



MEMORIA
RESPONSABILIDAD
SOCIAL **2010**





MEMORIA
RESPONSABILIDAD
SOCIAL **2010**

Responsables de la realización de esta memoria:

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

ÍNDICE



01



02



03



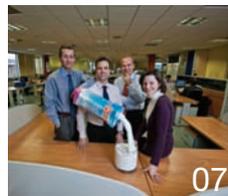
04



05



06

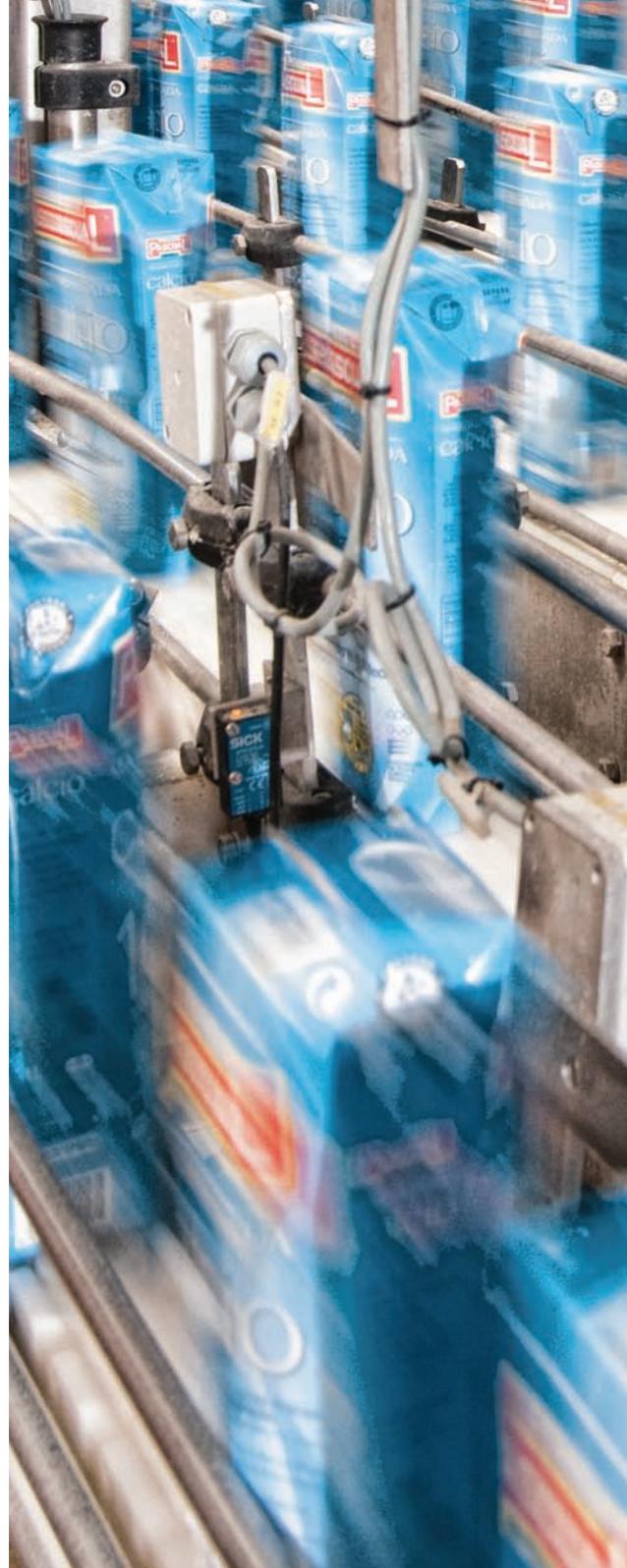


07

01. Presentación	4
Carta del Presidente	6
Acerca de este informe	8
Principales hitos de Responsabilidad Social Corporativa en 2010	12
02. Perfil del Grupo Leche Pascual	18
Misión y visión	20
Valores	21
Orígenes	22
Marcas	24
Estructura y organización	25
Dimensiones principales	32
Premios y distinciones en 2010	34
03. Responsabilidad Social Corporativa en Grupo Leche Pascual	40
Política de Responsabilidad Social	42
Hitos históricos de RSC y Buen Gobierno	46
Análisis DAFO en materia de sostenibilidad en 2010	52
Principales actuaciones en materia de RSC	54
04. Gobierno Corporativo	60
Objetivos 2010	62
Órganos de Gobierno Corporativo de la Corporación empresarial Pascual	64
Transparencia económica y contable	72
Autorregulación	74
05. Medio ambiente	82
Reducción de consumo de energía y agua	86
Reducción de emisiones	92
Minimización de residuos y vertidos	97
Implicación de toda la organización	102
Defensa de la biodiversidad	103
06. Excelencia y calidad	104
Pascual Excelencia: hacia la excelencia en la gestión	107
Sistema integrado de gestión	112
Herramientas de calidad total	116
07. Relación con los grupos de interés	118
Relaciones humanas	120
Proveedores	142
Clientes	158
Consumidores	172
Comunidad	184
Administraciones públicas	210
Sectores	218

01

PRESENTACIÓN





Grupo Leche Pascual desarrolla un proyecto empresarial con vocación de perdurabilidad, sostenible y alineado con su entorno. Desde la colaboración con el ganadero al que se recoge la materia prima como primer eslabón de la actividad, hasta la preocupación por la calidad y salud que se traslada al consumidor final, pasando por el desarrollo profesional de las personas que trabajan en la empresa. La compañía entiende la responsabilidad social más allá de la mera acción social o el mecenazgo: es un compromiso con la calidad, la excelencia y la salud.

CARTA DEL PRESIDENTE

En 2010 destacan los avances del Plan de Sostenibilidad Ambiental y del programa Pascual Excelencia.



Como punto de partida, vuelvo a referirme en la presentación de la memoria de responsabilidad social corporativa del año 2010 a la situación económica general. Debemos asumir, no tanto que nos hallamos sumidos en una larga crisis, sino ante una nueva coyuntura económica, diferente y menos expansiva que la que caracterizó a la década anterior, que continuará durante un período de tiempo considerable y que produce una indudable influencia en nuestro posicionamiento estratégico empresarial. Frente a este entorno de ralentización del crecimiento que se prevé duradero, Grupo Leche Pascual sigue trabajando a largo plazo.

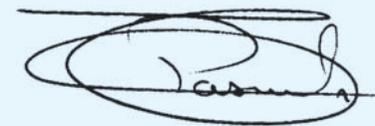
Hemos venido trabajando en los últimos tiempos para adaptarnos a este nuevo escenario, dotando a la compañía de mayor agilidad y eficiencia con el objetivo de mejorar la rentabilidad y así garantizar un crecimiento sostenible. En 2010, la estrategia de Grupo Leche Pascual ha pasado por reforzar los valores que distinguen a nuestros productos, por redoblar los esfuerzos en innovación para ofrecer soluciones alimentarias mejores y más saludables, así como por incidir en la eficacia y la excelencia para mejorar la competitividad.

Seguimos desarrollando y fortaleciendo nuestras marcas estratégicas en los diferentes negocios: tanto en lácteos, como bebidas funcionales, aguas y zumos. Además, hemos reforzado el segmento de la hostelería con el apoyo de la comercialización del café, además de continuar alcanzando nuevos acuerdos de distribución con otras empresas punteras de alimentación. En el área internacional, el objetivo es el desarrollo de negocio en diversos ámbitos geográficos de la mano de socios locales de reconocido prestigio, yendo más allá de la simple exportación de productos Pascual.

Todo ello, sin olvidar los atributos que definen nuestra marca como empresa, como el cuidado del medio ambiente, una cuidada relación con proveedores y clientes, la transmisión a la sociedad de los mejores hábitos de alimentación o el compromiso con nuestras personas.

Destacamos en este ejercicio el avance del Plan de Sostenibilidad de Grupo Leche Pascual, en concreto la apuesta por la movilidad y el transporte sostenible iniciada en Madrid y que iremos extendiendo a todos los centros de trabajo. Dentro de las políticas responsables en la cadena de suministro,

este año hemos iniciado nuevas vías de colaboración con nuestros ganaderos basadas en la búsqueda de la máxima eficiencia productiva de sus explotaciones, además de incorporar a la mayoría de proveedores no agropecuarios al nuevo programa de homologación que incluye criterios sociales y medioambientales. Como empresa familiarmente responsable, seguimos apostando fuertemente por las personas, transmitiendo un estilo de dirección acorde con las expectativas de nuestros empleados y fomentando la conciliación, la igualdad y la integración de personas con discapacidad. Tampoco se ha olvidado el impulso a algunas de nuestras más conocidas señas de identidad relacionadas con el fomento de la salud, la nutrición y la formación en valores. Y, sobre todo, este ha sido el año de Pascual Excelencia, un programa y una forma de entender la empresa que nos debe ayudar a posicionarnos adecuadamente para afrontar el futuro con garantías.



Tomás Pascual Gómez-Cuétara
Presidente del Grupo Leche Pascual

ACERCA DE ESTE INFORME

Este informe describe las principales actividades relacionadas con la responsabilidad social corporativa de Grupo Leche Pascual en 2010.



Alcance y cobertura

PERÍODO CUBIERTO:
Enero-diciembre 2010

Este informe describe las principales actividades relacionadas con la responsabilidad social corporativa de Grupo Leche Pascual en 2010. Los contenidos se presentan con una nueva estructura para facilitar su lectura y maximizar su valor de acuerdo al marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

1. Presentación

- Carta del presidente
- Acerca de este informe
- Principales magnitudes
- Principales hitos de responsabilidad social corporativa en 2010

2. Perfil de Grupo Leche Pascual

- Misión, Visión y Valores
- Orígenes
- Marcas
- Estructura y organización
- Dimensiones principales
- Premios y distinciones en 2010

3. Responsabilidad Social Corporativa en Grupo Leche Pascual

- Política de responsabilidad social
- Hitos históricos de RSC y buen gobierno
- Análisis DAFO en materia de sostenibilidad en 2010

4. Gobierno corporativo

5. Medio ambiente

6. Excelencia y calidad

7. Relación con los principales grupos de interés

- Relaciones humanas
- Proveedores
- Clientes
- Consumidores
- Comunidad
- Administraciones públicas
- Sectores

ACERCA DE ESTE INFORME

Principios seguidos para su elaboración

Leche Pascual ha aplicado en la elaboración de esta memoria 2010 la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad (G3) del Global Reporting Initiative.

La memoria recoge los principales impactos sociales, medioambientales y económicos de Leche Pascual en 2010, tanto internos como externos, de acuerdo al [principio de materialidad](#).

El [principio de participación de los grupos de interés](#) está igualmente plasmado al exponerse detalladamente las relaciones con los principales stakeholders que se encuentran presentes en la cadena de valor de la compañía. La gestión del gobierno de la empresa familiar y de los recursos humanos; la relación con proveedores tanto agropecuarios como no agropecuarios; en el proceso de transformación, las implicaciones medioambientales de la actividad industrial; la colaboración con los clientes; la preocupación por transmitir a los consumidores hábitos de vida saludables; y, por último, la vinculación con la sociedad entendida de forma amplia: relaciones con comunidades con especial implantación, con administraciones públicas o con los sectores de la actividad de Grupo Leche Pascual.

La memoria 2010 presenta el desempeño de Leche Pascual [dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad](#) a través del compromiso con algunos valores generales, no sólo medioambientales, sobre los que actúan las políticas de responsabilidad social corporativa.

La suma de los aspectos e indicadores reflejados que aparecen en la memoria es suficiente para reflejar los impactos sociales, ambientales y económicos más relevantes, siguiendo el [principio de exhaustividad del GRI](#). Es preciso matizar que la cobertura de la memoria se refiere fundamentalmente a la actividad de Grupo Leche Pascual como empresa de alimentación. No obstante, también hace referencia a la Corporación Empresarial Pascual como sociedad matriz, así como a otras entidades pertenecientes a la estructura de la empresa familiar como el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud o el Centro de Investigación en Valores.

Otros principios del [G3](#) tenidos en cuenta han sido el de equilibrio, incluyendo aspectos negativos y positivos, así como el de comparabilidad, con gráficos y tablas que permiten observar la evolución anual de los parámetros expuestos. También se han observado los principios de precisión, periodicidad, fiabilidad y claridad.



FACTURACIÓN:	797 MILLONES €
CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL: 822 MILLONES €	
EBITDA:	80,4 MILLONES €
EBITDA / VENTAS RATIO:	10%
DEUDA FINANCIERA NETA:	293,6 MILLONES €
BAI:	23,9 MILLONES €
RECURSOS PROPIOS:	254 MILLONES €
EMPLEADOS PLANTILLA MEDIA:	2.480
PAÍSES:	65



PRINCIPALES HITOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN 2010



ÁREA	HITOS	INDICADORES
<p>GOBIERNO CORPORATIVO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de la estrategia de RSC en la Comisión de Responsabilidad y Acción Social del Consejo. • Incremento de la transparencia: contable y auditoría interna. • Publicación del nuevo Código de Conducta de los empleados. • Creación de Pascual Directo: el canal abierto de Leche Pascual. • Autorregulación externa: renovación adhesión al Pacto Mundial en 2010. 	<ul style="list-style-type: none"> • 66% de los consejeros son independientes en el Consejo de Administración de Grupo Leche Pascual. • 5 reuniones de la Comisión de Responsabilidad y Acción Social del Consejo. • 64 auditorías internas completadas en los centros de trabajo y sobre los sistemas y procesos.
<p>MEDIO AMBIENTE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del Plan de Sostenibilidad Ambiental que tiene como objetivos: <ul style="list-style-type: none"> » Reducir el consumo de energía y recursos. » Reducir las emisiones. » Minimizar la generación de residuos y vertidos. » Implicar a toda la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Flota sostenible de reparto: 12% de los vehículos madrileños de transporte propulsados por energías alternativas. • Auditorías energéticas en todas las plantas. • Cogeneración: ahorro de 91 millones de kwh y de la emisión de 18.500 toneladas de CO₂ a la atmósfera. • Reducción de un 19% en el consumo de energía primaria. • Disminución del 10,9% del ratio de intensidad eléctrica. • El indicador de intensidad de consumo de agua se ha reducido en un 36,9%.

