INICIATIVA #MOVIMIENTOPASCUAL CON UNA NUEVA FORMA DE TRABAJO COLABORATIVO EN ESPACIOS ABIERTOS QUE FOMENTAN LA COOPERACIÓN ENTRE DEPARTAMENTOS.



● Hemos inaugurando el nuevo comedor en la **planta de Aranda.**

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



# Nuestro equipo humano\_

## Apoyo a la familia de los empleados

No solo cuidamos de nuestras personas, sino también de los suyos a través de medidas diseñadas específicamente para apoyar, respetar y cuidar a las personas que tenemos cerca y que nos importan.



**Permiso de maternidad** con una semana más de duración, o dos en caso de parto múltiple. Además ofrecemos una ayuda de 90 euros y un pequeño detalle en el momento del nacimiento.



**Permiso de lactancia** de una hora al día y posibilidad de realización de horario continuo durante los primeros nueve meses, y posibilidad de acumulación de estas horas en jornadas completas.



**Ayudas a los trabajadores con hijos con discapacidad** que reciban atención especializada privada.



**Ayudas para los estudios de los hijos de nuestros trabajadores** desde la educación infantil hasta la universidad.



**En caso de hospitalización de un familiar de hasta segundo grado,** nuestros empleados tienen la posibilidad de elegir el día de inicio de los días de permiso.



**Jornadas de puertas abiertas o "días de familia"** para que los familiares nos conozcan mejor, llevadas a cabo en Gurb, Manoterás y Aranda.



**Política de movilidad internacional** con medidas que facilitan la adaptación tanto de los empleados como sus familias.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



**DÍA DE LA FAMILIA EN ARANDA,** con la participación de asociaciones benéficas.



**DÍA DE LA FAMILIA EN MANOTERAS**

# Nuestro equipo humano\_

## Desarrollo personal y profesional

Apostamos por las personas y su talento, por su presente y futuro, e invertimos en su desarrollo y en mejorar las relaciones personales a través de medidas compatibles con su vida privada y para la búsqueda de su felicidad.



**Plan de desarrollo individual** para reforzar las capacidades de nuestros empleados.



**Plan Director de Formación** según las necesidades de cada trabajador con mas de 300 formaciones.



**Publicación internamente de las vacantes existentes** para que los empleados sepan de ellas y dispongan de la información.



**Ayudas para los estudios reglados de nuestros empleados.**



**Norma específica de movilidad internacional** que regula los viajes de negocio, las estancias de corta duración y las superiores a un año.



**Desarrollo de iniciativas para mejorar la productividad** relacionadas con las nuevas tecnologías, el aprovechamiento de reuniones y la mejora de la productividad personal.



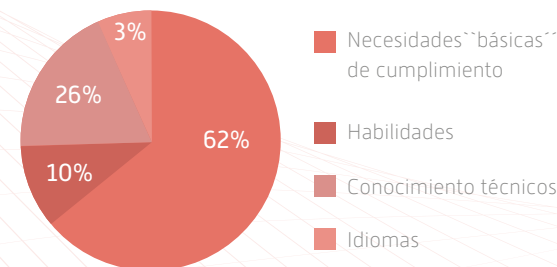
**Iniciativas de reconocimiento:** celebración de los 25 años, mensajes navideños, reconocimiento a la creación de valor compartido, Galardón EFR Pascual Contigo que premia las mejores prácticas de los departamentos en materia de RSC, igualdad y diversidad.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



- **72,28%** Índice de respuesta a las necesidades formativas de nuestros empleados.
- **60,7%** de las posiciones clave cubiertas con promoción interna.
- **1.592** personas acudieron a sesiones formativas al menos una vez.
- **25.501** horas de formación, **11,04** por empleado.
- **129** acciones distintas de formación.
- **218,4** euros de inversión en formación por empleado.
- Modelo de Gestión del Desempeño implantado formalmente en el **100%** de nuestros trabajadores.

### FORMACIONES 2017



# Nuestro equipo humano\_

## Igualdad de oportunidades

Defendemos y fomentamos el respeto, la diversidad y la igualdad de oportunidades entre nuestros empleados, como parte de nuestro programa de fomento del talento diverso.

- **Nuestro Plan de Igualdad** recoge las medidas que estamos llevando a cabo en cuanto a la consolidación de nuestros procesos de personas como elemento clave para evitar la discriminación, la identificación, potenciación y desarrollo del talento femenino, y la consolidación de una cultura orientada a la consecución de los resultados, la responsabilidad compartida, la flexibilidad y la productividad.
- **Fomento de la Igualdad de Oportunidades** en la contratación de personas, las relaciones con nuestros proveedores y la identificación de talento interno, entre otras medidas.
- **La diversidad como ventaja competitiva** a través de nuestro compromiso con la integración de personas con discapacidad, desarrollando iniciativas como el Convenio Inserta con la Fundación Once para fomentar la contratación de este colectivo, el análisis e evaluación de accesibilidad a nuestros puestos, apoyo a nuestros empleados para la obtención del certificado de discapacidad, o la contratación de proveedores comprometidos con la discapacidad.

● **2,94%** de la plantilla con discapacidad.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



## Nuestro equipo humano\_

### Conciliación de la vida personal y profesional

Como empresa familiarmente responsable, favorecemos la conciliación de la vida personal y profesional de nuestros empleados, fomentando la responsabilidad compartida, la igualdad de oportunidades y la diversidad.

- **Permisos retribuidos por diversas causas y según convenio colectivo de cada empresa del grupo:** por matrimonio, nacimiento de hijo, fallecimiento o enfermedad de parientes hasta segundo grado, traslado de domicilio, deber inexcusable, preparación al parto, consultas médicas, o asuntos propios.
- **Posibilidad de reducción de jornada** si nuestros empleados tienen a cargo a un menor de 12 años o una persona con discapacidad.
- **Posibilidad de excedencia** por el cuidado de un menor de 3 años o familiar que no pueda valerse por sí mismo, o voluntaria por motivos personales.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



## Nuestro equipo humano\_

### Liderazgo, compromiso y estilos de dirección

Buscamos un equipo directivo comprometido con el bienestar y el desarrollo de las personas, dotándoles de herramientas para ofrecer un entorno de trabajo de confianza, fiable, y productivo.

- **Medimos periódicamente el clima** a través de encuestas y desarrollamos planes de acción en respuesta a las inquietudes que surgen en estas.
- **Hemos desarrollado un programa específico de formación para nuevos puestos de mando**, reforzando así su conocimiento de nuestro modelo de gestión de personas.
- **Establecemos los comportamientos clave que un líder EFR debe promover:** confianza, desarrollo de su equipo, comunicación eficaz, apoyo y seguimiento, etc.

- Mejora constante en la "Encuesta Anual de Clima", con un **88%** de participación.

**Convención Calidad Pascual 2017** en la que presentamos a más de 1.200 de nuestros empleados nuestra estrategia para los próximos años, con el objetivo de mantener un canal de comunicación interna continuo con todos nuestros trabajadores.



# Nuestro equipo humano\_

## Seguridad y salud en el puesto de trabajo

Trabajamos continuamente en fomentar y mejorar las condiciones de salud y seguridad de nuestros trabajadores. Hemos finalizado el 2017 con un índice de frecuencia de accidentes de 5,73 que iguala el mejor registro histórico de la compañía, alcanzado en 2014.

- **Ningún accidente grave** en nuestros centros.
- **Más de 5 años sin accidentes** con baja en nuestras oficinas centrales.

**Pascual**  
Saludable

- **Programa Fifty-Fifty**, programa desarrollado en los centros de Aranda, Manoteras y Torrejón para mejorar la salud integral de las personas adultas corrigiendo sus hábitos de salud y autocontrolar los principales factores de riesgo de enfermedad cardiovascular.
- **Programa Aula de espalda:** realizada en todos los centros de trabajo y para todos los empleados.
- **Campaña de protección frente a la gripe** en todos los centros y para todos los empleados.
- **Campaña "Quiérete mucho"** realizada en todos los centros y para todos los empleados para la protección del oído, el control de la visión y la prevención de sobrepeso.
- **Sesión de Pilates** en los centros de trabajo, con entrega de un balón a cada uno de los empleados, con motivo de la celebración del día mundial de la seguridad en el trabajo.
- **Programa Healthy Cities** organizado por Sanitas.
- Acciones para el fomento de la **realización del reconocimiento** médico de empresa.
- **Subvención de diferentes acciones deportivas** a nivel individual (carreras, maratones, Pilates,...) y a nivel colectivo (torneos de pádel, nordic walking,...).