PRINCIPALES HITOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN 2010

ÁREA	HITOS	INDICADORES
EXCELENCIA Y CALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo del proyecto Pascual Excelencia, basado en el modelo EFQM. Auditorías de seguimiento del Sistema Integrado de Gestión (SIG) con las certificaciones de las normas de Calidad (ISO 9000), Medio Ambiente (ISO 14000), Seguridad Alimentaria (ISO 22000), BRC y OHSAS 18001. Trabajo del equipo de Excelencia en la Cadena de Suministro para el seguimiento de proveedores no agropecuarios y la reducción de las reclamaciones de consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> 500 personas involucradas en 17 áreas en los programas Lidera 2012 y Excelente 2012. 12 auditorías de seguimiento de las normas ISO 14000, 9000, 22000 y BRC satisfactoriamente superadas. 2 certificaciones Khoser y Hamal para las comunidades judía y árabe respectivamente. 4 auditorías de la FDA de Grado A de los yogures exportables a Estados Unidos.
RELACIONES HUMANAS	<ul style="list-style-type: none"> Implantación de un modelo de gestión de personas basado en tres pilares: <ul style="list-style-type: none"> » Valores corporativos. » Sistema de Competencias. » Pilares del Líder Excelente. Desarrollo del modelo Empresa Familiarmente Responsable: presentación del sistema de retribución flexible "Tu retribución a la carta", dentro del programa "Pascual Contigo". Apuesta por la formación de los empleados y la prevención de riesgos. Fomento del deporte y el voluntariado entre los empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> Superada con éxito la auditoría de mantenimiento (DNV) 2010 de la Certificación como Empresa Familiarmente Responsable. 92% contratación indefinida. 300 acciones de mejora derivadas de la encuesta de clima laboral "Great Place to Work". 288 cursos realizados. 2,5% más de horas de formación. Cero accidentes graves por segundo año consecutivo. 2,03% de la plantilla de Grupo Leche Pascual con discapacidad. 37 actividades de 15 deportes con 495 participantes del Grupo Deportivo. 3.700 kilos de alimentos recogidos por el Grupo de Voluntariado.



ÁREA	HITOS	INDICADORES
<p>PROVEEDORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión del contrato homologado, favoreciendo un marco estable de relaciones con los ganaderos. • Mantenimiento de la apuesta por la seguridad alimentaria en origen. • Enfoque sostenible en la producción primaria de leche basado en el cuidado de su impacto medioambiental, en criterios de eficiencia productiva, bienestar animal y mejoras en la alimentación del ganado. • Extensión del sistema de homologación y auditoría de proveedores no agropecuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • 92% de la recogida de leche recogida bajo contrato homologado. • 52% de la recogida de leche certificada según el programa de Seguridad Garantizada. • 10³ (“Diez al cubo”), plan estratégico para el aprovisionamiento de naranjas. • 900.000 gallinas ponedoras acogidas a la legislación de bienestar animal. • 80% de las compras a proveedores de envases y embalajes auditadas según el sistema de auditoría de proveedores.
<p>CLIENTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la satisfacción de clientes. • Mejora en el servicio y atención a los clientes. • Servicio al Cliente: configuración de un nuevo modelo de gestión y atención al cliente. • Innovación de productos orientados a la comodidad, la salud y el canal de hostelería. 	<ul style="list-style-type: none"> • Puesto 15 en el top 20 de Advantage Group de satisfacción de clientes de distribución moderna. • 40% menos de llamadas diarias de incidencias de clientes a partir del trabajo del Departamento de Customer Service. • 10 lanzamientos: nuevos productos, sabores, funcionalidades y formatos.

PRINCIPALES HITOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN 2010

ÁREA	HITOS	INDICADORES
CONSUMIDORES	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas de publicidad y marketing responsable. • Política de puertas abiertas de las instalaciones industriales. • Extensión del etiquetado nutricional. 	<ul style="list-style-type: none"> • 108 consultas previas o copy advices ante Autocontrol de la Publicidad. • 7 casos resueltos por el Jurado de Autocontrol. • 36% disminución del número de reclamaciones en el servicio de Atención al Consumidor. • 16.110 visitantes a las fábricas de Leche Pascual. • 11 campañas de marketing responsable relacionadas con salud, alimentación, deporte y ocio a través de las marcas Bifrutas de Pascual, Vivesoy, Bezoya y Yosport. • 7 nuevas gamas de productos con etiquetado CDOs (Cantidades Diarias Orientativas).
COMUNIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Fomento de la nutrición sana a través del Instituto Tomás Pascual para la Nutrición y la Salud. • Desarrollo del Centro de Investigación en Valores (CIVSEM). • Mantenimiento del apoyo al deporte olímpico y paralímpico. • Compromiso con el deporte base. 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 cátedras con universidades y 13 obras publicadas por el Instituto Tomás Pascual Sanz. • 6.800 asistentes a charlas de divulgación nutricional. • 975.000 euros destinados al "Programa para la preparación de los deportistas españoles de Londres 2012". • 300.000 euros para fomentar el deporte base a través de la Fundación Deporte Joven del Consejo Superior de Deportes. • 9 programas formativos impartidos por el Centro de Investigación en Valores (CIVSEM). • 1,32 millones de kilos de productos donados a 26 bancos de alimentos.



ÁREA	HITOS	INDICADORES
<p>ADMINISTRACIONES PÚBLICAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> Mantenimiento de una relación fluida y equilibrada con las administraciones comunitarias, estatales, autonómicas y locales. Visita al complejo de Aranda de Duero de la Ministra de Sanidad y Política Social, Trinidad Jiménez. 	<ul style="list-style-type: none"> 2,9 millones de euros en subvenciones públicas. 11 visitas y encuentros institucionales con distintas administraciones públicas y poderes legislativos. Participación en el programa Empresa Parlamentarios (PEP) del Círculo de Empresarios.
<p>SECTORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> Presencia en las principales asociaciones sectoriales con el objetivo fundamental de ayudar a fomentar la competitividad de cada mercado. Pertenencia a asociaciones empresariales relacionadas con las marcas, la publicidad o la empresa familiar. Adhesión a la Asociación de Productores Europeos de Alimentos Naturales a base de Soja (Ensa). 	<ul style="list-style-type: none"> 223.000 euros aportados a las 10 principales asociaciones sectoriales. 4 asociaciones sectoriales presididas por Leche Pascual. Colaboración con 17 asociaciones empresariales a las que se ha contribuido con 169.607 euros.

02

PERFIL DEL GRUPO LECHE PASCUAL





Grupo Leche Pascual, empresa de capital cien por cien familiar, inició su andadura en 1969 y cuenta ya con una gama de más de 200 productos, 9 plantas, 20 delegaciones y 2.500 empleados. Su principal actividad es la preparación y el envasado de leche, yogures y otros derivados lácteos, zumos, agua mineral, bebidas y otros productos a base de soja, huevo líquido ultra-pasteurizado y tortillas.

La preocupación por la salud ha sido una de las constantes de la compañía. Desde el lanzamiento de la leche desnatada en los años 70, Grupo Leche Pascual ha recorrido un largo camino promoviendo la salud de los consumidores españoles a través de alimentos innovadores y, sobre todo, sanos.

MISIÓN Y VISIÓN

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

Avanzamos hacia el futuro sin perder nuestra identidad.



VALORES

En GRUPO LECHE PASCUAL aspiramos día a día a la excelencia en el trabajo y con nuestro comportamiento debemos ser reflejo e impulso de los valores, únicos y singulares, que constituyen la esencia y el “ADN” de la compañía.



Superación

Mejorar lo que hacemos, incluso lo que hacemos bien.



Orientación al cliente

Fomentar la buena imagen de la empresa.



Innovación

Adaptarnos muy rápido a los cambios.



Calidad

Hacer el trabajo bien a la primera.



Cercanía

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



Compromiso

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



Confianza

Cumplir, siempre, con los compromisos adquiridos.

ORÍGENES

- Don Tomás Pascual Sanz comienza a trabajar con doce años. Vendía bocadillos, cervezas y gaseosas en la cantina que su padre regentaba en [la estación de Aranda de Duero \(Burgos\)](#).
- A finales de los 60, los negocios de la familia Pascual son prósperos. La cooperativa lechera que existía en Aranda de Duero entra en serias dificultades económicas y el director general de la [Caja de Burgos le pide a Tomás Pascual que se haga cargo de la cooperativa](#). Tomás Pascual argumenta con inquietud que “de leche no sabe y además no tiene dinero”. El director le contesta que “de la financiación se encarga la Caja” y, en cuanto al conocimiento del negocio, le transmite la plena confianza en su capacidad empresarial para sacar adelante el proyecto.
- La ilusión, la constancia y el convencimiento fueron las claves que permitieron a Tomás Pascual vencer las dificultades derivadas del enorme reto que implicaba comercializar leche a gran escala en España con los escasos medios técnicos que existían a principios de los años 70.





EXPANSIÓN (1989-1999)

- Profesionalización:
 - » Equipo directivo.
 - » Equipo vendedores.
 - » Formación.
- Diversificación.
- I+D+i.
- Fidelización / Servicio.
- Obsesión por la calidad.



REORDENACIÓN (1999-2003)

- Afirmación del proyecto de empresa:
 - » Grupo Corporativo Teype.
 - » Protocolo Familiar.
 - » Profesionalización de los órganos de gobierno.
 - » Consejo de Familia.
 - » Familia empresarial.
- Holding empresarial.
- Transformación de empresa de alimentación a empresa de nutrición.



LIDERAZGO EN NEGOCIOS (2003-2006)

- Crecimiento orgánico: 600 MME inversiones.
- Búsqueda del liderazgo en cada mercado.
- Complejidad de gestión creciente.



PLAN ESTRATÉGICO (2006-2010)

- Inversiones: consolidación y adaptación al mercado.
- Complejidad: Sistemas de Gestión.
- Pilares:
 - » Crecimiento.
 - » Innovación.
 - » Cadena de suministro.
 - » Excelencia.
 - » Equipo de alto rendimiento.

1989

1999

2010

MARCAS



Cuotas de mercado de las principales marcas de Leche Pascual 2010 (valor)

Leche clásica brik	11,3%
Leche Pascual Calcio	23,6%
ViveSoy soja	35,5%
Zumo Pascual	19,3%
Agua Bezoza	9,3%
Pascual Bifrutas	45,8%
Batidos Pascual	6,5%
Mantequilla Pascual	7,8%

Fuente: IRI.



ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN

La estructura operativa de Grupo Leche Pascual se articula de la siguiente forma:

- **Direcciones Ejecutivas**
 - Generación de la demanda: Marketing y Comercial.
 - Satisfacción de la demanda: Compras, Industrial y Logística.
 - Planificación y Desarrollo: Soporte y Estrategia.
- **Dirección Corporativa y Ejecutiva:** Área Financiera, Servicios Corporativos y Supervisión de empresas del Grupo.
- **Dirección Corporativa de Personas y Excelencia**
- **División Internacional**

Las principales novedades relativas a la organización de Grupo Leche Pascual en 2010 se agrupan en cinco áreas:

- **Cambios societarios**
- **Adquisiciones de empresas**
- **Alianzas comerciales e industriales**
- **Desarrollo internacional**

ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN

Reordenación societaria

En 2010 se ha procedido a una reestructuración societaria, tanto del Grupo Corporativo TEYPE, anterior holding que englobaba todos los negocios alimentarios y no alimentarios, que pasa a denominarse **Corporación Empresarial Pascual**, como de **Grupo Leche Pascual** industria alimentaria, que ha procedido a una reordenación de su estructura con el objetivo de optimizar el funcionamiento y la gestión del grupo. Con esta última reordenación se pretende adecuar la gestión de la división industrial de alimentación a fin de mejorar su actividad, diferenciando los negocios y los activos industriales en función de su destino: gran consumo o clientes industriales.

De esta forma, la actividad industrial se articula en torno a tres ejes de actuación:

- Por un lado, la compañía distingue la gestión de aquellos negocios relacionados con los productos de gran consumo asociados a sus **marcas consolidadas**: lácteos, zumos, bebidas funcionales, soja...
- En segundo lugar, existen otros negocios alimentarios que por sus características deben ser abordados de una manera diferenciada. Se trata de **áreas de actividad dotadas de un carácter eminentemente industrial**, que requieren una gestión independiente y unos matices diferenciados del gran consumo. Por ejemplo, en la planta de envasado de zumos de Palma del Río un porcentaje de la producción se destina a clientes industriales y no se comercializa bajo la marca Pascual. La

fábrica de derivados del huevo y de tortillas, Arteovo, antiguo PDH, es otro de los negocios de la corporación en los que se separa la gestión de la marca Pascual dirigida al canal Horeca de la comercialización al resto de grandes clientes industriales.

- Por último, Grupo Leche Pascual ha creado una sociedad gestora de **otros activos industriales del grupo que en la actualidad se encuentran en situaciones especiales**.



Adquisiciones

Grupo Leche Pascual adquirió en junio de 2010 [Caffè Mocay](#), la división de café del Grupo Azkoyen. Con Caffè Mocay, Leche Pascual se posiciona estratégicamente en el canal HORECA, en el que la cerveza, los refrescos y el café son considerados los productos locomotora. En concreto, el segmento del café crece en hostelería a un ritmo del 2,6% anual y representa el 40% del consumo total de café en España.

Con la adquisición de Caffè Mocay, Grupo Leche Pascual mantiene su apuesta por ofrecer a estos establecimientos un servicio integral y de calidad. Caffè Mocay, además de productos diferenciadores, incorpora otros elementos de fidelización comercial tales como un amplio servicio post venta y de asistencia al hostelero, así como la posibilidad de adquirir máquinas cafeteras y otros productos complementarios.



Con Caffè Mocay, Leche Pascual se posiciona estratégicamente en el canal HORECA



Acuerdos comerciales

Cabe también señalar la firma de nuevas alianzas comerciales, que se unen a las existentes con Heinz y Aguas Pedrás, para distribuir marcas de prestigio a través de la red comercial de Leche Pascual, todas ellas encuadradas en el [proyecto Diversia](#). Así, en junio de 2010 se hizo público el acuerdo firmado entre [Grupo Leche Pascual](#) y [Kellogg's España](#) para la comercialización y distribución de cereales y barras de cereal de la marca líder Kellogg's en los canales de comercialización de rutas de alimentación, rutas de hostelería, hostelería organizada, vending y distribuidores de Grupo Leche Pascual.

Alianzas industriales

En el mes de febrero se hizo efectivo el acuerdo con [Alimentos Lácteos S.A](#) para la continuidad de la planta láctea de Otero de Rey (Lugo) afectada el año anterior por un ERE. Alimentos Lácteos S.A, empresa constituida por diversas cooperativas gallegas, firmó un convenio con Leche Pascual que contempla un régimen de alquiler de la fábrica lucense con opción a compra.

ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN

Uno de los ejes principales de crecimiento de la compañía para los próximos años se orienta hacia el exterior.



Internacionalización

Uno de los ejes principales de crecimiento de la compañía para los próximos años se orienta hacia el exterior. Grupo Leche Pascual mantiene dos líneas de desarrollo internacional: la exportación de productos elaborados y la política de alianzas con otros grupos en países considerados estratégicos donde se pretende asentar.

- En materia de **exportaciones** las ventas internacionales se concretan en zumos exprimidos, sobre todo de naranja, bebidas de soja y yogures de larga duración. Con proyectos de distribución de zumo Pascual en países como Rusia, países escandinavos y del este, Francia, Grecia, Portugal e Irlanda, o adaptando los yogures de larga vida a los gustos del consumidor africano en países como Angola o Cabo Verde, donde Pascual ya es la marca líder del mercado.
- La segunda vía para crecer en el exterior consiste en la **firma de acuerdos o alianzas con otros grupos** para la fabricación del producto, con el

yogur como eje. Durante el año 2010 han continuado las negociaciones para el desarrollo de varios proyectos de internacionalización en Venezuela, Brasil, Filipinas, India y Sudáfrica, unos más avanzados que otros, para llegar a acuerdos con socios en proyectos en los que Leche Pascual aportará equipos, tecnología, ingeniería y know how. El objetivo es instalarse en esos ámbitos geográficos en los próximos cinco años y conseguir triplicar la aportación del negocio internacional a la cuenta de resultados de la empresa en ese período de tiempo.



En noviembre de 2010 se hizo público el acuerdo entre **Grupo Leche Pascual y Empresas Polar** para la construcción de una planta de yogures de larga vida en la localidad venezolana de Valencia con una aportación de Grupo Leche Pascual en forma de maquinaria, tecnología, know how y asistencia técnica. Este producto ofrece grandes posibilidades en el mercado venezolano ya que permitirá extender el consumo de yogur entre la población venezolana y facilitar el acceso a un alimento con excelentes propiedades nutritivas que no necesita frío.

Antes, en el mes de marzo, **la Presidenta de Filipinas, Gloria Macapagal-Arroyo, recibió en Madrid a Tomás Pascual Gómez-Cuétara.** Grupo Leche Pascual está muy interesado en producir junto a un socio filipino con un doble objetivo: atender la demanda del mercado interno y servir de cabecera para exportar a los nueve países restantes de la Asociación de Naciones del Sureste Asiático (Asean).

La Presidenta de Filipinas, Gloria Macapagal-Arroyo, recibió en Madrid a Tomás Pascual Gómez-Cuétara.

ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN

**Grupo Leche Pascual está actualmente
presente en más de 60 países**



AMÉRICA

- Cuba
- Curaçao
- República Dominicana
- Ecuador
- Guatemala
- Haití
- Jamaica
- Perú
- Trinidad y Tobago
- EE.UU.

EUROPA

- Albania
- Bélgica
- Chipre
- Dinamarca
- Finlandia
- Francia
- Georgia
- Grecia
- Islandia
- Irlanda
- Lituania
- Malta
- Polonia
- Portugal
- Rusia
- Eslovaquia
- Eslovenia
- España
- Reino Unido

ÁFRICA

- Angola
- Camerún
- Cabo Verde
- Congo

- Rep. Dem. Congo
- Djibouti
- Guinea Ecuatorial
- Ghana
- República de Guinea
- Costa Marfil
- Kenia
- Libia
- Mauritania
- Mauricio
- Mayotte
- Marruecos
- Mozambique
- Nigeria
- São Tome
- Senegal

ASIA Y ORIENTE MEDIO

- China
- Hong Kong
- India
- Irak
- Israel
- Jordania
- Corea
- Kuwait
- Líbano
- Pakistán
- Filipinas
- Singapur
- Siria
- Taiwán
- Las Maldivas

OCEANÍA

- Polinesia Francesa

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



Los representantes de Empresas Polar y Leche Pascual, Pablo Baraybar y Tomás Meléndez, respectivamente, en el acto de presentación de la alianza en Caracas.

DIMENSIONES PRINCIPALES

NOMBRE:	Grupo Leche Pascual, S.A.
SEDE SOCIAL:	Aranda de Duero (Burgos). Oficinas centrales en Madrid
EMPRESA FAMILIAR DE CAPITAL 100% ESPAÑOL	
FACTURACIÓN AÑO 2010:	797 millones € (Corporación Empresarial Pascual: 822 millones €)
PRESENCIA INTERNACIONAL:	65 países
EMPLEO DIRECTO:	2.480 (Corporación Empresarial Pascual 2.732 personas)
INVERSIÓN EN FORMACIÓN POR EMPLEADO Y AÑO:	796€/empleado/año
RED COMERCIAL:	800 personas
ESTRUCTURA LOGÍSTICA:	1.734.621 palés de larga distancia 389.415 palés de corta distancia



FÁBRICAS:	9
DELEGACIONES COMERCIALES:	20
LÁCTEOS PRODUCIDOS:	554,6 millones de litros/kilos
ZUMO PRODUCIDO:	35,7 millones de litros
BEBIDA DE SOJA ENVASADA:	56,2 millones de litros
AGUA ENVASADA:	413,6 millones de litros
OVOPRODUCTO Y RESTO:	14,4 millones de litros/kilos

MAGNITUDES 2010	Fact. (MM€)	Plantilla media
GRUPO LECHE PASCUAL	797	2.480
LA QUINTA	16,2	166
PEACHE	18,6	58
CORREDURÍA Y OTRAS SOCIEDADES	0,8*	28
CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL	822**	2.732

* Facturación de la Correduría de Seguros de Grupo Leche Pascual.

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



PREMIOS Y DISTINCIONES EN 2010



Reputación corporativa

Leche Pascual primera compañía castellanoleonesa en el ranking Merco de las empresas con mejor reputación.

En el ranking de empresas, Grupo Leche Pascual [asciende cuatro posiciones](#) para situarse en el puesto 52 de las compañías españolas con mejor reputación. Además, Leche Pascual ha ocupado en 2010 la primera posición de las empresas castellanoleonesas del ranking, seguida por el Grupo Siro en el puesto 76.

Por su parte, Tomás Pascual Gómez-Cuétara ocupa la posición 55 en [el ranking Merco de los empresarios españoles](#). En el sector alimentario, Tomás Pascual Gómez-Cuétara ha resultado el más valorado, mientras que Grupo Leche Pascual ocupa el cuarto lugar, sólo por detrás de multinacionales como Coca-Cola, Danone y Nestlé.

Merco Personas 2010: Leche Pascual asciende 11 puestos.

Grupo Leche Pascual, en el puesto 60, ha ocupado [el primer lugar de la lista en las empresas familiares de alimentación](#) y el cuarto en el sector de la alimentación tras Danone, Coca Cola y Nestlé. El pasado año, Grupo Leche Pascual se situó en la posición 71 en el ranking global.

2ª oleada del Estudio KAR 2009 publicada en febrero de 2010: Leche Pascual es la cuarta empresa de alimentación mejor valorada.

Según la 2ª oleada del Estudio KAR 2009, elaborado por IPSOS, [Grupo Leche Pascual se sitúa en la cuarta posición de este ranking](#) en el que la prensa identifica a las empresas más reconocidas y valoradas del sector de la alimentación.



Leche Pascual entre las mejores reputaciones de España según el Reputation Institute.

El Reputation Pulse incluye 140 compañías que operan en el mercado español, escogidas entre aquellas de mayor facturación y de un estudio de menciones espontáneas entre el público. El peso de la reputación corporativa se analiza en siete dimensiones. Grupo Leche Pascual se sitúa en el puesto 16.



Premio a Leche Pascual por su fair play en los Juegos de las Empresas.

Grupo Leche Pascual ha recibido el Trofeo Corporativo Fair Play en acto oficial de entrega de premios de la edición 2010 de Los Juegos de las Empresas Randstad presidido por el Viceconsejero de Deportes de la Comunidad de Madrid, Javier Hernández y por la Directora General de Deportes de la Comunidad de Madrid, Carlota Castrejana.



Premios Capital: Grupo Leche Pascual premio a la Trayectoria Empresarial.

Grupo Leche Pascual y el Grupo Arranz Acinas han obtenido los premios a la Trayectoria Empresarial que otorga la revista Capital y cuyo acto de entrega se celebró el 15 de noviembre en Burgos.

“Lo que empezó como un reto se ha convertido, años después, en una de las mayores historias de éxito empresarial de España. A finales de los años 60, un joven Tomás Pascual recibió un encargo muy especial del entonces director general de Caja de Burgos: sacar adelante la cooperativa lechera que había en Aranda de Duero, su ciudad natal”.

PREMIOS Y DISTINCIONES EN 2010



Marcas y productos

Premios Innovación
de la revista
Muy interesante.

El Untable de soja Vivesoy resultó finalista en la categoría de alimentación. La segunda edición de los Premios Innovación *Muy Interesante* ha reunido a más de 200 productos en diferentes categorías: innovaciones en alimentación, automoción, cosmética, electrónica, imagen y sonido, informática, medio ambiente, moda, salud y telecomunicaciones.



Bezoya Quarzo, premiada
en el certamen internacional
de diseño Red Dot.

La botella de vidrio Bezoya Quarzo, creada por el diseñador [Josep María Morera](#), ha sido elegida uno de los productos ganadores en la categoría Communication Design de los premios de diseño Red Dot entregados en febrero de 2010. Para el jurado, *“Bezoya Quarzo se ha posicionado en el segmento más exclusivo de hostelería con un original concepto expresado a través del color ahumado de su cristal y de la forma octogonal de la botella”*.



Campañas y envases de
Grupo Leche Pascual
premiados en el certamen
Best Pack 2010.

Han resultado galardonados la promoción estival de Pascual Funciona y el envase de hostelería de Pascual Selección. Best Pack es un prestigioso certamen que premia a los mejores trabajos del marketing y la publicidad en el sector de la alimentación: packaging, promociones directas, spots, campañas gráficas, PLV y campañas interactivas.



Leche Pascual Sin Lactosa: premiada por *Actualidad Económica*.

“Examen a la innovación”: la revista *Actualidad Económica* premió las 100 mejores ideas, en concreto los productos y servicios más brillantes de los últimos meses. [Leche Pascual Sin Lactosa](#) ha sido uno de los tres productos galardonados en la categoría de alimentación.



Pentawards premia el diseño de los zumos Pascual Selección.

El 30 de septiembre se celebró en Shanghái (China) la ceremonia de entrega de los premios Pentawards, certamen mundial dedicado exclusivamente al diseño de envases y embalajes, en el que resultó [premiado con el Gold Award el diseño de los Zumos Pascual Selección](#) para el canal hostelería, creados y desarrollados por Grupo Leche Pascual en colaboración con la agencia In Spirit Design.



Leche Pascual triple ganador del certamen Producto del Año: el consumidor reconoce el carácter innovador y la orientación a la salud de los lanzamientos de 2010.

Grupo Leche Pascual ha conseguido tres galardones en la undécima edición de los premios Producto del Año en España, celebrada en diciembre en Barcelona. En concreto, los premios han recaído en las categorías de “leches”, con la [Leche Pascual Sin Lactosa](#), en “bebidas vegetales”, gracias a [ViveSoy Ligera](#), y en “bebidas lácteas con fruta”, por el nuevo [Bifrutas de Pascual Tropical Sin Azúcar Añadido](#).

PREMIOS Y DISTINCIONES EN 2010



Medio ambiente

Leche Pascual galardonado por la Comunidad de Madrid por sus productos con bajo impacto medioambiental.

La entrega de los Premios de Medio Ambiente de la Comunidad de Madrid, la Cámara de Comercio y la CEIM se celebró en el mes de junio. Grupo Leche Pascual obtuvo el [accésit en la categoría Producto con menor impacto ambiental](#) en relación con los de su categoría, gracias al ahorro energético que supone la comercialización de sus postres de larga vida y sus yogures pasteurizados después de la fermentación.



Grupo Leche Pascual recibió la distinción Muévete Verde por su apuesta por una cultura de movilidad sostenible.

Grupo Leche Pascual ha recibido en septiembre de 2010 la distinción Muévete Verde, al “fomento de modos sostenibles de transporte de mercancías”, de manos del delegado de seguridad y movilidad del Ayuntamiento de Madrid, Pedro Calvo. Este premio, que concede la Fundación Movilidad y el Ayuntamiento de Madrid, reconoce las mejores iniciativas para una nueva cultura de movilidad urbana sostenible.



Miembros de la familia empresaria

La Fundación Dionisio Duque, maestro asador de Segovia, premió a Tomás Pascual Gómez-Cuétara.

La Fundación Dionisio Duque, maestro asador de Segovia, falló sus premios anuales que en 2010 han recaído en la figura del presidente del Grupo Leche Pascual, Tomás Pascual Gómez-Cuétara, y los hosteleros Milagros Novo y Adolfo Muñoz, así como en la Escuela de Hostelería de Fuenllana y Thermomix.



Las mujeres de la familia Pascual Gómez-Cuétara, galardonadas por su labor en el campo empresarial.

A mediados de noviembre se celebró en Briviesca (Burgos) la entrega de los Premios Mujeres y Empresa, que organiza anualmente la asociación de mujeres empresarias de Miranda de Ebro (ADEME), con asistencia de relevantes personalidades de la provincia y la autonomía. El premio a la Excelencia, compartido con M^a Isabel de Lorenzo, de Eibur Círculo Empresarial, se concedió conjuntamente a **Pilar Gómez-Cuétara Fernández y sus hijas, Pilar y Sonia Pascual Gómez-Cuétara**, de la empresa Grupo Leche Pascual.



Acción social y RSC

Grupo Leche Pascual premio Espiga de Oro de la Federación Española de Bancos de Alimentos.

El 16 de octubre, coincidiendo con el Día Mundial de la Alimentación, Grupo Leche Pascual ha obtenido el premio **Espiga de Oro**, otorgado por la Federación Española de Bancos de Alimentos para distinguir, como cada año, a la empresa cuya colaboración ha sido más valorada por estas entidades sin ánimo de lucro.



Leche Pascual recibe el premio Hermes por su política de integración laboral de los discapacitados.

El Centro de Recuperación de Personas con Discapacidad Física del Imsero en Salamanca (CRMF) y el Consejo Regional de Cámaras de Comercio de Castilla y León, en la novena edición de los Premio Hermes, que vienen concediéndose desde 2002, **han galardonado a Grupo Leche Pascual por su política de integración sociolaboral de las personas con discapacidad**. Recogieron el premio concedido a Leche Pascual Sonia Pascual Gómez-Cuétara, consejera del grupo, y Joseba Arano, director de Relaciones Humanas.

03

RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA
EN GRUPO
LECHE PASCUAL





Grupo Leche Pascual siempre ha defendido un modelo de RSC vinculado directamente a la cadena de valor de la empresa. El concepto de RSC o RSE está íntimamente ligado a la propia actividad empresarial que, grosso modo, consiste en la recogida de materia prima, su transformación, transporte y venta al consumidor.

En cada uno de estos estadios, aunque no sólo en ellos, Grupo Leche Pascual desarrolla políticas coherentes con los intereses de sus interlocutores.

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL



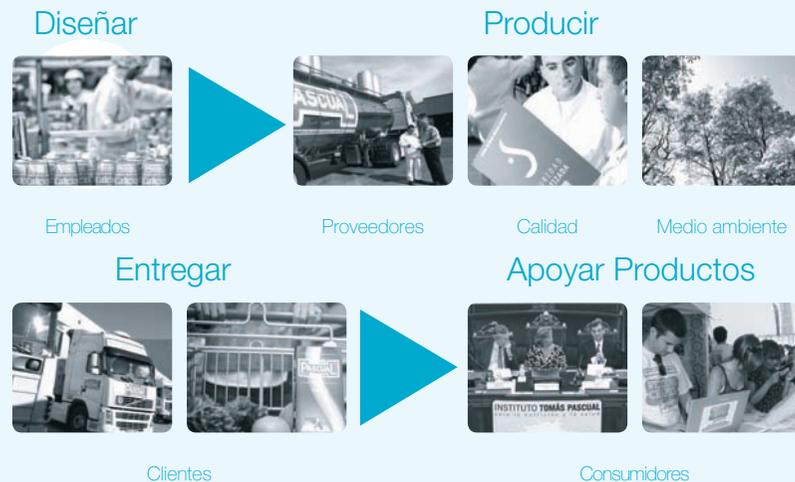
La política de RSC de Grupo Leche Pascual está estrechamente relacionada con la cadena de valor de la empresa. Desde el trabajo mano a mano con el ganadero a fin de obtener la mejor materia prima, pasando por la atención personalizada al cliente, para acabar con el compromiso con el consumidor a través de la promoción de la salud, todo el proceso se halla orientado a la elaboración de un producto diferenciado, con características claramente identificables y avalado por una marca de prestigio.