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



● **100%**  
empleados  
representados  
en el Comité de  
Seguridad y Salud.

# Nuestro equipo humano\_

## Premios y reconocimientos 2017



Great Place to Work sitúa a Calidad Pascual, por primera vez en su historia, en el top 10 de los Best Workplaces 2017 en la categoría de más de 1.000 empleados, situándose directamente en la posición 8.



Renovamos nuestro certificado Top Employers, galardón que reconoce a compañías que han demostrado poseer los más altos estándares en su oferta hacia los empleados, situándonos así como uno de los empleadores de referencia a nivel mundial.



Certificación nivel A de excelencia en el modelo efr de Fundación Másfamilia, gracias a nuestra gestión excelente de la conciliación, la igualdad de oportunidades y la diversidad.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



Tú, nuestra razón de ser



# Respeto por el medio ambiente\_

## Respeto por el medio ambiente

Ante el constante aumento de la demanda de bienes y servicios, Calidad Pascual es consciente de la importancia de compatibilizar las necesidades de crecimiento y de rentabilidad económica con un modelo de desarrollo eficiente, sostenible y transparente haciendo un uso racional de recursos mediante planes y programas ambientales y una economía circular, basada en reducir, reutilizar y reciclar.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



### VISIÓN 2020



Implicar a todos los agentes de nuestra cadena de valor de materia de sostenibilidad.



Realizar nuestra actividad basándonos en la mitigación de nuestro impacto sobre el cambio climático.



Ser líderes en transporte, distribución y movilidad sostenible.



Integrar la sostenibilidad ambiental en la fabricación de productos.

### OBJETIVOS 2015-2020



20% reducción en emisiones de CO<sub>2</sub>.



20% de reducción en el consumo de agua.



20% de reducción en el consumo energético.



100% de PET reciclado en envases.



Residuo cero a vertedero (vertido 0).

### PLAN MEDIOAMBIENTAL



Aprovisionamiento sostenible.



Producción eficiente.



Envases.



Huella ambiental.



Biodiversidad.



Movilidad sostenible.

### PREVENCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO



Tú, nuestra razón de ser

# Respeto por el medio ambiente\_

## Eficiencia ambiental

Trabajamos continuamente en optimizar los consumos de agua y energía en nuestras plantas y nuestros centros, reduciendo así tanto el impacto ambiental producido como los costes operativos en la producción derivados de dichos consumos.



- Reducción del 4% en el consumo de energía eléctrica desde 2015.

**OBJETIVO 2020: REDUCCIÓN DEL 20%**



- Reducción del 40% en residuos enviados al vertedero desde 2015.

**OBJETIVO 2020: VERTIDO 0**



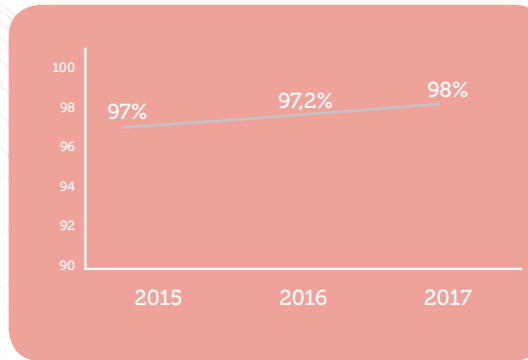
- Reducción del 9% en el consumo de agua desde 2015.

**OBJETIVO 2020: REDUCCIÓN DEL 20%**

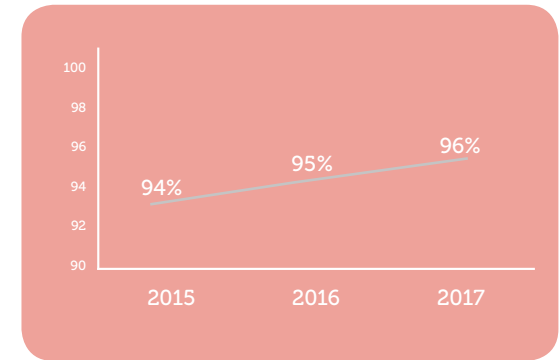


**Cerramos el primer acuerdo con EDPR de compraventa directa de energía eólica**, convirtiéndonos en el primer comprador directo de energía producida en parques eólicos en España.

Rendimiento de las depuradoras de aguas residuales



Porcentaje de residuos no peligrosos valorizados



## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



- **99%** energía eléctrica consumida de origen renovable.
- Logramos **vertido cero** en las fábricas de Gurb y Trescasas.



Tú, nuestra razón de ser

6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



# Respeto por el medio ambiente\_

## Eficiencia ambiental

A través del consumo eficiente de recursos que llevamos en nuestras plantas y nuestros centros, trabajamos para que cada producto que ponemos en el mercado genere el menor impacto posible en el medio ambiente.

TRABAJAMOS PARA MINIMIZAR EL IMPACTO DE CADA PRODUCTO QUE ENVASAMOS

Por cada kilogramo o litro envasado:



<sup>1</sup>Alcances 1 y 2. Se han ajustado los indicadores de alcance 1 y 2 correspondientes a 2014 y 2015, con unos resultados de 0,049 y 0,048 tCO<sub>2</sub>e/tonelada producida respectivamente.

Más información sobre el alcance del inventario de emisiones en el apartado Huella de Carbono.

# Respeto por el medio ambiente\_

## Envases

En nuestra apuesta por la innovación, tratamos continuamente de reducir los materiales utilizados en nuestros envases a la vez que buscamos la incorporación de nuevos materiales más sostenibles.



100% ETIQUETAS DE PAPEL FSC

El **sello FSC** garantiza que los materiales provienen de recursos madereros sostenibles económica, social y ambientalmente.



100% ENVASES BRIK FSC



- 10% DE REDUCCIÓN DEL PESO DE LAS BOTELLAS DE BEZOYA
- ENVASES DE VIDRIO Y PET, 100% RECICLABLES



INCORPORAR PET RECICLADO EN LOS ENVASES

OBJETIVO 2020: 100% DE PET RECICLADO



Ecoembes certifica que hemos contribuido a la protección del Medio Ambiente con el ahorro de 21.030 toneladas de CO<sub>2</sub> eq. en 2016 gracias al reciclado de nuestros envases.



Hemos incorporado en todos nuestros formatos de hostelería 330 y 500 ml de Bezoja un 25% de PET reciclado reforzando así nuestro compromiso con el medio ambiente.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



- **607** millones de briks certificados con sello FSC.
- **100%** de cartón reciclado.
- Ahorro de **20.651** de CO<sub>2</sub> derivado del reciclaje de envases.



# Respeto por el medio ambiente\_

## Huella de carbono

Dirigimos gran parte de nuestros esfuerzos al estudio y cálculo de la huella de carbono corporativa de nuestras actividades y del ciclo de vida de los productos que ofrecemos.

**OBJETIVO 2020: REDUCCIÓN DEL 20% DE LAS EMISIONES DE CO<sub>2</sub>**



Estrategia ambiental encaminada a reducir los impactos ambientales más relevantes.



Cuantificación y análisis de impactos ambientales durante el ciclo de vida de nuestros productos.



Verificación del cálculo de la huella de carbono (alcance 1 y 2) según norma ISO 14064 .



## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



Por 4º año consecutivo, inscribimos nuestra huella de carbono en el Registro de la Oficina Española de Cambio Climático del Ministerio para la Transición Ecológica.

Somos la primera empresa del sector lácteo en lograrlo, muestra de nuestro trabajo constante en las políticas responsables que estamos desarrollando.