Cada eslabón de la cadena que ofrece como resultado los productos de Grupo Leche Pascual conlleva una serie de compromisos ineludibles y, sobre todo, tangibles, con la calidad y la alimentación sana.



La RSC está íntimamente ligada
a la propia actividad empresarial.

La cadena de valor de Leche Pascual:



De esta manera Grupo Leche Pascual contribuye a la creación de riqueza y al desarrollo sostenible en su triple sentido: **económico, social y medioambiental**.

- **Económicamente**, Leche Pascual considera como objetivo estratégico la rentabilidad a medio y largo plazo para asegurar la pervivencia en el tiempo de la empresa. La compañía aporta valor a sus más de 150.000 pequeños, medianos y grandes clientes, además de a los millones de consumidores finales, a los que cuida con exquisita atención. Para lograr este objetivo, la calidad se aplica a las materias primas, a los procesos y a los servicios.

También los proveedores participan del compromiso corporativo por la creación de valor. En el campo español, diariamente más de mil ganaderos y agricultores encuentran en Leche Pascual un socio sólido y de futuro que ayuda a reforzar el desarrollo sostenible del medio rural.

- Desde el **punto de vista social**, para Grupo Leche Pascual es prioritaria la creación de empleo y riqueza colaborando activamente al desarrollo de las distintas comunidades en las que actúa. Con casi 30 centros de trabajo y más de 2.500 empleos directos repartidos por España, Leche Pascual apuesta por la conciliación entre vida personal y laboral y promueve la igualdad de oportunidades y la inserción laboral de personas con discapacidad.

Destaca igualmente la profundización de los vínculos con la sociedad gracias a la labor del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud y del Centro de Investigación en Valores

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL



(CIVSEM), iniciativas ambas de la familia Pascual Gómez-Cuétara para difundir los mejores hábitos de alimentación y acercar la realidad social a la empresa, respectivamente. En el campo de la salud, cabe igualmente señalar el impulso de la actividad física y el deporte, tanto en lo relativo al deporte olímpico como al deporte de base.

Esta responsabilidad también se refleja por medio de la adhesión de Leche Pascual a los grandes eventos socioculturales promovidos por las ciudades, las comunidades autónomas y el estado: Forum de Barcelona, Xacobeo, Año Lebaniego, IV Centenario de Don Quijote...

Además, Grupo Leche Pascual invierte todos los años en patrocinios e iniciativas de mecenazgo y acción social en áreas geográficas con especial presencia de la compañía.

- Finalmente, el **medio ambiente** ha sido un aspecto esencial a la hora de plantear y desarrollar nuevas inversiones. Desde un principio se ha contado en las fábricas con plantas depuradoras de las más avanzadas tecnologías, así como plantas de cogeneración eléctrica para el ahorro del consumo energético y la reducción de emisiones a la atmósfera. Hoy, el compromiso medioambiental de la compañía se halla canalizado a través de su Plan de Sostenibilidad.

El medio ambiente ha sido un aspecto esencial a la hora de plantear y desarrollar nuevas inversiones.



Los valores que D. Tomás Pascual Sanz convirtió en señas de identidad de la compañía

Grupo Leche Pascual mantiene la defensa de los valores que D. Tomás Pascual Sanz convirtió en señas de identidad de la compañía y que hoy definen los principales ejes de su política de responsabilidad social:

- La preocupación por la seguridad y la calidad de los alimentos.
- El impulso del sector primario y del comercio minorista.
- El compromiso con los empleados.
- La preservación del medio ambiente.
- La promoción de una vida saludable.
- El apoyo al deporte olímpico y de base.

HITOS HISTÓRICOS DE RSC Y BUEN GOBIERNO



1973

- Creación de un equipo de veterinarios y asesores al ganadero, que actualmente está compuesto por más de 25 personas para garantizar la calidad de la leche.



1986

- En 1986, se comienza a utilizar gas natural, combustible poco contaminante, en la fábrica de Aranda, tras promover la construcción de un ramal de gas canalizado de varios kilómetros hasta la llegada a las dependencias de la fábrica.
- Se instalan en la fábrica de Aranda los primeros sistemas de depuración de aguas residuales.
- Inicio de la colaboración con el programa ADO.



1991

- Construcción de la primera planta de cogeneración energética en Aranda de Duero, realizándose la puesta en marcha en septiembre de 1991.



1994

- El Grupo Leche Pascual fue la primera empresa española certificada por la UE para la comercialización de leche en todo el territorio de la Unión.
- Se finaliza el proyecto de aprovechamiento de biogás en la depuradora de la fábrica de Aranda.
- Se comienza a utilizar la digestión anaerobia para el tratamiento de fangos de centrales lácteas en la estación depuradora de aguas residuales de Aranda de Duero.

1998

- En 1998, se impulsa la presencia de gas canalizado en la fábrica de Otero de Rey (Lugo), donde se utilizará en la nueva planta de cogeneración.
- Se implanta la digestión anaerobia en la EDAR de la fábrica de Otero de Rey.

1999

- En 1999, el Grupo Leche Pascual obtuvo la homologación "Grado A" que otorga la Federal and Drug Administration (FDA), de los EEUU, y le permite ser la primera empresa láctea que puede exportar yogures a dicho país, homologación que posteriormente obtuvo una calificación de 100 puntos, el máximo.
- La familia Pascual decidió formalizar, en el año 1999, un protocolo familiar que establecía los parámetros sobre los que se ha basado la sucesión familiar de la compañía.

HITOS HISTÓRICOS

DE RSC Y BUEN GOBIERNO



2000

- El Grupo Leche Pascual es socio fundador de la Asociación para la Autorregulación de la Calidad de los Zumos y Néctares (AEAZN).

2001

- La misma FDA otorgó en 2001 al Grupo Leche Pascual la aceptación para la exportación a Estados Unidos de productos lácteos de baja acidez (postres lácteos).
- Se implanta la norma medioambiental ISO 14001 en Aranda de Duero.

2002

- Patrocinio de “Salamanca 2002, Capital Europea de la Cultura”.

2003

- Puesta en marcha en la planta de Palma del Río de la fábrica de secado de pulpa de naranja con una capacidad de 100 millones de kilos de pulpa y destino para alimentación animal.
- Inicio del programa de educación nutricional “Vive Sano” en colegios, asociaciones y otros colectivos.
- Desarrollo del proyecto agronómico para el cultivo de naranja para zumo en Andalucía.



2004

- Programa de Seguridad Alimentaria para garantizar la seguridad en todo el proceso de producción de la leche.
- Leche Pascual se adhiere a la Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS) impulsada por el Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Adhesión a Confianza On-line, el Sistema de Autorregulación de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva.
- Patrocinio del “Forum Universal de las Culturas. Barcelona 2004” y “Juegos Mediterráneos Almería 2005”.
- Desarrollo del proyecto agronómico para el cultivo de soja en la cuenca del Duero.

2005

- Adhesión al Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a Menores, Prevención de la Obesidad y Salud (PAOS).
- Aprobación del Manual General de Crisis corporativo.
- Patrocinios de:
 - “IV Centenario de D. Quijote de la Mancha”,
 - “Asociación Deportes Paralímpicos”,
 - “Vuelta al Mundo a Vela. Galicia 2005”
 - y “32 America’s Cup”.

2006

- La norma de calidad industrial ISO 9001 implantada en las plantas de Bezoya (Ortigosa), Otero de Rey, Ribagorza y Ovoproducto de Aranda de Duero.
- La norma de calidad medioambiental ISO 14001 se implanta en la fábrica de Otero de Rey.
- Patrocinio de “Liébana 2006. Cantabria Tierra de Júbilo”, “Fundación Deporte Joven” y “Oportunidades para el Mundo. Ayuntamiento de Madrid”.
- Se crea la Comisión de Responsabilidad y Buen Gobierno Corporativo, delegada del Consejo de Administración.
- Se crean las comisiones delegadas del Consejo de Auditoría y de Nombramientos y Retribuciones.

HITOS HISTÓRICOS DE RSC Y BUEN GOBIERNO



civsem
Centro de Investigación en Valores



2007

- Aprobación del Reglamento del Consejo de Administración.
- Se aprueban las bases del Plan de Igualdad.
- Nace el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud y el Centro de Investigación en Valores (CIVSEM).
- Creación del Grupo Deportivo de Leche Pascual para acercar la práctica del deporte a los empleados.

2008

- Certificación EFR, Empresa Familiarmente Responsable.
- Patrocinio de eventos deportivos como la candidatura de Madrid 2016, la Volvo Ocean Race y la Barcelona World Race.
- Firma del primer contrato homologado con cooperativas ganaderas para el suministro de leche cruda.

2009

- Aprobación del Plan de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual con acciones e iniciativas para mejorar el impacto de su actividad en el entorno medioambiental.
- Desarrollo del mapa de riesgos corporativos.
- Primer Día del Voluntariado de Grupo Leche Pascual.
- Convenio entre FACUA-Consumidores en Acción y Grupo Leche Pascual. Leche Pascual potencia su compromiso de calidad colaborando con una de las más significadas asociaciones de consumidores.



2010

- Iniciado el proceso de implantación del Plan de Sostenibilidad Ambiental de Leche Pascual con el objetivo de ahorro de recursos (energía y agua), ahorro de emisiones contaminantes y reducción de residuos y vertidos.
- Progreso del modelo EFR (Empresa Familiarmente Responsable) para consolidar la cultura de flexibilidad, orientación a resultados, igualdad de oportunidades e integración personas con discapacidad.
- Publicación del nuevo Código de Conducta de los empleados de la Corporación Pascual.
- Puesta en marcha de los programas de Excelencia “Lidera 2012” y “Excelente 2012” con más de 500 participantes



ANÁLISIS DAFO

EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD

EN 2010



Debilidades

- **Nuevo escenario económico** caracterizado por el escaso crecimiento.
- Necesidad de ampliar las acciones de responsabilidad social corporativa en la **relación con determinados stakeholders**.
- **Limitación de la capacidad innovadora** derivada de la situación económica.

Amenazas

- **Incertidumbre del coste de la energía**, grandes fluctuaciones de precio y dependencia del exterior.
- **Dificultades estructurales en el sector agrario** español que obstaculizan el aprovisionamiento de materias primas de origen nacional.
- **Aumento del factor precio** en la decisión de compra del consumidor.
- Incremento de la cuota de mercado **de la marca de la distribución**.



Fortalezas

- Puesta en marcha de un pionero programa de transporte y [movilidad sostenible](#) en el área comercial generador de ventajas competitivas.
- Existencia de un [órgano del Consejo de Administración](#) encargado de velar por la aplicación de la estrategia de RSC.
- Prestigio de la [marca Pascual](#) asociada a innovación, salud y calidad.
- [Compromiso de la familia Pascual Gómez-Cuétara](#) las políticas de acción social y compromiso con la comunidad: Instituto Tomás Pascual Sanz y CIVSEM.
- Desarrollo del modelo [Empresa Familiarmente Responsable](#) como punto de partida del modelo de gestión de personas.
- Nuevas [vías de colaboración con los ganaderos](#) basadas en el asesoramiento para mejorar la eficiencia productiva y medioambiental.

Oportunidades

- Apuesta por el yogur de larga vida como producto sostenible en países emergentes y base del [proyecto de internacionalización](#) de la compañía.
- Sentadas las bases del [Plan de Sostenibilidad](#) en lo relativo a la puesta en marcha de mecanismos de medición y auditorías medioambientales como punto de partida para la mejora de los indicadores.
- Extensión de los [programas de excelencia](#) a áreas distintas de las industriales para ampliar la apuesta por la calidad total.

PRINCIPALES ACTUACIONES EN MATERIA DE RSC

PÚBLICOS	GRUPOS DE INTERÉS	OBJETIVOS	PRINCIPALES ACTUACIONES
SOCIEDAD	<p>Administración</p> <p>Analistas</p> <p>Empleados</p> <p>Directivos</p>	<p>Asegurar la sostenibilidad del proyecto empresarial.</p> <p>Asegurar el buen gobierno corporativo.</p> <p>Asegurar la transparencia económica y contable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo familiar, para regular el acceso de la familia a los órganos de gobierno. • Consejo de Familia, que vela por la aplicación de las normas y principios del Protocolo. • Consejo de Administración con un 66% de consejeros independientes. • Comisión Delegada de Auditoría y Buen Gobierno. • Comisión Delegada de Responsabilidad y Acción Social. • Comisión Delegada de Nombramientos, Retribuciones y Personas. • Auditoría Externa anual de todas las sociedades. • Auditorías Internas para verificar el cumplimiento legislativo. • Código de Conducta.



PÚBLICOS	GRUPOS DE INTERÉS	OBJETIVOS	PRINCIPALES ACTUACIONES
SOCIEDAD	Opinión pública Entidades / Asociaciones medioambientales	Disminuir y minimizar el impacto ambiental de las actividades de la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Sostenibilidad Ambiental para la reducción de consumos, emisiones, residuos y vertidos. • Fuentes de energía sostenibles: gas natural (99%) y cogeneración. • Desarrollo de un proyecto de movilidad sostenible.
SOCIEDAD	Administración pública Clientes Consumidores Empleados Accionistas Proveedores	<p>Garantizar la excelencia en la gestión como uno de los pilares corporativos.</p> <p>Mejorar la satisfacción de todos los grupos de interés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Pascual Excelencia basado en el modelo EFQM. • Sistema Integrado de Gestión (SIG). • Excelencia en la Cadena de Suministro. • Proyecto 5S. • Proyectos Lidera 2012 y Excelente 2012.



PRINCIPALES ACTUACIONES

EN MATERIA DE RSC

PÚBLICOS	GRUPOS DE INTERÉS	OBJETIVOS	PRINCIPALES ACTUACIONES
EMPLEADOS	Empleados Mujeres Personas con discapacidad	Potenciar las capacidades y la motivación del equipo humano. Fomentar la orientación a la innovación y la orientación al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de gestión de personas. • Plan Director de Formación. • Plan Conciliación e Igualdad. • Programas de integración de discapacitados. • Certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable). • Beneficios sociales. • Grupo Deportivo. • Grupo de Voluntariado.
PROVEEDORES	Proveedores agropecuarios Proveedores no agropecuarios	Desarrollo y profesionalización del sector ganadero. Desarrollo de principios éticos en la gestión de compras.	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Seguridad Garantizada. • Contrato homologado en la recogida de leche. • Cultivos sostenibles. • Programa de Proveedores Homologados.