Tú, nuestra razón de ser

# Respeto por el medio ambiente\_

## Huella de carbono

En los últimos años hemos logrado reducir nuestras emisiones de carbono en todos los alcances.

### ALCANCE 1

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

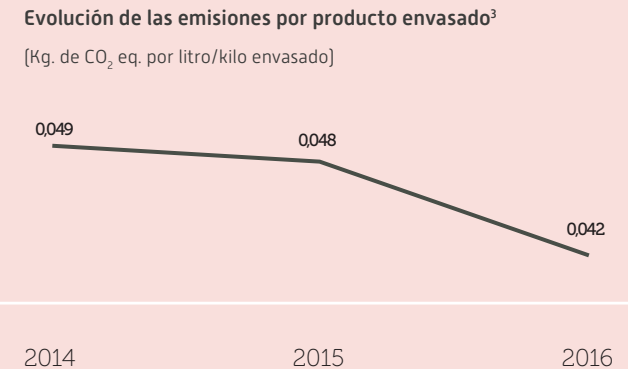
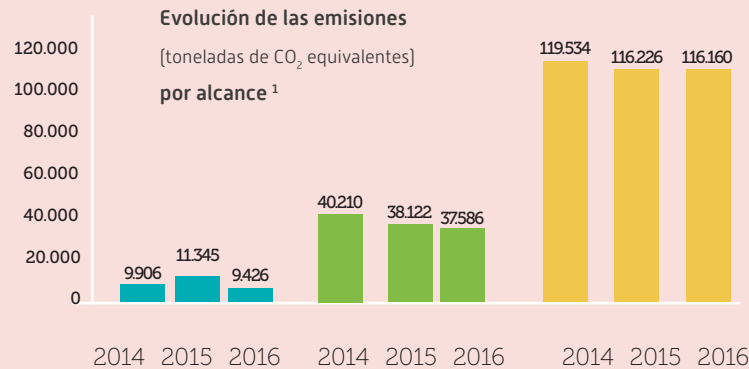
### ALCANCE 2

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.

Reducción del ratio emisiones / producto 2010-2016 en un **12,5 %<sup>2</sup>**.



<sup>1</sup> Última actualización sobre 2016. El cálculo de la huella de carbono corporativa está verificado de acuerdo a la norma ISO 14064, incluyéndose en su alcance 6 plantas industriales (2 en Aranda de Duero, Gurb, Bezoya Ortigosa y Trescasas y Mocay), las oficinas centrales y 27 delegaciones comerciales. Se han ajustado los indicadores correspondientes a 2014 y 2015 tras la última auditoría.

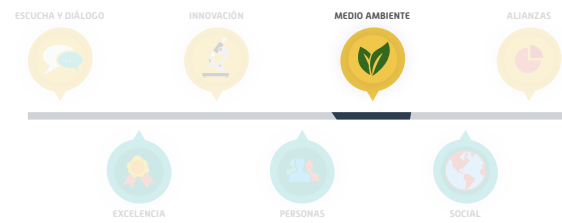
<sup>2</sup> Alcance 1, 2 y 3.

<sup>3</sup> Alcances 1 y 2. Se han ajustado los indicadores de alcance 1 y 2 correspondientes a 2014 y 2015.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



# Respeto por el medio ambiente\_

## Biodiversidad

La mayor parte de nuestras materias primas provienen de la naturaleza, por lo que día a día trabajamos para proteger y conservar la biodiversidad y los ecosistemas de nuestro entorno, ya que son la base de la ganadería y la agricultura que impulsa nuestra cadena de valor.



Hemos impulsado la campaña “El Año del Planeta”, con motivo de “La Hora del Planeta” promovida por WWF, para concienciar a nuestros empleados sobre la importancia de cuidar nuestro entorno y nuestros recursos.



Un año más, nos sumamos a la iniciativa “La Hora del Planeta” de WWF apagando la luz en nuestros centros contra el cambio climático.

● 4,2 hectáreas repobladas por Calidad Pascual.



Bosque Pascual: Plantamos más de 1.300 árboles de especies autóctonas en Aranda de Duero (Burgos), y hemos restaurado un vertedero.



Nuestro grupo de voluntariado participó en la limpieza de las inmediaciones de una de las Lagunillas de Cantalejo (Segovia) junto con SEO-Birdlife, contribuyendo a la protección de la flora y fauna de la zona.



## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



# Respeto por el medio ambiente\_

## Desperdicio de alimentos

Llevamos a cabo distintas acciones e iniciativas internas y externas para la prevención del desperdicio de alimentos que van desde el aprovisionamiento sostenible a la gestión de nuestros residuos, logrando así un mayor uso eficiente de los recursos.



- Participación activa en los **grupos de trabajo** existentes sobre desperdicio alimentario.



- Colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, responsable de la **Estrategia "Más alimento y menos desperdicio"**.



- Creación de un **grupo de trabajo interno**.



- Reducción del desperdicio alimentario en toda **la cadena de valor**.



- Desarrollo de **acciones formativas** para el equipo comercial.



- **Auditorías** de ingredientes o materias primas.



- **Donaciones de alimentos excedentarios** aptos para el consumo.



- **Campaña de sensibilización social "Movimiento Rap"**: sobre la necesidad de disminuir los alimentos que se tiran diariamente a la basura.



## Desarrollo social\_

Materializamos nuestro compromiso con el desarrollo social de nuestro entorno mediante diversas acciones, que desarrollamos en gran parte a través del Instituto Tomás Pascual Sanz y del Centro de Investigación de Valores (CIVSEM), estableciendo colaboraciones con el tercer sector y fomentando la participación de su equipo humano.

A lo largo de 2017, hemos realizado 10 actividades de voluntariado con 33 centros de trabajo, y donado más de medio millón de kilogramos de producto a 21 bancos de alimentos.

Hemos firmado un convenio con Cáritas y Cruz Roja, sumando así 4 entidades del tercer sector declaradas de interés público con las que mantenemos alianzas.



### #COMPANIES4SDGs

Nos unimos a la campaña #COMPANIES4SDGs para promover los ODS con el objetivo de sensibilizar a nuestros grupos de interés, clientes, proveedores, empleados y a la sociedad en general, sobre la importancia de trabajar en la consecución de los ODS.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



### COLABORAMOS CON



## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



## Desarrollo social\_

### Salud y bienestar de la sociedad

En nuestro compromiso con las necesidades de nuestro entorno, desarrollamos distintas iniciativas para fomentar la salud y el bienestar de la sociedad a través de Pascual Saludable



Firmamos un acuerdo con Cruz Roja para mejorar la calidad de vida e impulsar el bienestar social, para trabajar conjuntamente a través de nuestras líneas maestras del Plan de Impacto Social (empleabilidad, salud, cadena de valor responsable, Derechos Humanos,...).



Firmamos un acuerdo de colaboración con Cáritas, mediante el cual apoyaremos sus acciones y proyectos de acogida y acompañamiento de personas y familias en situación de vulnerabilidad y exclusión social.



Donamos 7.500 litros de leche a la campaña "Ningún niño sin biberón" impulsada por Obra Social 'La Caixa', cuyo objetivo es que ningún niño en España no tenga una alimentación básica para su crecimiento.



BezoYA entrega los premios del I Concurso de Relatos de Enfermería, certamen cuyo fin es dar visibilidad a este sector a través de sus historias y vivencias. La ganadora ha sido Gemma Gallego Doncel con 'Consulta de las emociones', que ha recibido una beca en formación valorada en 2.000 euros.



Hemos donado más de 500.000 kilos de productos Pascual, siendo la mayor parte para Bancos de Alimentos y para la campaña de donación de sangre de la Cruz Roja.

- 13 acciones de promoción de la salud y de hábitos de vida saludable.
- 44.016 personas beneficiarias de nuestras acciones relacionadas con la salud.

# Desarrollo social\_

## Salud y bienestar de la sociedad



Nuestros equipos de Gurb y Barcelona han participado en la campaña La Gran Recogida de Alimentos "Gran Recapte".



Los trabajadores de Aranda entregaron a Cruz Roja de un cheque por valor de 8.633 euros, destinados a la iniciativa 'Desayuno Solidario' de esta ONG. Fueron destinados a 'packs' mensuales de productos Pascual que, durante un año, cubrirán las necesidades básicas de los menores de la Ribera.



Hemos celebrado el II Concurso de proyectos sociales de Pascual, en el que nuestros empleados pudieron presentar proyectos de entidades sociales no lucrativas. Los premiados han sido la Asociación de familiares de Enfermos de Alzheimer de la Ribera (AFAR); la Asociación Salud Mental de Aranda y la Asociación Ribera de Duero de Esclerosis Múltiple (AREM).



Más de 400 empleados de Aranda y Manoterías han participado en el Autobús de Mujeres por el Corazón, para la prevención del infarto en las mujeres.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



3 alianzas con entidades del Sector Salud.



Tú, nuestra razón de ser

# Desarrollo social\_

## Calidad Pascual con tod@s

Apoyamos la integración de distintos colectivos, como las personas discapacitadas con quienes estamos plenamente comprometidos.



Animal Hero, proyecto ganador de las Becas Bifrutas con una beca de 20.000€, un videojuego terapéutico para niños con Síndrome de Down.



Apoyamos a niños con capacidades especiales de la Fundación Mauricio Garrigou, incluyendo en nuestras cestas de Navidad un cuento infantil con ilustraciones hechas por ellos.



Un año más nos sumamos al proyecto Operación Café de Acción contra el Hambre con el lema "Tu café salva vidas" en 944 cafeterías, que busca dar visibilidad a la situación que miles de niños en riesgo de exclusión social y desnutrición viven.

**X FERIA DE EMPLEO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD**

**III FORO DE ACTIVACIÓN DEL EMPLEO**

**IMPULSANDO EL EMPLEO EN MADRID**

Madrid, 29 y 30 de marzo, 2017  
Feria de Madrid, Pabellón 6

www.discapacidad-empleo.com

ATENCIÓN AL CIUDADANO 012

Unión Europea Fondo Social Europeo

Comunidad de Madrid

La Comunidad de Madrid y el Fondo Social Europeo invierten en tu futuro

Hemos estado presentes un año más en la X Feria de Empleo y Discapacidad de la Comunidad de Madrid.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



Desde Calidad Pascual, nos unimos al Día Internacional de las Personas Discapacitadas. A través de nuestro continuo compromiso con este colectivo hemos conseguido diversos logros en 2017:

- 2,9% de la plantilla con discapacidad.
- Acuerdos con **Ilunion**, **ADFO**, **Fundación La Caixa** e **Integra** para su incorporación.
- Trabajamos con **5 centros especiales de empleo** incorporando sus artículos y servicios en nuestras compras.
- Establecemos una **cláusula de apoyo a la discapacidad** en la selección de proveedores.
- Apostamos y apoyamos al **deporte paralímpico** a través de nuestro apoyo al proyecto ADOP.



Tú, nuestra razón de ser

## Desarrollo social\_

### Instituto Tomás Pascual Sanz

A través del Instituto Tomás Pascual Sanz desarrollamos actividades que impulsan la sensibilización científica rigurosa e independiente, a través de información y formación sobre salud, actividad física, nutrición, bienestar, hábitos de vida saludables, salud mental y medio ambiente para mejorar la calidad de vida de la población.



Instituto  
Tomás Pascual Sanz

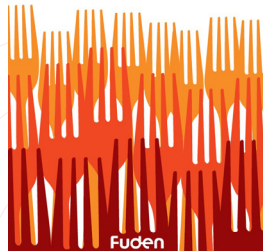
## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



**Fuden**

Fundación para el desarrollo de la Enfermería

Nutrición y dietética en los estados fisiológicos del ciclo vital



Curso online "Nutrición y dietética en los estados del ciclo vital" con Fundación para el desarrollo de la enfermería (FUDEN), realizado por 23.174 profesionales de enfermería y fisioterapia.



AYUNTAMIENTO  
de Aranda  
de Duero



Programa "Juntos por la salud infantil" en colaboración con el Ayuntamiento de Aranda, para la prevención de obesidad infantil a través de hábitos saludables, con un total de 2.200 niños beneficiados.



Asociación Mejora *tu* Escuela Pública

Patrocinio del Premio a las Buenas Prácticas Educativas en la modalidad "Hábitos de vida saludable", para impulsar los hábitos de vida saludable dentro de la comunidad escolar. El premiado fue el CEIP Concepción Arenal de Potes con la práctica "Crecemos sanos en un colegio sano".



Colaboración con el Sindicato de Enfermería (SATSE), a través de contenidos sobre salud para su página web [www.vivesatse.es](http://www.vivesatse.es).



X Aniversario del Instituto Tomás Pascual Sanz, cuya jornada se centró en la "Economía Circular y cambio climático", con la presencia de Miguel Arias Cañete, Comisario Europeo de Acción por el Clima y Energía; Cristina Garmendia Mendizábal, Presidenta de Cotec, e Isabel García Tejerina, Ministra de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

## Desarrollo social\_

Instituto Tomás Pascual Sanz



VI Premio Instituto Tomás Pascual Sanz-Real Academia de Ciencias Veterinarias (RACVE), cuyo objetivo es dar relevancia al trabajo de la profesión veterinaria, recayó sobre el trabajo "La cadena de valor de la leche en España en un mercado desregulado", de Julián Briz Escribano.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



Nuestro Centro de Investigación en Valores (CIVSEM) presentó su **Movimiento Transformador 2017**, una serie de sesiones de divulgación sobre sus programas de desarrollo personal y profesional, talleres, ponencias y grupos de reflexión a cargo de expertos, cuyo objetivo es apoyar a los segmentos más juveniles o socialmente vulnerables de la población para que establezcan estrategias de vida plena, fortalezcan su autoestima y ganen confianza a la hora de enfrentarse a todo tipo de situaciones vitales. Con este proyecto hemos llegado a más de 2.000 personas a través de las actividades desarrolladas.

## Nuestras alianzas\_

### Alianzas estratégicas

A través de distintas alianzas estratégicas con empresas y organizaciones líderes en distintos ámbitos de conocimiento y desarrollo, logramos optimizar nuestras capacidades haciéndonos más fuertes.



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



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



**Grupo IBM**, como proveedor de servicios tecnológicos.



**Tetra Pak**, para el envasado de nuestras marcas y productos.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



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



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



Tú, nuestra razón de ser

## Nuestras alianzas\_

### Alianzas estratégicas

A través de Qualianza contamos con distintas alianzas para la comercialización y distribución de productos, complementando así y añadiendo valor a nuestro portfolio.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



**Kraft Heinz**

Heinz, para la distribución de sus productos.

**Kellogg's**

Kellogg's, para la distribución de cereales y Pringles.

**GRUPO CONSERVAS GARAVILLA**

Grupo Garavilla, para la distribución de Conservas Isabel.

**LA ZARAGOZANA**  
FABRICA DE CERVEZA Y MALTA  
*Fundada en 1900*

La Zaragozana, acuerdo para la comercialización por parte de Qualianza de las cervezas Ambar en su red comercial.

**unicer** **PEDRAS**

Grupo Unicer, para la distribución del Agua Pedras Salgadas.

**zumos palma** **ZUMOSOL**

Zumos Palma, para la distribución de Zumosol.

**BORGES**  
BRANDED FOODS

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

Calidad **Pascual**

Tú, nuestra razón de ser



## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



# Nuestras alianzas\_

## Presencia en asociaciones

Para un mejor desarrollo de nuestro negocio y para llegar antes a nuestros objetivos 2020, formamos partes de asociaciones sectoriales y empresariales, con las que estamos directamente implicados.