PÚBLICOS	GRUPOS DE INTERÉS	OBJETIVOS	PRINCIPALES ACTUACIONES
CLIENTES	<p>Detallistas</p> <p>Autoservicios</p> <p>Supermercados</p> <p>Hipermercados</p> <p>Hostelería</p> <p>Distribuidores</p>	<p>Contribuir al desarrollo de su negocio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas de satisfacción. • Servicio especializado al cliente. • Formación y colaboración. • Innovación de productos.
CONSUMIDORES	<p>Consumidores</p>	<p>Promover la salud.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Información al consumidor. • Atención al consumidor. • Política de puertas abiertas. • Marketing responsable. • Relación con asociaciones de consumidores.



PRINCIPALES ACTUACIONES EN MATERIA DE RSC

PÚBLICOS	GRUPOS DE INTERÉS	OBJETIVOS	PRINCIPALES ACTUACIONES
COMUNIDAD	<p>Ciudadanos</p> <p>Deportistas</p> <p>Fundaciones</p> <p>Universidades</p> <p>Academias médicas</p> <p>Entidades científicas</p>	<p>Fomento de la nutrición sana, la actividad física y el deporte.</p> <p>Transmisión de valores humanos y empresariales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgación científica y nutricional (Instituto Tomás Pascual Sanz). • Fomento de la actividad física y apoyo al deporte de base. • Transmisión de valores (Centro de Investigación en Valores – CIVSEM). • Patrocinios. • Mecenazgo.
ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	<p>Estado</p> <p>Comunidades Autónomas</p> <p>Confederaciones hidrográficas</p> <p>Ayuntamientos</p> <p>Unión Europea</p>	<p>Mantenimiento de una relación fluida y equilibrada.</p> <p>Defensa de las políticas sectoriales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Empresas-Parlamentarios (PEP). • Jornadas con administraciones y poderes públicos.
SECTORES	<p>Asociaciones sectoriales (FeNIL, AEAZN, ASOZUMOS, INOVO, ANEABE)</p>	<p>Fomentar la competitividad de cada mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo responsable y participación activa. • Presidencia de asociaciones.

GRUPOS DE INTERÉS



04

GOBIERNO CORPORATIVO





En la segunda generación Grupo Leche Pascual continúa siendo una empresa familiar. El compromiso de la familia Pascual Gómez-Cuétara es hacer cada día más grande el legado del fundador. Para alcanzar este reto está absolutamente volcada en el proyecto empresarial con la intención de impulsar el crecimiento de la compañía y consolidar su posición en el siglo XXI. La familia está al servicio de la empresa profesionalizada, con la misión de transmitir los valores que caracterizan a Leche Pascual.

OBJETIVOS

2010

OBJETIVOS 2010	ACCIONES REALIZADAS
<p>Gestión de las políticas responsables desde el Consejo de Administración.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Comisión de Responsabilidad y Acción Social ha supervisado los proyectos de RSC del Grupo en 2010.
<p>Incremento de la transparencia: contable y auditoría interna.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 64 auditorías internas completadas en los centros de trabajo y sobre los sistemas y procesos. • Las cuentas consolidadas de la compañía se elaboran conforme a las normas internacionales de contabilidad.
<p>Compromiso con la autorregulación interna: desarrollo de mecanismos para la defensa de la integridad personal y profesional de los empleados, así como para una mejor organización del trabajo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo Código de Conducta de la Corporación Empresarial Pascual. • Creación del canal ético Pascual Directo. • Mapa de riesgos: revisión e incorporación de riesgos relativos a compras y contrataciones. • Optimización de los recursos: mejoras en la gestión con ahorros en los gastos de estructura.
<p>Autorregulación externa: adhesión a iniciativas sectoriales de autocontrol.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Renovación de la adhesión al Pacto Mundial en 2010. • Renovación de la adhesión a Confianza On Line. • Presidencia de la Asociación para la Autorregulación de la Calidad de Zumos y Néctares (AEZAN). • Autocontrol de la Publicidad: 108 consultas previas sobre la publicidad de Leche Pascual. • Pertenencia al Comité de Seguridad Alimentaria de AECOC.

ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

Evolución del gobierno corporativo: Consejo de Familia y Protocolo Familiar

El fundador de Grupo Leche Pascual, Tomás Pascual Sanz, se caracterizó por su inquietud por asegurar la continuidad empresarial, legando a sus hijos una compañía sólida y con visión de futuro. A pesar de ser una empresa familiar, apostó desde el principio por rodearse de consejeros independientes que colaborasen en la construcción de la estrategia y la dirección del grupo. Figuras de distintos perfiles y experiencia entre las principales personalidades del mundo empresarial español.

Por lo tanto, la gestión de los distintos negocios de la Corporación se articula desde consejos de administración formados por consejeros dominicales y profesionales independientes, que ayudan tanto a la [gestión industrial](#) como al [desarrollo de la empresa familiar](#).

Una vez la segunda generación de la familia Pascual Gómez-Cuétara alcanzó la edad suficiente, el fundador se planteó dar los pasos necesarios para ir introduciendo a la familia en el gobierno de la compañía y ordenar la continuidad al frente de la empresa. Pasos culminados en 1999 con la creación de un [Consejo de Familia](#).

El Protocolo de Familia protege
los valores históricos de la empresa.



Familia Pascual Gómez-Cuétara, propietaria
de la Corporación Empresarial Pascual.

ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

Este órgano tenía, además, como misión la elaboración de un [Protocolo de Familia](#) que permitiera a la familia Pascual Gómez-Cuéstara jugar su papel de propietaria, asegurando los valores intrínsecos de la empresa, sintetizados en conseguir el objetivo de que detrás de la “empresa familiar” hubiese el sustento firme de una “familia empresaria”. El Protocolo, firmado en 1999, asegura igualmente la incorporación progresiva y sujeta a estrictos requisitos de los nuevos miembros de la familia al gobierno corporativo.

Además, fija los términos del proceso sucesorio en cuanto a aspectos claves como la visión compartida, el diálogo abierto sobre los negocios, la adecuación de los órganos de gobierno y el establecimiento de los valores corporativos para el futuro del grupo. A fin de llevar a buen término esta tarea, la familia se rodeó de expertos, tanto en materia de protocolos de empresa familiar, como de los adecuados perfiles que ayudaran a la familia a ejecutar su estrategia.

No obstante, la primera sucesión ya estaba prácticamente finalizada antes del fallecimiento del fundador de la empresa, Tomás Pascual Sanz, en 2006. Su hijo primogénito, Tomás Pascual Gómez-Cuéstara venía siendo Consejero Delegado desde 1996, con la dirección estratégica de la compañía y el control de la gestión operativa de todas las direcciones generales.



Gobierno del holding familiar: Corporación Empresarial Pascual

Finalizada la reordenación societaria, en la actualidad existen dos órganos de gobierno diferenciados. Por un lado, el [gobierno del holding familiar](#), en cuyo consejo participa la familia Pascual Gómez-Cuétara, madre e hijos, asesorada por consejeros independientes que tienen la misión de cimentar la *visión de propietarios* y de ayudarles a ser *accionistas*, al mismo tiempo que colaboran en el desarrollo de los objetivos de la empresa familiar. Se trata, por tanto, de *enseñar a la familia a ser propietaria*, no sólo desde el punto de vista de la gestión, sino también de la creación de valor y la transmisión de valores, así como de controlar el cumplimiento de los objetivos de la familia en cada negocio.

En este holding o [Corporación Empresarial Pascual](#) hay dos consejeros independientes, con perfiles complementarios. Por un lado, la experiencia de [Joaquín Moya](#), consolidado empresario que desde los años 90 posee un amplio conocimiento del grupo y de la propia familia propietaria, ascendencia que le confiere un papel asesor destacado. Por otro, la reciente incorporación de [Joaquín Uriach](#), al frente de Laboratorios Uriach, una empresa que ya se halla en su quinta generación, supone un importante refuerzo por su dominio de la empresa familiar.



Los dos consejeros independientes en el Consejo de Administración de la Corporación Empresarial Pascual.

ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

Gobierno del grupo industrial: Grupo Leche Pascual

El segundo órgano de gobierno es el correspondiente al **grupo industrial**. En esta parte del negocio la familia actúa ya no sólo como propietaria, sino también como gestora. Al existir la figura del presidente y consejero delegado, encarnada en **Tomás Pascual Gómez-Cuétara**, con funciones ejecutivas, se requiere un consejo con mayoría de consejeros independientes que ayuden en la toma de decisiones. Por ello, el Consejo de Administración está formado por consejeros con extensa experiencia en el análisis y la gestión de los negocios industriales, que apoyan y asesoran al consejero delegado. Se trata de personas de afianzado prestigio en diversos campos empresariales.

En el Consejo de Administración del grupo industrial, representado por la sociedad Grupo Leche Pascual, el 66% son consejeros independientes.



El reconocido empresario **Luís Serrano Martín** comparte en el Consejo de Administración de Grupo Leche Pascual su extenso conocimiento de la empresa familiar. **César Bardají** y **Juan José Pérez-Cuesta** participan con un amplio bagaje en el área del gran consumo: desarrollo de productos, marketing y distribución comercial.

Además, se ha incorporado al Consejo de Grupo Leche Pascual **Laura González-Melero**, presidenta y consejera delegada de los laboratorios Merck Serono en España. Con una visión innovadora y basada en la calidad, atributos comunes a Leche Pascual.

Como consejeros dominicales del grupo industrial se encuentran **Tomás Pascual Gómez-Cuétara** como presidente y consejero delegado, acompañado de **Sonia Pascual Gómez-Cuétara**, en calidad de secretaria del consejo.



Integrantes de los Consejos de Administración

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

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

Por otro lado, el grupo industrial representado por la sociedad **Grupo Leche Pascual** tiene un consejo de administración en el que el 66% son consejeros independientes:

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

ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL

Comisiones Delegadas del Consejo: Responsabilidad y Acción Social

La labor del Consejo de la Corporación Empresarial Pascual se articula a través de una serie de **Comisiones Delegadas** que repasan periódicamente las principales líneas de trabajo de forma sectorial. Así, existe una Comisión Delegada de Auditoría y Buen Gobierno; una Comisión Delegada de Responsabilidad y Acción Social, innovadora al incorporar al consejo de administración la supervisión de las políticas de RSC de Grupo Leche Pascual; y una Comisión Delegada de Nombramientos, Retribuciones y Personas.

La **Comisión Delegada de Responsabilidad y Acción Social** supervisa desde el Consejo de Administración las actividades de responsabilidad social de la empresa. Está integrada por dos consejeros independientes, dos dominicales y un secretario, con reuniones trimestrales con carácter ordinario y siempre que sea necesario con carácter extraordinario. Su presidente informa en todos los Consejos del Grupo, en los que siempre existe un punto fijo del orden del día para los informes de las Comisiones Delegadas Asesoras.



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

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

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

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

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

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

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

A lo largo de 2010 la Comisión de Responsabilidad y Acción Social ha celebrado cinco reuniones para abordar todos los asuntos relacionados con la responsabilidad social corporativa de la compañía.

Algunos de los temas tratados han sido el seguimiento del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud y del Centro de Investigación en Valores (CIVSEM), la actividad del Grupo Deportivo y del Grupo de Voluntariado de Leche Pascual, la evolución del Plan de Sostenibilidad Ambiental o los proyectos de acción social, mecenazgo y colaboración con asociaciones y entidades sin ánimo de lucro. Asimismo, ha supervisado todos los proyectos de conciliación e igualdad vinculados a los empleados.

Asuntos más relevantes tratados en cada una de las reuniones:



Comisión Responsabilidad y Acción Social 20/01/10

- Presupuestos del Instituto Tomás Pascual Sanz y del Centro de Investigación en Valores

Comisión Responsabilidad y Acción Social 03/03/10

- Plan de actuación del Grupo de Voluntariado.

Comisión Responsabilidad y Acción Social 31/05/10

- Evolución de la actuación en materia de RSC durante 2010.

Comisión Responsabilidad y Acción Social 14/09/10

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

Comisión Responsabilidad y Acción Social 03/11/10

- Diseño del plan de RSC.

ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL PASCUAL



Por último, el Comité Ejecutivo, presidido por el Consejero Delegado, Tomás Pascual Gómez-Cuétara, es el órgano en el que los directivos desarrollan las líneas estratégicas de actuación en torno a las siguientes áreas:

Direcciones Ejecutivas:

- Generación de la demanda:
 - » Distribución moderna
 - » Hostelería
 - » Distribuidores
 - » Red Comercial
 - » Trade Marketing
 - » Marketing
 - » Publicidad
 - » Servicio al Cliente
- Satisfacción de la demanda:
 - » Compras y Aprovisionamientos
 - » Industrial
 - » Planificación y Logística
 - » Negocios Industriales: Palma del Río y Ovoproductos
 - » Relaciones Institucionales
 - » Aseguramiento de la Calidad
- Planificación, Desarrollo e Innovación:
 - » Estrategia y Oficina de Gestión de los Proyectos
 - » Control de Gestión
 - » Organización
 - » Servicios de Tecnologías de la Información y Comunicaciones
 - » Innovación

Dirección Corporativa y Ejecutiva:

- Jurídico
- Secretaría Técnica
- Fiscal
- Finanzas Corporativas
- Desarrollo y Seguimiento de negocios
- Administración General
- Riesgos y Calidad Comercial
- Comunicación Externa