### ASOCIACIONES EMPRESARIALES

- **AEA** (Asociación Española de Anunciantes).
- **Asociación Española de Auditores.**
- **AECOC** (Asociación Española de Codificación Comercial).
- **AELGA** (Asociación de Empresas Lácteas de Galicia).
- **AETEC** (Asociación Española de Tostadores de Café).
- **AME** (Asociación Multisectorial de Empresas de Alimentación y Bebidas).
- **ANEABE** (Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas).
- **Asociación Regional de Industrias Lácteas de Cantabria.**
- **Asociación de Industrias Lácteas de Galicia.**
- **ASEMAR** (Asociación de empresarios de Aranda y La Ribera).
- **AUTOCONTROL** (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial).
- **Círculo de Empresarios.**
- **Club Greco.**
- **Ecoembes.**
- **EFCYL** (Empresa Familiar de Castilla y León).
- **Federación Castellano Leonesa de Industrias Lácteas.**
- **FEHR** (Federación Española de Hostelería).
- **FeNIL** (Federación Nacional de Industrias Lácteas).
- **FIAB** (Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas).
- **Fundación Alimentum.**
- **INOVO** (Asociación Española de Industrias de Ovoproductos).
- **Instituto de Estudios del Huevo.**
- **Promarca** (Asociación española de empresas de productos de marca).
- **Vitartis** (Asociación de la industria alimentaria de Castilla y León).

### RESPONSABILIDAD SOCIAL

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

### SEGURIDAD ALIMENTARIA, CALIDAD Y EXCELENCIA

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

### ASOCIACIONES PROFESIONALES

- **AEPSAL** (Asociación de Especialistas en Prevención y Salud Laboral).
- **AGERS** (Asociación Española de Gerencia de Riesgos y Seguros).
- **CUMPLEN** (Asociación de Profesionales de Cumplimiento Normativo).
- **DIRCOM** (Asociación de Directivos de Comunicación).
- **DIRSE** (Asociación Española de Directivos de Responsabilidad Social).



## Nuestras alianzas\_

Hitos 2017



Tomás Pascual Gómez- Cuétara, elegido nuevo presidente de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB).



Okey, los batidos elaborados por la alianza entre Idilia Foods y Calidad Pascual, relanza su marca, lanza una nueva web y abre perfiles en Facebook, Instagram y YouTube.

## 6. ¿EN QUÉ PILARES SOSTENEMOS LA CADENA DE VALOR?



Ampliamos nuestro acuerdo con Kellogs para la distribución de Pringles, para la distribución en el canal Hostelería de sus latas de 40 g.



Firmamos el Chárter de la Diversidad de la Fundación Diversidad, al que las empresas se adhieren voluntariamente reafirmando su respeto a las normativas vigentes en materia de igualdad de oportunidad e inclusión.



07.

**OTRAS EMPRESAS  
DEL GRUPO**

## La Quinta Grupo Inmobiliario\_

**La Quinta Grupo Inmobiliario** pertenece a la sociedad Kampinas, y se dedica a la promoción inmobiliaria y a la prestación de servicios relacionados con el sector turístico en la Costa del Sol.

**KAMPINAS** es un elemento estratégico de soporte para el crecimiento de la Corporación que, con más de 20 años de experiencia en el sector inmobiliario y una alta presencia en el sur de España con la marca La Quinta Grupo Inmobiliario, trabaja de acuerdo a los valores de Pascual y con la calidad e innovación como señas de identidad. Igualmente, se diferencia por una oferta integral y sostenible de diversas tipologías de viviendas en diferentes zonas de Aranda de Duero.

Entre los proyectos más recientes de La Quinta Grupo Inmobiliario, y en el que se encuentran trabajando actualmente, se encuentra El Real de La Quinta, que se convertirá en el resort residencial de cinco estrellas de referencia en la Costa del Sol.

El Real de La Quinta extrema el diseño y la oferta de calidad de vida con el máximo cuidado y respeto medioambiental. Es la primera urbanización española con certificado de construcción sostenible BREEAM®

### Apostamos por el crecimiento sostenible:

- Reducción del consumo de energía (calificación energética clase A).
- Consumo responsable de agua.
- Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.
- Movilidad.
- Minimización de residuos y vertidos.
- Fomento de la biodiversidad.

### Y por la gestión responsable:

- Política de gestión responsable que abarca toda la cadena de valor.
- Código de Conducta.
- Nos regimos por la Política del Sistema de Gestión y por las Políticas y Normas de Gobierno de Corporación Empresarial Pascual.

**LA QUINTA**  
GRUPO INMOBILIARIO | Marbella | Benahavís

- **45%** de la plantilla son mujeres.
- **33 empleados** (15 mujeres y 18 hombres).
- **407 proveedores, 100 % nacionales.**
- **12,8 millones** de euros de facturación.
- Satisfacción de los Clientes: **9,75** en ventas y **8,7** en Customer Service.



La Quinta Grupo Inmobiliario se embarca en un segundo proyecto como El Real de La Quinta, tras el desarrollo de La Quinta Golf hace 30 años.



08.  
ANEXOS

## Acerca de este informe\_

### Marco y criterios para el desarrollo de este informe

PERIODO CUBIERTO	ENERO – DICIEMBRE 2017
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 Standards	<b>Participación de los grupos de interés, Contexto de Sostenibilidad</b> , atendiendo a nuestro desempeño e impactos económicos, ambientales y sociales, <b>Materialidad</b> : 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 <b>Exhaustividad</b> , en cuanto a alcance, cobertura y espacio temporal.
Principios para determinar la calidad de la memoria según GRI Standards	<b>Equilibrio, Precisión, Puntualidad, Comparabilidad, Claridad y Fiabilidad.</b>
Reporte integrado	Este informe está lineado con las directrices del marco de información publicado por el Consejo Internacional de Informe Integrado (IIRC): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfoque estratégico y orientación futura.</li> <li>• Conectividad de la información</li> <li>• Relación con los grupos de interés.</li> <li>• Materialidad.</li> <li>• Concisión.</li> <li>• Fiabilidad y exhaustividad.</li> <li>• Consistencia y comparabilidad</li> </ul>
Reporte de información no financiera	El Real Decreto-ley 18/2017 en materia de información no financiera y diversidad, 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. Pascual no se ve afectada por el alcance de esta normativa, no obstante, sus requisitos han sido tenidos en cuenta en la definición de contenidos del presente informe.

## Rendición de cuentas ante los grupos de interés\_

A través de la siguiente tabla realizamos un ejercicio de rendición de cuentas ante los grupos de interés, mostrando el nivel actual de avance en los distintos los compromisos adquiridos y objetivos comunicados externamente por Calidad Pascual en los últimos años.

COMPROMISOS DE CALIDAD PASCUAL PARA 2020*	AVANCE A 31/12/2017	PÁGINAS
<b>MODELO DE NEGOCIO</b>		
Estabilizar y reducir la deuda, para ser más competitivos		14
Conseguir una gestión ética, responsable y excelente y un modelo de negocio sostenible en el largo plazo		22-30
Ofrecer una variedad de productos saludables que responden a las distintas necesidades de nuestros consumidores		56-61
Fomentar hábitos de vida saludables entre todos nuestros grupos de interés		30
Apostar por la innovación disruptiva, abierta y colaborativa, dando respuesta a las necesidades de nuestros consumidores en constante cambio		82-86
Ser referentes por la calidad y la excelencia, alcanzando un alto grado de satisfacción de nuestros grupos de interés		78-81
Posicionarnos como una marca reconocida y con reputación		80-81
<b>RELACIONES CON NUESTROS CLIENTES</b>		
Convertirnos en referentes para nuestros clientes y mantener relaciones a largo plazo		51-55
<b>APROVISIONAMIENTO SOSTENIBLE</b>		
Mejorar el desempeño social, ambiental y económico de nuestros proveedores		34-43

\*Compromisos adquiridos públicamente en los últimos informes de valor compartido de Calidad Pascual.

Por avanzar

Avanzado

## Rendición de cuentas ante los grupos de interés\_

COMPROMISOS DE CALIDAD PASCUAL PARA 2020*	AVANCE A 31/12/2017	PÁGINAS
<b>PRODUCCIÓN EFICIENTE</b>		
Conseguir los máximos estándares de calidad y eficiencia en nuestros procesos productivos		44-47
<b>MOVILIDAD SOSTENIBLE</b>		
Alcanzar una logística y distribución sostenible, eficaz y eficiente		48-50
<b>NUESTRO EQUIPO HUMANO</b>		
Atraer, desarrollar y fidelizar el talento a partir de la creación de empleo estable y de calidad y la apuesta por la formación y desarrollo de nuestros empleados		87-96
Fomentar un entorno de trabajo inclusivo y de confianza, a la vez que seguro y saludable		87-96
<b>RESPECTO POR EL MEDIO AMBIENTE</b>		
Mejorar la sostenibilidad de nuestros envases: 100% de PET reciclado en envases		100
Reducir nuestras emisiones en un 20% frente a 2015		101-102
Reducir nuestros consumos: un 20% en agua y electricidad frente a 2015		98-99
Residuo cero a vertedero (vertido 0)		98-100
<b>DESARROLLO SOCIAL</b>		
Generación de valor para la sociedad		105-114



## Calidad Pascual y los Objetivos de Desarrollo Sostenible\_

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.



## Calidad Pascual y los Objetivos de Desarrollo Sostenible\_

ODS	METAS Y ÁREAS DE INTERÉS	RETOS IDENTIFICADOS EN EL SECTOR ALIMENTARIO*	ACCIONES DESARROLLADAS POR PASCUAL ALINEADAS CON LAS METAS DE LOS ODS
<b>1 Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos. [1.4]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar medidas para la contribución social y laboral en el medio rural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprovisionamiento de soja nacional de la máxima calidad y seguridad.</li> <li>Mocay Academy.</li> <li>'Desayuno Solidario'.</li> <li>Acuerdo de colaboración con Cáritas.</li> </ul>
<b>2 Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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]</li> <li>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]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promocionar la gestión agraria eficiente de los recursos naturales.</li> <li>Promover prácticas de cultivo sostenibles.</li> <li>Impulsar el derecho a la alimentación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprovisionamiento sostenible y saludable.</li> <li>Calidad y seguridad alimentaria.</li> <li>Ciclo del agua en Calidad Pascual.</li> <li>Participación en el V Punto Encuentro AECOC contra el Desperdicio Alimentario.</li> <li>Nuestra granja de Fuentespina como mejor granja lechera de Burgos por la Asociación Frisona Burgalesa.</li> <li>Junto a la Fundación Global Nature hemos identificado más de 30 medidas ambientales en seguridad alimentaria.</li> <li>Donamos 7.500 litros de leche a la campaña "Ningún niño sin bigote".</li> <li>Hemos donado más de 500.000 kilos de productos Pascual.</li> <li>Proyecto Operación Café de Acción contra el Hambre.</li> </ul>
<b>3 Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la salud mental y el bienestar. [3.4]</li> <li>Reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico. [3.6]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la transparencia en la información nutricional en el etiquetado.</li> <li>Extender medidas de promoción de una dieta saludable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pascual Saludable.</li> <li>Aprovisionamiento sostenible y saludable.</li> <li>Programa de medio ambiente en granjas proveedoras.</li> <li>Calidad y seguridad alimentaria.</li> <li>Oferta de productos saludables.</li> <li>Fomento de hábitos saludables.</li> <li>Taller sobre "Alimentación saludable" impartido por el Instituto Tomás Pascual Sanz.</li> <li>Primer estudio sobre obesidad infantil en Aranda de Duero.</li> <li>Pascual Contigo: Calidad en el empleo.</li> <li>Pascual Contigo: Seguridad y salud en el puesto de trabajo.</li> <li>Salud y bienestar de la sociedad.</li> </ul>

## Calidad Pascual y los Objetivos de Desarrollo Sostenible\_

ODS	METAS Y ÁREAS DE INTERÉS	RETOS IDENTIFICADOS EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO	ACCIONES DESARROLLADAS POR PASCUAL ALINEADAS CON LAS METAS DE LOS ODS
<b>4</b> Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos	<ul style="list-style-type: none"> <li>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]</li> <li>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]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formar en sostenibilidad a empleados y proveedores.</li> <li>Formar en derechos humanos a empleados y proveedores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Mocay Academy.</a></li> <li><a href="#">Pascual Contigo: Calidad en el empleo.</a></li> <li><a href="#">Pascual Contigo: Beneficios sociales y ventajas para los empleados.</a></li> <li><a href="#">Apoyo a la familia de los empleados.</a></li> </ul>
<b>5</b> Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo. [5.1]</li> <li>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]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar medidas contra la discriminación laboral por género.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Iniciativa EFR junto a Fundación Másfamilia.</a></li> <li><a href="#">Pascual Contigo: Igualdad de oportunidades.</a></li> <li><a href="#">Pascual Contigo: Conciliación de la vida personal y profesional.</a></li> </ul>
<b>6</b> Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	<ul style="list-style-type: none"> <li>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]</li> <li>Proteger y restablecer los ecosistemas relacionados con el agua. [6.6]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la gestión sostenible del agua.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Programa de medio ambiente en granjas proveedoras.</a></li> <li><a href="#">Ciclo del agua en Calidad Pascual.</a></li> <li><a href="#">Modelo de producción eficiente.</a></li> <li><a href="#">Eficiencia ambiental.</a></li> </ul>
<b>7</b> Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar sustancialmente el porcentaje de la energía renovable en el conjunto de fuentes de energía. [7.2]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar prácticas de eficiencia energética.</li> <li>Potenciar el uso de energías renovables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Programa de medio ambiente en granjas proveedoras.</a></li> <li><a href="#">Máximos estándares de calidad y eficiencia en nuestros procesos.</a></li> <li><a href="#">Modelo de producción eficiente.</a></li> <li><a href="#">Eficiencia ambiental.</a></li> </ul>

## Calidad Pascual y los Objetivos de Desarrollo Sostenible\_

ODS	METAS Y ÁREAS DE INTERÉS	RETOS IDENTIFICADOS EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO	ACCIONES DESARROLLADAS POR PASCUAL ALINEADAS CON LAS METAS DE LOS ODS
<b>8</b> 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"> <li>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]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promocionar condiciones laborales adecuadas y dignas para todas las personas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Aprovisionamiento de soja nacional de la máxima calidad y seguridad.</a></li> <li><a href="#">Adheridos al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la contratación alimentaria.</a></li> <li><a href="#">Mocay Academy.</a></li> <li><a href="#">Pascual StartUp.</a></li> <li><a href="#">Pascual Contigo: Calidad en el empleo.</a></li> <li><a href="#">Pascual Contigo: Desarrollo personal y profesional.</a></li> </ul>
<b>9</b> Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	<ul style="list-style-type: none"> <li>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]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar las innovaciones y la tecnología sostenible aplicada al sector agroalimentario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Nueva web de la compañía.</a></li> <li><a href="#">Presencia en medios y posicionamiento online.</a></li> <li><a href="#">Pascual StartUp.</a></li> <li><a href="#">Innovación disruptiva.</a></li> <li><a href="#">Instituto Tomás Pascual Sanz.</a></li> </ul>
<b>10</b> Reducir la desigualdad en y entre los países	<ul style="list-style-type: none"> <li>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. [10.2]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar la inclusión social de personas en situación de vulnerabilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Iniciativa EFR junto a Fundación Másfamilia.</a></li> <li><a href="#">Apoyamos a niños con capacidades especiales de la Fundación Mauricio Garrigou.</a></li> <li><a href="#">Calidad Pascual con tod@s.</a></li> </ul>
<b>11</b> Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial. [11.2]</li> <li>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]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar la optimización sostenible del transporte.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Movilidad sostenible.</a></li> <li><a href="#">Colaboración con AEDIVE y Endesa en el impulso al vehículo eléctrico en flotas.</a></li> <li><a href="#">'Acreditación Flota Ecológica' de AEGFA en 580 vehículos.</a></li> </ul>