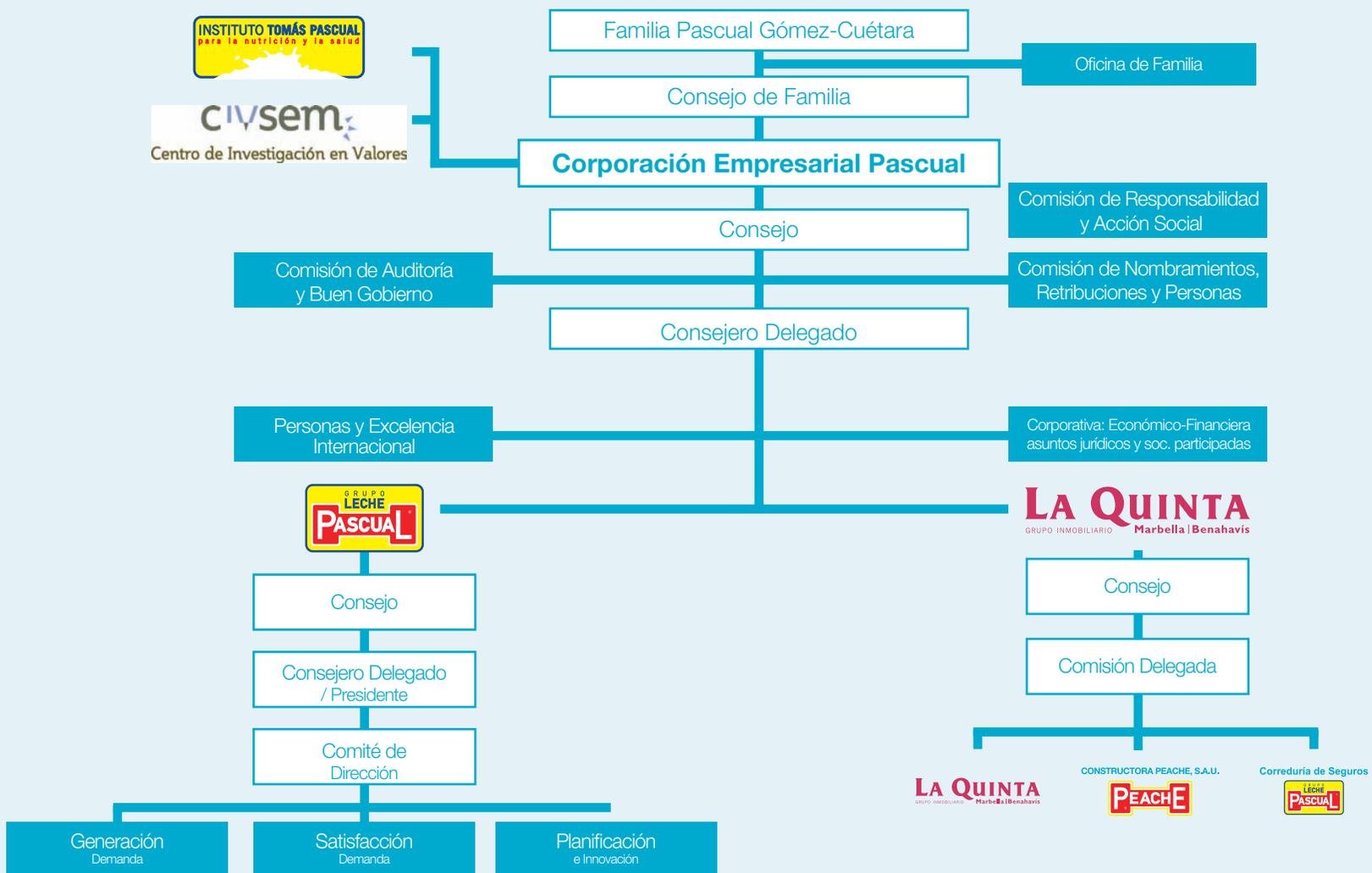
Dirección Corporativa de Personas y Excelencia:

asume el reto de consolidar en toda la organización, a través de ambas palancas, la cultura y valores corporativos por medio de un estilo de dirección acorde con los nuevos retos que se plantean.

La División Internacional:

se coordina con estas áreas para conseguir los mejores crecimientos en exportación de productos, si bien desarrollará con la Presidencia los proyectos de ámbito internacional.

Organigrama de gestión



TRANSPARENCIA ECONÓMICA Y CONTABLE

Auditoría externa

Grupo Leche Pascual somete a sus sociedades a auditorías anuales por parte de [expertos independientes de reconocida solvencia](#) que forman parte de uno de los cuatros principales grupos de auditores líderes a nivel mundial.

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

La compañía actúa con [total transparencia frente a los auditores](#), quienes proporcionan análisis, evaluaciones, recomendaciones, asesoría e información concerniente a las actividades revisadas. Los auditores utilizan técnicas determinadas para ofrecer una opinión independiente sobre la evolución del sistema y su control interno, además

de formular sugerencias para su mejora. La auditoría no contiene ni limitaciones en cuanto a su alcance, ni contingencias o salvedades algunas. El dictamen u opinión es depositado en el Registro Mercantil.



[64 auditorías internas en 2010.](#)

Auditoría interna

La [Dirección de Auditoría Interna Corporativa](#) tiene como principales objetivos verificar el cumplimiento legislativo en los centros, así como de la normativa interna del grupo y sus procedimientos, además de la calidad en los procesos de los sistemas de gestión, establecidos por la Corporación Empresarial Pascual para todas las sociedades que la integran. Esta labor se desarrolla mediante la realización de [Auditorías Generales Integradas, Auditorías Corporativas y Auditorías de los Sistemas de Gestión](#) encuadradas todas ellas en un exhaustivo [Plan Anual de Auditorías](#) para los distintos centros y procesos, que se somete a la aprobación de la Comisión de Auditoría de la Corporación Empresarial Pascual y que en 2010 ha totalizado [64 auditorías internas](#). Cada auditoría genera un plan de acción para corregir las incidencias aparecidas, cuyo seguimiento con los responsables de cada centro se realiza periódicamente. La Comisión de Auditoría recibe trimestralmente un informe con las actuaciones del período.

Además de la realización de las auditorías planificadas, la Dirección de Auditoría Corporativa está a disposición de las direcciones generales para auditar distintos

centros o procesos que necesiten una atención especial en un momento específico.

Durante el ejercicio 2010, se han integrado todos los tipos de auditoría interna en una única visita para obtener mayor eficacia y eficiencia. Esta estrategia ha posibilitado auditar un mayor número de potenciales riesgos y auditorías que inicialmente no estaban planificados.

Además de las auditorías de normativa interna, de sistema de gestión de la calidad (ISO 9001), sistema de gestión ambiental (ISO 14001), sistema de gestión certificado basado en la seguridad y salud en el trabajo (Ohsas 18000), sistema de gestión de seguridad alimentaria (ISO 22000 y British Retail Consortium (BRC) y, en las delegaciones comerciales, del análisis de peligro y puntos de control críticos, se audita el sistema de gestión EFR (Empresa Familiarmente Responsable), aspectos económicos (inmovilizado, stocks, facturación de transportistas, previsiones, regularizaciones...), cumplimientos legislativos en los centros o validación de nuevos procesos de gestión de stocks.



Las novedades más reseñables en 2010 han sido:

- La coordinación en la actualización del **mapa de riesgos del Grupo Corporativo** ha permitido enfocar las actividades hacia ciertos riesgos identificados. Esta estrategia se mantendrá en 2011.
- En 2010 también se ha puesto en marcha el **Canal Abierto** que, gestionado conjuntamente desde la Comisión de Auditoría Interna y la Comisión de Responsabilidad y Acción Social, permite a todos los empleados disponer de un medio formal para comunicar posibles incidencias de diversa índole.
- También se ha colaborado en la revisión del **Código de Conducta Empresarial**.
- Se realizó la primera auditoría interna en el marco de la **IFS (International Food Standard)**, que establece exigentes estándares de calidad para la cadena de suministro del producto certificado.
- Se realizaron auditorías internas en **distribuidores comerciales** de Grupo Leche Pascual.
- Se ha prestado especial atención a la verificación del cumplimiento de la **Ley de Protección de Datos**.

Autorregulación interna

- Código de Conducta Empresarial

Grupo Leche Pascual ha publicado en 2010 el nuevo **Código de Conducta Empresarial** que sustituye al documento aprobado en 2006, vigente hasta la fecha. Se trata de un documento que se adapta a las actuales circunstancias en un contexto de cambio constante y acelerado. Este código establece un marco de referencia sobre los principios que rigen la conducta profesional de todos los empleados, cualquiera que sea su posición y la sociedad a la que pertenezcan dentro de la Corporación Pascual.

El Código, disponible en la Intranet corporativa, se estructura en torno a tres principios generales de actuación: **conducta ética, profesionalidad y confidencialidad.**



Nuevo código de conducta y nuevo canal Pascual Directo.



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

1. Conducta ética

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

2. Profesionalidad

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

3. Confidencialidad

Necesidad de ser cuidadosos al manejar la información sensible.

- Pascual Directo: el canal abierto de Leche Pascual

Pascual Directo nace en 2010 con el objetivo de poner a disposición de los empleados una **vía de diálogo directa y abierta con la compañía para poner en su conocimiento comportamientos contrarios al Código de Conducta.**

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

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



- Mapa de riesgos corporativos

Las líneas maestras del mapa de riesgos de Grupo Leche Pascual fueron diseñadas en 2009 mediante la puesta en marcha de un proceso cuya finalidad era analizar los riesgos propios de la actividad de Grupo Leche Pascual. Para ello se estimó el riesgo en base tanto a eventos históricos analizados como a la experiencia de expertos, desarrollando un sistema que identifica y evalúa estos riesgos. Este procedimiento incluye mecanismos específicos de control interno y auditoría con la finalidad de asegurar la medición continuada de los riesgos y la detección de nuevos, además de dar a conocer a todos los miembros de la empresa la información necesaria para actuar. Su aprobación definitiva está prevista en 2011.

En 2010, siguiendo indicaciones de la Comisión de Auditoría delegada del Consejo, [la Dirección de Auditoría Interna ha incorporado al Plan Anual de Auditorías Internas](#) alcances más amplios para las auditorías de determinados riesgos, como por ejemplo los relativos a las compras y contrataciones tanto agropecuarias como no agropecuarias.

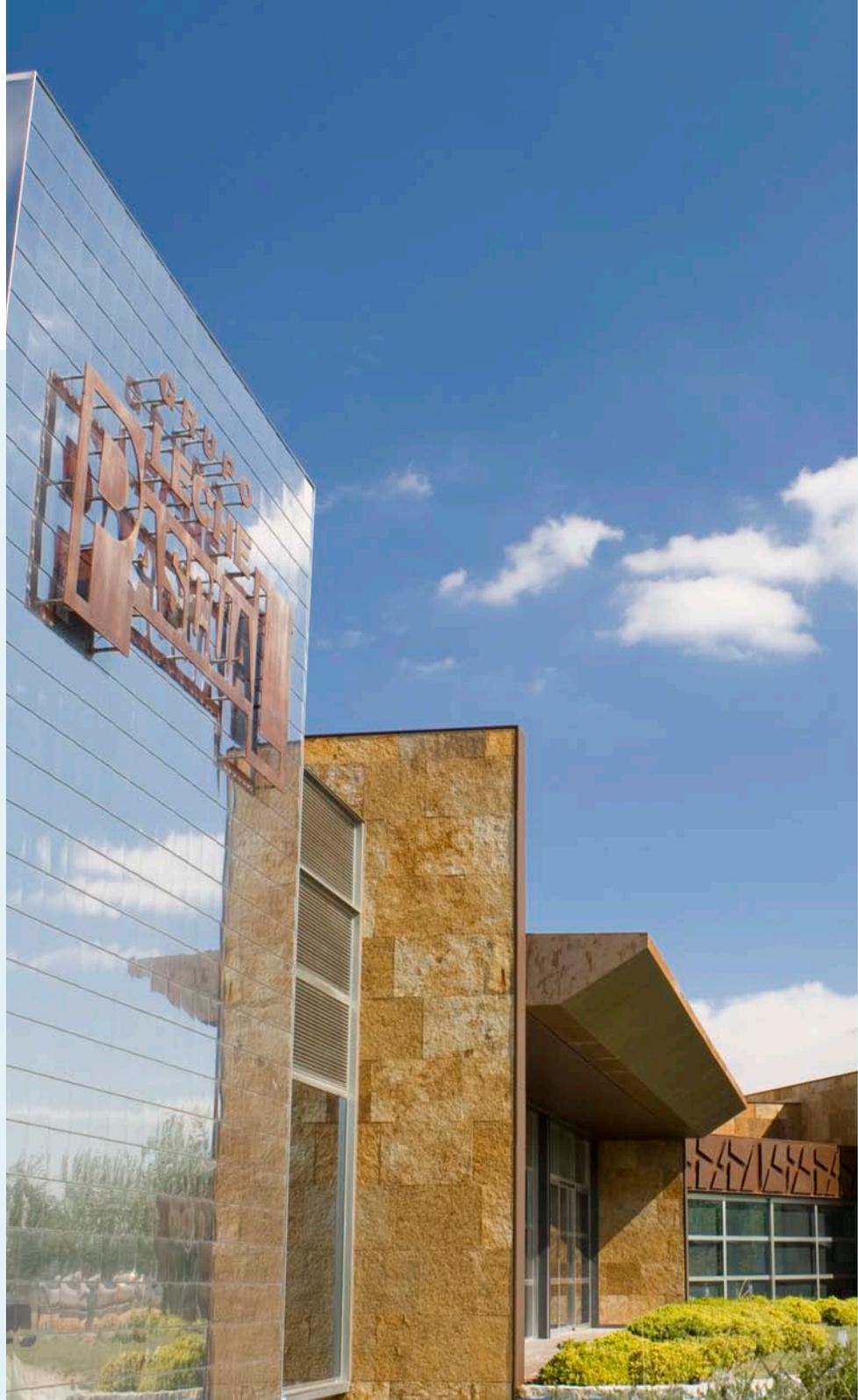


- **Manual de Gestión de Crisis**

Grupo Leche Pascual cuenta con un [Manual de Gestión de Crisis](#), que establece pautas de actuación para dar respuesta rápida a la situación de crisis. [No es un documento sustitutivo de los planes de emergencia](#) con que cuenta Grupo Leche Pascual en cumplimiento de la legislación de prevención de riesgos laborales, o de los procedimientos establecidos en las normas certificables de calidad y de gestión existentes en los centros de trabajo. Se trata de una [guía práctica para informar a las diferentes audiencias externas e internas, centrando la gestión de la crisis en el ámbito de la comunicación](#), aunque también incidiendo en aspectos operativos.

Algunos de los objetivos que se persiguen son:

- Minimizar pérdidas financieras, por ejemplo, la caída de ventas.
- Proteger los activos de la compañía.
- Reducir responsabilidad personal.



- Normativa interna y organización

La Dirección de Organización tiene el objetivo de optimizar los recursos de Leche Pascual y llevar a cabo estrategias de racionalización de los gastos de estructura. En 2010 ha seguido inmersa en la identificación de áreas de trabajo para conseguir ahorros y mejoras en la gestión presupuestaria, como por ejemplo a través de la implantación de un nuevo modelo de reporting de gastos.

Otros hitos destacables fueron la gestión de la renovación de la flota renting de Leche Pascual con la implantación de un sistema de GPS, los ahorros en la aplicación de viajes de empresa, el apoyo prestado en la implantación del proyecto de Customer Service o la revisión de normativas e instrucciones de trabajo internas.



Autorregulación externa

En el año 2010 Grupo Leche Pascual ha seguido adherido a diversos códigos de autoconducta y autorregulación relacionados con aspectos tales como el respeto de los derechos humanos, los estándares laborales, el medio ambiente, la actividad publicitaria, la comunicación on-line, el control de la calidad y autenticidad de los alimentos, la seguridad alimentaria o el fomento de hábitos de consumo saludables.

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Grupo Leche Pascual se adhirió al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2007 con la finalidad de ir progresivamente mejorando el cumplimiento de los diez principios vinculados al respeto de los derechos humanos y laborales, la lucha contra la discriminación en el empleo o al desarrollo de enfoques orientados a la protección medioambiental.

En 2010 Grupo Leche Pascual ha renovado su compromiso con el Pacto Mundial completando su segundo informe de progreso correspondiente al ejercicio anterior, en el que se especifica el grado de cumplimiento de los diez principios del Pacto Mundial. Todos los informes de progreso de Leche Pascual pueden consultarse en la página web de la Red Española del Pacto Mundial (ASEPAM): <http://www.pactomundial.org>





Los Diez Principios del Pacto Mundial

Los Diez Principios del Pacto Mundial están basados en declaraciones y convenciones universales aplicadas en cuatro áreas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción.