## Calidad Pascual y los Objetivos de Desarrollo Sostenible\_

ODS	METAS Y ÁREAS DE INTERÉS	RETOS IDENTIFICADOS EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO	ACCIONES DESARROLLADAS POR PASCUAL ALINEADAS CON LAS METAS DE LOS ODS
<b>12</b> Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales. [12.2]</li> <li>• 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]</li> <li>• Lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida. [12.4]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar el consumo responsable.</li> <li>• Promover la gestión sostenible de residuos, vertidos y de la contaminación.</li> <li>• Reducir el impacto ambiental de los envases.</li> <li>• Impulsar medidas para reducir las pérdidas y el desperdicio de alimentos.</li> <li>• Potenciar el uso de materiales biodegradables, reciclables y reutilizables.</li> <li>• Extender prácticas de ecoetiquetado.</li> <li>• Gestionar de forma sostenible la cadena de suministro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Aprovisionamiento sostenible y saludable.</u></li> <li>• <u>Eficiencia productiva en ganaderías.</u></li> <li>• <u>Participación en el V Punto Encuentro AECOC contra el Desperdicio Alimentario.</u></li> <li>• <u>Modelo de producción eficiente.</u></li> <li>• <u>Envases sostenibles.</u></li> <li>• <u>Eficiencia ambiental.</u></li> <li>• <u>Acciones e iniciativas internas y externas para la prevención del desperdicio de alimentos.</u></li> </ul>
<b>13</b> Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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]</li> <li>• Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales. [13.2]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar el cálculo y la reducción de la huella ambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Programa de medio ambiente en granjas proveedoras.</u></li> <li>• <u>Modelo de producción eficiente.</u></li> <li>• <u>Huella de carbono.</u></li> </ul>
<b>14</b> Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar la protección de los ecosistemas y la biodiversidad marina.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Programa de medio ambiente en granjas proveedoras.</u></li> <li>• <u>Eficiencia ambiental.</u></li> </ul>

## Calidad Pascual y los Objetivos de Desarrollo Sostenible\_

ODS	METAS Y ÁREAS DE INTERÉS	RETOS IDENTIFICADOS EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO	ACCIONES DESARROLLADAS POR PASCUAL ALINEADAS CON LAS METAS DE LOS ODS
<b>15</b> Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>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]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar la protección de los ecosistemas y la biodiversidad terrestre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de medio ambiente en granjas proveedoras.</li> <li>Aprovisionamiento de soja nacional de la máxima calidad y seguridad.</li> <li>Protegemos y conservamos la biodiversidad y los ecosistemas de nuestro entorno.</li> </ul>
<b>16</b> Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducir sustancialmente la corrupción y el soborno en todas sus formas. [16.5]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adoptar medidas de lucha contra la corrupción.</li> <li>Evaluar a proveedores en derechos humanos.</li> <li>Identificar y mitigar los riesgos en derechos humanos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuestro modelo de empresa.</li> </ul>
<b>17</b> Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible	<ul style="list-style-type: none"> <li>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]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar alianzas para desarrollar proyectos de sostenibilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desayunos Pascual.</li> <li>Alianzas estratégicas.</li> <li>Presencia en asociaciones.</li> </ul>

## GRI Standards\_

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
<b>CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES</b>			
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
<b>GRI 102-1</b>	Nombre de la organización	9	
<b>GRI 102-2</b>	Actividades, marcas, productos y servicios	9, 18, 19, 58-61	
<b>GRI 102-3</b>	Ubicación de la sede	19	
<b>GRI 102-4</b>	Operaciones	19, 53	
<b>GRI 102-5</b>	Propiedad y forma jurídica	9	
<b>GRI 102-6</b>	Mercados servidos (localización, sector, y tipo de clientes y destinatarios)	9, 18, 53	
<b>GRI 102-7</b>	Tamaño de la organización (empleados, operaciones, ventas, capitalización y cantidad de productos y servicios).	14, 18, 20, 21, 58-61, 87, 116	
<b>GRI 102-8</b>	Información sobre empleados	21, 87-96, 116	
<b>GRI 102-9</b>	Descripción de la cadena de suministro de la organización	33-43	
<b>GRI 102-10</b>	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		No se han producido cambios significativos.
<b>GRI 102-11</b>	Principio de precaución	26	
<b>GRI 102-12</b>	Iniciativas externas	113-114, 137,138	
<b>GRI 102-13</b>	Presencia en asociaciones	113-114	

## GRI Standards\_

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
<b>CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES</b>			
<b>ESTRATEGIA</b>			
<b>GRI 102-14</b>	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones	4-5	
<b>GRI 102-15</b>	Principales impactos, riesgos y oportunidades	26, 64-69, 72	
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>			
<b>GRI 102-16</b>	Valores, principios, estándares y normas de conducta	23-25	
<b>GOBIERNO</b>			
<b>GRI 102-18</b>	Estructura de gobierno	9-13	
<b>GRI 102-21</b>	Consulta a grupos de interés	71-77	
<b>GRI 102-40</b>	Grupos de interés	73	
<b>GRI 102-41</b>	Empleados cubiertos por convenios colectivos	88	
<b>GRI 102-42</b>	Identificación y selección de grupos de interés	73	.
<b>GRI 102-43</b>	Enfoque para la participación de los grupos de interés	71-77	
<b>GRI 102-44</b>	Temas y preocupaciones clave mencionados	72	



## GRI Standards\_

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
<b>CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES</b>			
<b>MEMORIA</b>			
<b>GRI 102-45</b>	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	9	
<b>GRI 102-46</b>	Definición de los contenidos y cobertura del informe	118	
<b>GRI 102-47</b>	Temas materiales	72	
<b>GRI 102-48</b>	Re-expresión de la información		Se ha recalculado la huella de carbono correspondiente a los ejercicios 2015 y 2016 ampliando su alcance.
<b>GRI 102-49</b>	Cambios significativos respecto a reportes anteriores	118	
<b>GRI 102-50</b>	Periodo objeto del informe	118	

## GRI Standards\_

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
<b>CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES</b>			
<b>MEMORIA</b>			
<b>GRI 102-51</b>	Fecha de último informe		Anterior informe presentado en julio de 2017.
<b>GRI 102-52</b>	Ciclo de elaboración de informes		Anual.
<b>GRI 102-53</b>	Punto de contacto para preguntas sobre el informe		Dirección de Comunicación y Gabinete de Presidencia.
<b>GRI 102-54</b>	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI		Opción de conformidad esencial.
<b>GRI 102-55</b>	Índice de contenidos GRI	127-136	
<b>GRI 102-56</b>	Verificación externa		Informe no sometido a verificación externa.
<b>ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			
<b>GRI 103-1</b>	Explicación de los temas materiales y su alcance	72	
<b>GRI 103-2</b>	Enfoque de gestión	14, 23-28, 32-61, 74, 78-114	
<b>GRI 103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	14, 23-28, 32-61, 74, 78-114	
<b>ECONOMÍA</b>			
<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>			
<b>GRI 201-1</b>	Valor económico directo generado y distribuido	14, 20-21	
<b>GRI 201-4</b>	Asistencia financiera recibida del gobierno (subvenciones)		0,33 millones de euros.