- **DERECHOS HUMANOS:**

Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

- **ESTÁNDARES LABORALES:**

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

- **MEDIO AMBIENTE:**

Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

- **ANTICORRUPCIÓN:**

Principio 10: Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

- Autocontrol de la Publicidad

La Asociación para la [Autorregulación de la Comunicación Comercial \(Autocontrol de la Publicidad\)](#) es una entidad de voluntaria pertenencia que aboga por una publicidad veraz, legal, honesta y leal. Con este objetivo, los principales anunciantes, agencias y medios de comunicación, crearon en 1995 esta asociación sin ánimo de lucro, que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitario español. Grupo Leche Pascual aboga desde hace años por una “publicidad responsable” en su calidad de socio de pleno derecho de Autocontrol.

RESOLUCIONES DEL JURADO DE AUTOCONTROL CON PARTICIPACIÓN DE GRUPO LECHE PASCUAL EN 2010				
	NÚMERO DE CASOS RESUELTOS	ESTIMADOS	ESTIMADOS PARCIALMENTE	DESESTIMADOS
Casos resueltos por el Jurado de Autocontrol por reclamaciones dirigidas contra la Publicidad de Leche Pascual	4	2	1	1
Casos resueltos por el Jurado de Autocontrol por reclamaciones interpuestas por Leche Pascual	3	2	1	0

A lo largo de 2010 Leche Pascual ha estado involucrado en siete casos ante el Jurado de Autocontrol de la Publicidad, siendo reclamado en cuatro de ellos y reclamante en los tres restantes. Asimismo, la compañía solicitó **108 consultas previas o copy advices** al Gabinete Técnico de Autocontrol relativas a publicidad de Leche Pascual, contestadas en un plazo medio de 72 horas sobre su corrección ética y legal.

Además, el Gabinete Técnico atendió **8 consultas legales** de Grupo Leche Pascual para resolver dudas sobre la legislación aplicable o los códigos de conducta específicos en publicidad, nunca sobre anuncios en concreto. Finalmente, Grupo Leche Pascual no fue sancionado en 2010 en relación con el cumplimiento de las resoluciones del Jurado de la Publicidad de Autocontrol ni tampoco fue reclamado por razón de discriminación sexual en su publicidad.

Número de copy advices de Grupo Leche Pascual



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

Confianza On-line es una asociación privada sin ánimo de lucro, cuyos socios fundadores son AECOM, Autocontrol de la Publicidad y Red.es. El distintivo de Confianza On-Line de la web www.lechepascual.es reconoce la transparencia y credibilidad de esta página, acreditando su compromiso ético y social a todos los usuarios. Se trata de un sello de calidad ética online con el objetivo principal de incrementar la confianza de los consumidores en las actividades comerciales, de comunicación y de servicios on-line.

Confianza On-line está dotado de un conjunto de normas deontológicas recogidas en el “Código Ético de Confianza Online” cuya aplicación se encarga a dos órganos: el Jurado de Autocontrol de la Publicidad y la Junta Arbitral Nacional de Consumo.



- Autocontrol de la calidad alimentaria: sector zumos

La Asociación Española de Autocontrol de Zumos y Néctares (AEAZN) se constituyó en 1999 como una organización sectorial que, de acuerdo con el modelo vigente en la mayor parte de los países europeos, fomenta en España la libre y leal competencia entre las empresas del sector mediante la defensa de la autenticidad y de la calidad de sus productos y de la lucha contra el fraude y la adulteración. Grupo Leche Pascual ostentó en 2010 la presidencia de la asociación.

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

Las crisis alimentarias son las de mayor gravedad dentro del segmento de actividad en que se encuadra Grupo Leche Pascual. Ante este riesgo, la Sociedad Española de Codificación Comercial (AECOC) ha creado un Comité de Seguridad Alimentaria, en el que se encuentra Grupo Leche Pascual junto con otras 23 empresas de la industria y la distribución, trabajando conjuntamente

para maximizar la seguridad ante crisis alimentarias. En este contexto, AECOC asume el rol de promotor para el desarrollo de recomendaciones y herramientas que sean útiles para la prevención y la gestión de estas crisis.

- Fomento de hábitos nutricionales saludables: Estrategia NAOS y Código PAOS

En 2004 el Grupo Leche Pascual se adhirió al proyecto del Ministerio de Sanidad y Consumo, desarrollado con la intervención de distintas administraciones, expertos independientes, el sector privado, asociaciones de consumidores, educadores, urbanistas, publicistas, etc... la Estrategia NAOS: Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad.

Por otro lado, el Grupo Leche Pascual ha mantenido su compromiso con la alimentación sana, adhiriéndose al Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a Menores, Prevención de la Obesidad y Salud (PAOS).

05

MEDIO AMBIENTE





En 2010 se ha iniciado la implantación del Plan de Sostenibilidad Medioambiental de Grupo Leche Pascual, con el triple objetivo de ahorrar energía y agua, reducir las emisiones de CO₂, así como minimizar la generación de residuos y vertidos. Cabe destacar la apuesta por la movilidad y el transporte sostenible iniciada en Madrid, que se irá extendiendo a todos los centros de trabajo.

OBJETIVOS 2010	ACCIONES REALIZADAS
<p>Desarrollo del Plan de Sostenibilidad Ambiental de Leche Pascual basado en la estrategia 20/20/20 de la Unión Europea para 2020.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Concentración de objetivos en el área industrial, con mayor impacto ambiental y, por tanto, con mayor potencial de ahorro por un uso eficiente de los recursos.
<p>Ahorro de energía y agua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuadro de mando con indicadores medioambientales en las plantas de Aranda, Gurb y Palma del Río. • Auditorías energéticas en todas las plantas. • Consumo de energía primaria 19% inferior a 2009. • Reducción de un 14% del indicador de intensidad energética – consumo de energía primaria entre la producción. • Disminución del 10,9% del ratio de intensidad eléctrica. • El indicador de intensidad de consumo de agua se ha reducido un 36,9%.
<p>Reducción de emisiones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La planta de cogeneración de Aranda de Duero ha ahorrado 91 millones de kwh y evitado 18.500 toneladas de CO₂ a la atmósfera.
<p>Puesta en marcha de del plan de movilidad y transporte sostenible: ventajas competitivas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 12% de vehículos de reparto en Madrid propulsados con energías alternativas. • Adhesión al Plan Madrid Compensa para plantar árboles equivalentes a las emisiones del resto de vehículos. • Premio Muévete Verde por la apuesta de Leche Pascual por la Movilidad Sostenible. • Renovación de la flota de larga distancia: reducción del 16% de emisiones en 2010.
<p>Minimización de residuos y vertidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución del 16% en la generación de residuos peligrosos y no peligrosos en la planta de Gurb (Barcelona). • 100% de valorización de residuos no peligrosos en el negocio de ovoproducto. • Capacidad de depuración de aguas residuales de 217.000 habitantes equivalentes al día.
<p>Implicación de toda la organización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Concurso fotográfico sobre medio ambiente en Aranda de Duero: creatividad en verde.
<p>Defensa de la Biodiversidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del convenio con la Fundación Patrimonio Natural de la Junta de Castilla y León para la conservación y gestión del patrimonio natural de esta comunidad.

Plan de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual

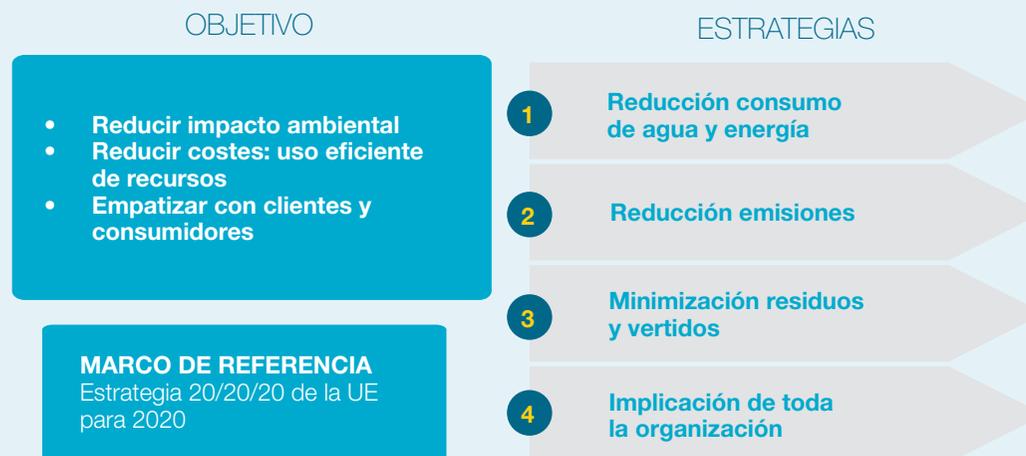
2010 ha sido el primer año de desarrollo del Plan de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual, que pretende asegurar la sostenibilidad del negocio a través de la reducción del impacto de la compañía en el entorno y de la reducción de los costes de las operaciones con incidencia medioambiental, dando respuesta a las demandas de un consumidor cada vez más exigente en esta materia. El plan es coordinado por el Departamento de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad, aunque contempla la participación de toda la organización.



Estrategia 20-20-20 de la Unión Europea para 2020:

- Reducción del **20% del consumo de energía.**
- Reducción del **20% de emisiones de gases de efecto invernadero.**
- El **20% de la energía consumida procede de fuentes renovables.**

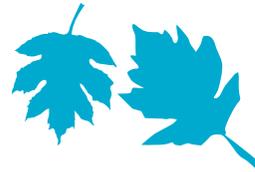
Resumen del Plan de Sostenibilidad Medioambiental de Grupo Leche Pascual



- Asegurar la sostenibilidad del negocio
- Ser proactivos como ventaja competitiva

REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA

El avance ha sido significativo en cada uno de los ejes del plan: **reducción de consumo de energía y agua, reducción de emisiones, minimización de vertidos e implicación de toda la organización**. En 2010, la concentración de objetivos se ha dirigido al área industrial, con mayor impacto ambiental y, por tanto, con mayor potencial de ahorro por un uso eficiente de los recursos. Cabe destacar como logro la implantación de indicadores de energía y medio ambiente que permiten fijar objetivos de reducción y ahorro de recursos, así como conocer y comunicar el desempeño ambiental de la compañía. Asimismo, Leche Pascual ha puesto en marcha un plan de transporte sostenible que aporta importantes ventajas competitivas.



Reconocimientos:

El compromiso medioambiental de Leche Pascual ha sido objeto de reconocimiento:

Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial (2008)

Categoría «Eficiencia Energética». Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Premios de Medio Ambiente de la Comunidad de Madrid, la Cámara de Comercio y la CEIM (2010)

Accésit en la categoría «Producto con menor impacto ambiental».

Premio Muévete Verde (2010)

Categoría «Fomento de modos sostenibles de transporte de mercancía». Fundación Movilidad y Ayuntamiento de Madrid.

EJE 1: Reducción de consumo de energía y agua

La reducción del consumo de energía y de agua es el primer eje de actuación del Plan de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual. En 2010, este objetivo se ha articulado a partir de las medidas de ahorro derivadas de **buenas prácticas medioambientales**, la realización de auditorías energéticas o la implantación de **sistemas de medición y gestión energética**.

Uno de los objetivos fundamentales ha consistido en la **unificación de los indicadores de energía y medio ambiente en todas las plantas** para disponer de datos fiables, homogéneos y, por tanto, comparables que permitan la cuantificación de los objetivos y la toma de decisiones. En 2010 se ha llevado a cabo la implantación de un **cuadro de mando con indicadores ambientales** en las plantas de envasado de leche de Gurb (Barcelona) y Aranda de Duero (Burgos), así como en la fábrica de zumo de Palma del Río (Córdoba). Además, se está llevando a cabo la implantación en el resto de fábricas.

Cuadro de mando medioambiental



Otra de las acciones relacionadas con el primer eje del Plan de Sostenibilidad Ambiental ha consistido en la realización de **auditorías energéticas** en las fábricas de Aranda de Duero, Ortigosa del Monte y Trescasas (Bezoya), Gurb y Palma del Río, así como estudios de viabilidad sobre las propuestas de ahorro derivadas de las auditorías, para finalmente acometer la implantación de medidas correctoras. Siguiendo este modelo, se ha definido un plan de acción 2010-2012.

Una de las primeras medidas derivadas de las auditorías energéticas consiste en la implantación de **sistemas de medición y gestión energética en tiempo real**. El sistema de gestión energética es la herramienta para garantizar y mantener un uso eficiente de la energía, lo que redundará en una reducción de emisiones de CO₂ y de costes.

Estos sistemas se hallan implantados en una primera fase en la fábrica de exprimido y envasado de zumo de Palma del Río (Córdoba) y en la planta de envasado de agua minera natural de Bezoya Trescasas. Por otro lado, se ha iniciado la primera fase para implementar los sistemas de medición y gestión energética en el complejo fabril de Aranda de Duero (Burgos). En este complejo, se medirán inicialmente consumos globales de agua, vapor, energía eléctrica, frío industrial, aire comprimido, para, en las siguientes fases, realizar las mediciones por áreas productivas.



REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA

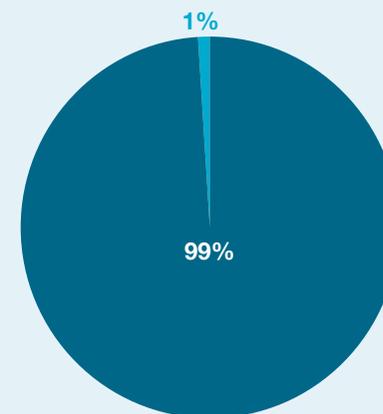
- Energía primaria

En el año 2010 la compañía totalizó en sus fábricas un consumo de energía primaria de 358,6 millones de kw/h, un 19,5% menos que en 2009. Como fuente de energía primaria el gas natural representa ya prácticamente el 100%.



Tipos de combustible

- Gas natural
- Gasóleo



Evolución del porcentaje de consumo de gas natural el Grupo Leche Pascual

- % Consumo gas natural



En 2010 se ha disminuido un 14% respecto al año anterior el indicador de la intensidad energética –consumo de energía primaria entre la producción-. Los logros más importantes han sido, por un lado, la reducción de un 10% del consumo de gas natural por litro envasado en la planta láctea de Gurb (Barcelona) y, por otro, la implantación de medidas de eficiencia que se han llevado a cabo en las plantas de Aranda de Duero y Palma del Río.

Evolución de la intensidad energética (energía primaria/producción) Grupo Leche Pascual



Evolución intensidad energética negocios Leche Pascual



REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA

• Energía eléctrica

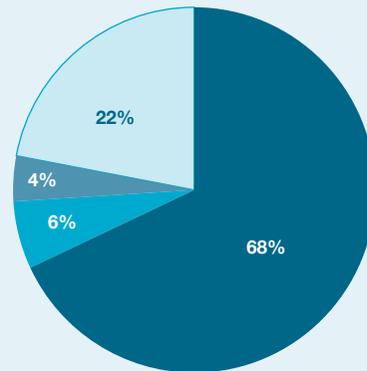
El consumo de energía eléctrica de Grupo Leche Pascual en 2010 ha sido de **118 millones de kilowatios hora** con una disminución significativa del **10,9% del ratio de intensidad eléctrica**: consumo de energía eléctrica dividido por producción.