## GRI Standards\_

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
<b>ECONOMÍA</b>			
<b>PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN</b>			
<b>GRI 204-1</b>	Proporción de gasto en proveedores locales	35	
<b>COMPORTAMIENTO ANTICOMPETITIVO</b>			
<b>GRI 206-1</b>	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia		En 2015 hubo una resolución sancionadora 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.
<b>MEDIO AMBIENTE</b>			
<b>ENERGÍA</b>			
<b>GRI 302-1</b>	Consumo de energía dentro de la organización		Consumo total de energía en plantas: • Eléctrica: 88.856.512,77 kwh • Primaria: 177.474.649,59 kwh
<b>GRI 302-3</b>	Intensidad energética	99	
<b>GRI 302-4</b>	Reducción del consumo energético	98	
<b>AGUA</b>			
<b>GRI 303-1</b>	Captación de agua	41	Consumo total de agua en planta: 2.447.612,25 m <sup>3</sup>
<b>BIODIVERSIDAD</b>			
<b>GRI 304-1</b>	Operaciones en zonas protegidas o de gran valor para la biodiversidad	41	

## GRI Standards\_

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
<b>MEDIO AMBIENTE</b>			
<b>EMISIONES</b>			
<b>GRI 305-1</b>	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1)	102	Se han ajustado los indicadores correspondientes a 2014 y 2015 tras la última auditoría.
<b>GRI 305-2</b>	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	102	Se han ajustado los indicadores correspondientes a 2014 y 2015 tras la última auditoría.
<b>GRI 305-3</b>	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	102	Se han ajustado los indicadores correspondientes a 2014 y 2015 tras la última auditoría.
<b>GRI 305-4</b>	Intensidad de las emisiones de GEI	99	Se han ajustado los indicadores correspondientes a 2014 y 2015 tras la última auditoría.
<b>GRI 305-5</b>	Reducción de las emisiones de GEI	102	
<b>EFLUENTES Y RESIDUOS</b>			
<b>GRI 306-2</b>	Residuos por tipo y método de eliminación	98-100	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Residuos no peligrosos: 13.081.477 kg.</li> <li>• Residuos peligrosos: 91.120 kg .</li> <li>• 96% residuos no peligrosos valorizados.</li> </ul>
<b>CUMPLIMIENTO AMBIENTAL</b>			
<b>GRI 307-1</b>	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental		No se han producido sanciones por incumplimiento de normativa ambiental.

## GRI Standards\_

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
<b>MEDIO AMBIENTE</b>			
<b>EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES</b>			
<b>GRI 308-1</b>	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	34	
<b>SOCIEDAD</b>			
<b>EMPLEO</b>			
<b>GRI 401-1</b>	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de empleados.	87, 88	
<b>GRI 401-2</b>	Beneficios para los empleados a tiempo completo.	88-89	
<b>RELACIONES TRABAJADOR-EMPRESA</b>			
<b>GRI 402-1</b>	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales.		Conforme a legislación vigente.
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>			
<b>GRI 403-1</b>	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	95	
<b>GRI 403-2</b>	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	88, 95	
<b>GRI 403-3</b>	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.

## GRI Standards\_

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
<b>SOCIEDAD</b>			
<b>CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN</b>			
<b>GRI 404-1</b>	Promedio de horas de formación por año y por empleado	91	
<b>GRI 404-3</b>	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	91	
<b>DESIGUALDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>			
<b>GRI 405-1</b>	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	11, 87, 116	
<b>TRABAJO INFANTIL</b>			
<b>GRI 408-1</b>	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.
<b>TRABAJO FORZADO O OBLIGADO</b>			
<b>GRI 409-1</b>	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.

## GRI Standards\_

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
<b>SOCIEDAD</b>			
<b>EVALUACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS</b>			
<b>GRI 412-1</b>	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.
<b>GRI 412-3</b>	Acuerdos y contratos significativos de inversión que incluyen cláusulas de derechos humanos o que se sometieron a un examen de derechos humanos.		Todas las operaciones significativas son sometidas a análisis en materia de derechos humanos.
<b>COMUNIDADES LOCALES</b>			
<b>GRI 413-1</b>	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	33, 64-69, 105-110	
<b>GRI 413-2</b>	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales		No se han identificado operaciones significativas con impactos negativos en comunidades locales.
<b>EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES</b>			
<b>GRI 414-1</b>	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	34-35	
<b>GRI 414-2</b>	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	34-35	

## GRI Standards\_

CÓDIGO	INDICADOR	PÁGINAS	COMENTARIOS
<b>SOCIEDAD</b>			
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>			
<b>GRI 416-1</b>	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	33, 56-63	
<b>MARKETING ETIQUETADO</b>			
<b>GRI 417-1</b>	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	44, 100	Somos miembros de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial. En el período cubierto por el informe se ha presentado una reclamación frente a una publicidad de la que es responsable Calidad Pascual .
<b>GRI 417-3</b>	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing		
<b>CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO</b>			
<b>GRI 419-1</b>	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico		En 2017 hemos abonado sanciones administrativas por un valor total de 21.410 €.



# 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.
<b>Derechos Humanos</b>	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
<b>Normas Laborales</b>	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
<b>Medio Ambiente</b>	PRINCIPIO 7. Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	GRI 302-1, GRI 303-1, GRI 304-1, 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
<b>Anticorrupción</b>	PRINCIPIO 10. Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	GRI 102-16

&lt;IR&gt;\_

## CONTENIDOS DEL IIRC

	CONTENIDO	PÁGINAS
<b>Descripción general de la organización y su entorno externo</b>	Descripción general	8-30
	Misión, Visión y Valores	23
	Composición de la cadena de suministro	33 - 43
	Estructura de la propiedad	9
	Principales magnitudes	14, 20-21, 116
<b>Gobierno Corporativo</b>	Órganos de gobierno y procesos de toma de decisiones	10-13
	Prácticas e iniciativas vinculadas al gobierno corporativo	8-13, 22-30
<b>Modelo de negocio</b>	Modelo de Creación de Valor Compartido	31-114
	Grupos de interés	71-73
	Materialidad	72
	Productos y resultados	14, 18, 20-21, 57-61, 116
<b>Riesgos y oportunidades</b>	Descripción e identificación de los principales riesgos y oportunidades, y actuación ante ellos	26, 72

&lt;IR&gt;\_

## CONTENIDOS DEL IIRC

	CONTENIDO	PÁGINAS
<b>Estrategia y asignación de recursos</b>	Planificación estratégica	29-30
	Compromisos con los grupos de interés	23
<b>Desempeño</b>	Indicadores de desempeño	31-116
<b>Perspectivas de futuro</b>	Retos, desafíos y objetivos	29, 34, 45, 47, 97-98, 100
<b>Bases de preparación y presentación</b>	Contenidos y principios para la elaboración del informe	118

# Requerimientos del Real Decreto-ley de información no financiera\_

REAL DECRETO-LEY 18/2017, DE 24 DE NOVIEMBRE, SOBRE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD		
	CONTENIDO	PÁGINAS
Art. 1.2 de la modificación del Código de Comercio que añade el art.49.6.a	Una breve descripción del modelo de negocio del grupo	22-30
Art. 1.2 de la modificación del Código de Comercio que añade el art.49.6.b	Descripción de las políticas que aplica la empresa	24-25
Art. 1.2 de la modificación del Código de Comercio que añade el art.49.6.c	Los resultados de esas políticas.	31-116
Art. 1.2 de la modificación del Código de Comercio que añade el art.49.6.d	Principales riesgos vinculados a las actividades de la empresa, entre ellas: sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo la empresa gestiona dichos riesgos.	26, 72
Art. 1.2 de la modificación del Código de Comercio que añade el art.49.6.e	Indicadores clave de resultados no financieros.	31-116
Art. 2.3 de la modificación texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital que modifica el subapartado 6º del artículo 540.4.c (corresponde con el Art. 20.1.g y la Consideración 18 de la Directiva)	Una descripción de la política de diversidad aplicada.	92-93
<b>Exposición de motivos</b>	Uso de materiales	47, 100
	Uso de energías renovables y/o no renovables	98
	Consumo de agua	98-99
	Uso del suelo	36, 40, 103
	Emisiones de GEI	33, 99-102
	Contaminación atmosférica	48, 99-100

## Requerimientos del Real Decreto-ley de información no financiera\_

### REAL DECRETO-LEY 18/2017, DE 24 DE NOVIEMBRE, SOBRE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD

CONTENIDO	PÁGINAS
Medidas adoptadas para garantizar la igualdad de género	11, 87-96, 116
Condiciones de trabajo	87-95
Diálogo social	73, 87-95
Respeto del derecho de los trabajadores a ser informados y consultados	73, 94
Respeto de los derechos sindicales	73, 87-95
Salud y seguridad en el lugar de trabajo	95
Diálogo con las comunidades locales	73
Medidas adoptadas para garantizar la protección y el desarrollo de esas comunidades	105-110
Prevención de las violaciones de los derechos humanos	137
Lucha contra la corrupción y el soborno	26, 137

#### Exposición de motivos



*Tú, nuestra razón de ser*