Se han realizado auditorías energéticas en todas las plantas del Grupo. La implantación de medidas derivadas de dichas auditorías, junto a la puesta en marcha de sistemas de medición y gestión energética, han permitido optimizar el consumo de energía eléctrica. Así, en el complejo de Aranda de Duero el ratio de consumo de energía eléctrica (kWh por litro-kg envasado) ha **disminuido en un 7%** respecto del año anterior.

En la fábrica catalana de Gurb, la evolución es asimismo positiva, destacando que el ratio de consumo de energía eléctrica (kWh por litro-kg envasado) ha disminuido un 31% de 2007 a 2010. En cuanto al segmento de zumos, continúa la tendencia de mejora de este indicador, gracias a las medidas adoptadas en la fábrica cordobesa de Palma del Río, en donde cabe recordar que la planta de envasado se encuentra alquilada.

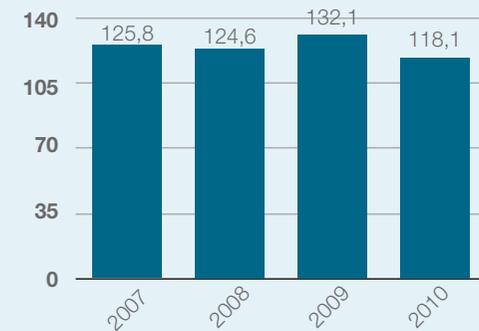
Distribución consumo energía eléctrica (kWh) por áreas de negocio

- Lácteos
- Ovoproductos
- Zumos
- Aguas

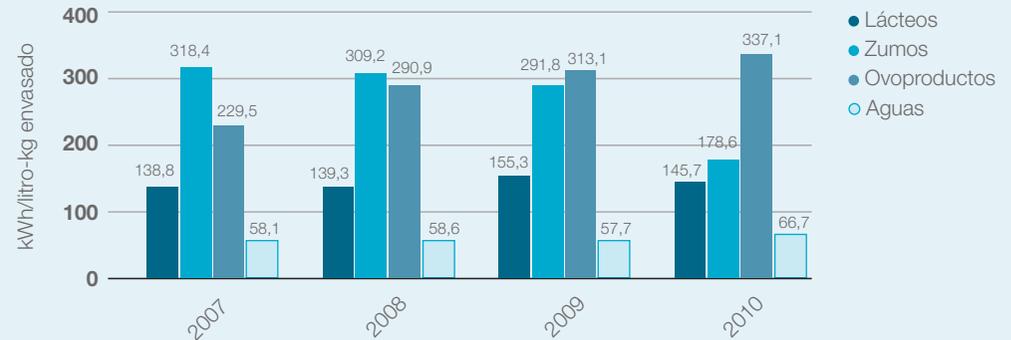


Evolución de la intensidad eléctrica (energía eléctrica/producción) Grupo Leche Pascual

- kWh/1000 litros-kg envasados



Evolución intensidad eléctrica negocios Grupo Leche Pascual



Consumo de agua

Reducir el consumo de agua en las fábricas es uno de los objetivos clave del Plan de Sostenibilidad Ambiental, tal y como queda reflejado en su primer eje de actuación. En 2010 se han creado grupos de trabajo específicos en las plantas que estudian e implantan medidas de ahorro de agua.

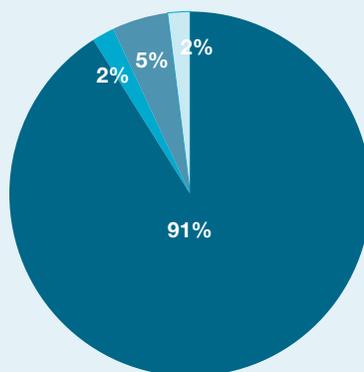
En el ejercicio 2010, Leche Pascual ha consumido en sus plantas industriales 2.700.000 metros cúbicos de agua, un 43,7% menos que el año anterior. Es reseñable cómo el indicador de intensidad de consumo de agua, entendido como el cociente de los metros cúbicos de agua consumidos en las fábricas por unidad de producción, se ha reducido un 36,9%, pasando de 3,721 metros cúbicos de agua utilizados por cada mil kilos o litros producidos a 2,717.

Destacan muy especialmente los datos de las plantas lácteas de Aranda de Duero y Gurb en cuanto al consumo de agua por litro-kilo de producto envasado. La primera ha conseguido una reducción del 9,1% en el año 2010 respecto del 2009, mientras que en Gurb el descenso del ratio ha sido del 11,7%. Este porcentaje disminuiría hasta el 16,5% en comparación con los indicadores del año 2008.

43,7% reducción del consumo de agua.

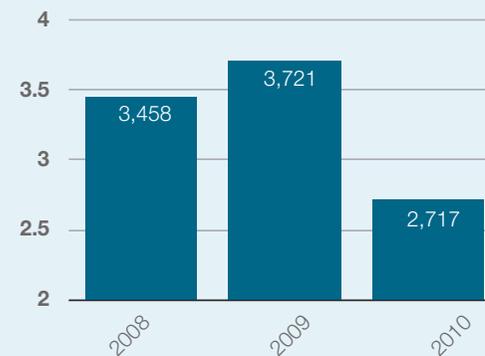
Distribución consumo de agua (m³) por áreas de negocio.

● Lácteos ● Ovoproductos
● Zumos ● Aguas



Evolución intensidad consumo de agua en Grupo Leche Pascual

● m³ agua/1000 litros-kg envasados



Intensidad consumo de agua negocios Grupo Leche Pascual

● Lácteos ● Zumos ● Ovoproductos ● Aguas



REDUCCIÓN DE EMISIONES

EJE 2: Reducción de emisiones

El segundo eje del Plan de Sostenibilidad Ambiental está relacionado con la **reducción de emisiones** de gases de tipo efecto invernadero. Históricamente, la compañía ha mantenido una firme apuesta por la cogeneración que, desde que en el año 1992 se instalara la primera planta en la fábrica de Aranda de Duero, ha permitido un ahorro de energía primaria de **1.700 millones de kWh**.

El ahorro de energía primaria en 2010 procedente de la **planta de cogeneración de Aranda** ha sido de **91 millones de kWh**, lo que equivale a evitar la emisión de **18.500 toneladas de CO₂** a la atmósfera, una cifra sensiblemente superior a la de 2009. Desde la implantación de la primera planta de cogeneración, las emisiones de CO₂ evitadas han superado las **338 mil toneladas**. En 2007 se creó la joint venture **Neopas Cogeneración, S.L.U.** con el objetivo de gestionar la explotación de la cogeneración de la fábrica de Aranda de Duero.

El eje de reducción de emisiones del Plan de Sostenibilidad Ambiental de Leche Pascual prevé, además, el estudio de otros proyectos de cogeneración en las plantas del grupo, así como la opción de explorar las posibilidades que ofrecen las **energías renovables**, como la biomasa (residuos y subproductos susceptibles de aprovechamiento), la energía solar fotovoltaica o el aprovechamiento eléctrico del biogás generado en la estación depuradora de aguas residuales del complejo de Aranda de Duero.

Ahorro de 18.500 toneladas
de CO₂ en la planta de Aranda.



Instalaciones de cogeneración en el complejo de Aranda de Duero.

¿Qué es la cogeneración?

La cogeneración es el procedimiento mediante el cual se obtiene simultáneamente energía eléctrica y energía térmica útil (vapor). La ventaja de la cogeneración es su mayor eficiencia energética ya que se aprovecha tanto el calor como la energía mecánica o eléctrica de un único proceso, en vez de utilizar una central eléctrica convencional y para las necesidades de calor una caldera convencional.

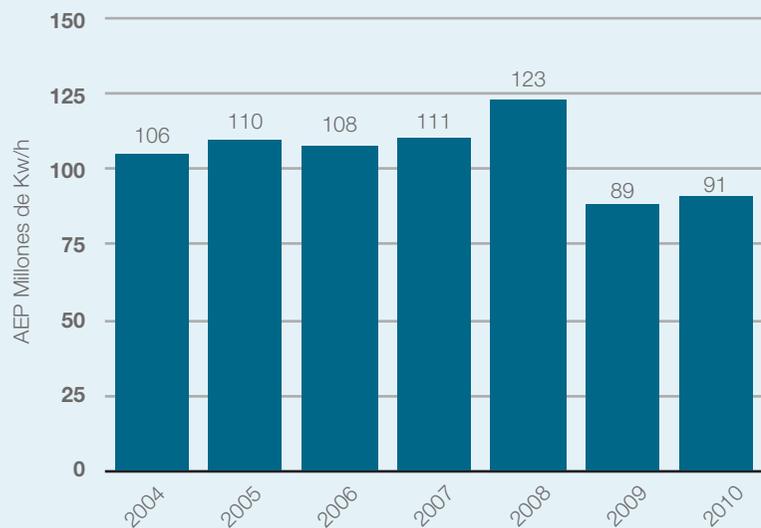
Beneficios de la cogeneración

La cogeneración tiene implícitos beneficios tanto para el país en su conjunto como para el sector industrial.

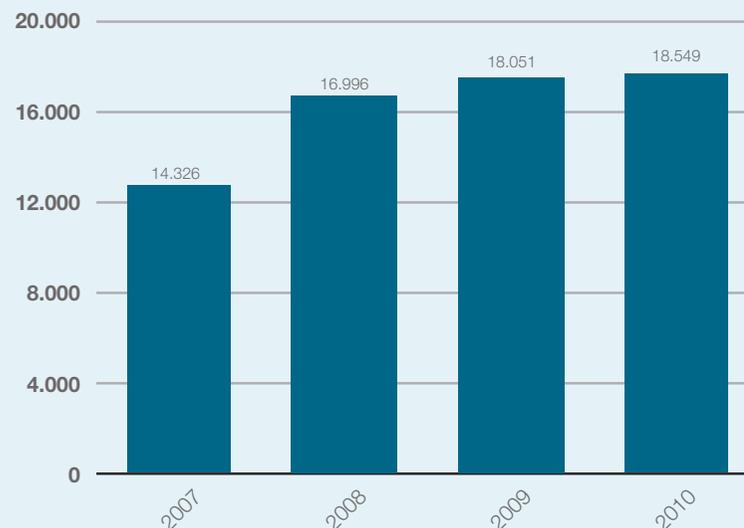
Las ventajas para el país se reflejan en un ahorro de la energía primaria, petróleo, gas natural, carbón mineral y biomasa al hacer un uso más eficiente de los recursos energéticos. Asimismo, se reducen las emisiones contaminantes al medio ambiente al quemar menos combustible.

Los beneficios en el sector industrial se traducen en la reducción de la facturación energética en los costes de producción y, como consecuencia, la consecución de un aumento de la competitividad de la empresa; también aporta un alto grado de autosuficiencia, continuidad y calidad del suministro de energía eléctrica.

Ahorro de energía primaria (Mill kw/h) en las plantas de cogeneración del Grupo Leche Pascual



Toneladas de CO₂ evitadas por la cogeneración en la planta de Aranda



REDUCCIÓN DE EMISIONES

Movilidad y transporte sostenible

La **movilidad sostenible** es un elemento estratégico dentro del Plan de Sostenibilidad Ambiental. El proyecto de transporte sostenible se halla enmarcado dentro de una política transversal en la que participan directa o indirectamente numerosas áreas corporativas como comercial, compras, calidad, relaciones institucionales, medio ambiente, innovación, relaciones humanas, logística o comunicación.

Dentro de la movilidad, en Leche Pascual se diferencia entre:

Transporte de corto recorrido: relacionado con las emisiones de CO₂ durante la comercialización y distribución en ciudad de los productos, el uso de nuevas tecnologías, el patrón de movilidad de los empleados para acudir al puesto de trabajo, el uso de transporte público o la contaminación acústica.

Transporte de largo recorrido: vinculado al tráfico rodado de mercancías con camiones trailer, destinados a suministrar a las delegaciones comerciales desde las fábricas, así como a prestar el servicio a clientes de gran distribución.



Acto de presentación de la flota de reparto sostenible de Leche Pascual con la presencia del Alcalde de Madrid y de la Delegada de Medio Ambiente del ayuntamiento madrileño.

- Transporte de corto recorrido

Uno de los objetivos dentro de la política de movilidad es actuar sobre todos los factores clave que inciden en la contaminación atmosférica y participar en todas aquellas iniciativas públicas y privadas que permitan avanzar en esta área.

Grupo Leche Pascual se ha adherido al **Foro Proclima** y al **Plan Azul**, proyectos para luchar contra el cambio climático del Ayuntamiento y la Comunidad de Madrid respectivamente, que promueven la renovación de las flotas de vehículos por otras verdes con menores emisiones de gases de efecto invernadero. Comprometidos a renovar el 6% de la flota de vehículos de reparto en Madrid con otros menos contaminantes antes de 2012, en marzo de 2010, Leche Pascual fue la primera empresa de alimentación en presentar ya el 4% de su flota utilizando energías alternativas. A finales de año ya se había duplicado el porcentaje comprometido, con el 12% de vehículos de reparto impulsados por autogás.

12% de vehículos de reparto
impulsados por autogás.



Con la colaboración de Repsol y Mercedes Benz, se han puesto en funcionamiento vehículos de propulsión por autogás, gas licuado del petróleo para automoción: un combustible ecológico y seguro, que permite un ahorro económico, y que genera menos emisiones de CO₂, Nox, partículas, ruido y la mejora de núcleos urbanos. Además, al ser más ligeros, son más seguros para el viandante y evitan el deterioro del pavimento en calles peatonales.

Fruto de esta iniciativa, Grupo Leche Pascual ha firmado en 2010 un acuerdo con el grupo [Unibail-Rodamco](#) por el que consigue libertad de entrega en cualquier horario en todos los centros comerciales de este grupo.

El resto de vehículos de reparto que no han sido sustituidos por otros sostenibles se adhirieron al programa [Madrid Compensa](#) del Ayuntamiento de Madrid, por el que compensaran sus emisiones de CO₂ con la plantación de 1234 árboles durante el año 2011.

Por otro lado, durante 2010 se iniciaron los trámites para la [renovación de la flota comercial](#) de Leche Pascual de 500 vehículos por otra integrada por [vehículos híbridos de propulsión alternativa](#) que, además de producir un ahorro económico considerable respecto a los vehículos convencionales, reducen la emisión de gases de efecto invernadero al combinar un motor eléctrico con uno de combustión.



Con la incorporación de vehículos comerciales y de reparto sostenibles Leche Pascual

- Apuesta por cuidar las ciudades, **adaptándose a la realidad urbana.**
- Minimiza el impacto medioambiental, consiguiendo una **mayor eficiencia energética.**
- Se orienta al cliente, aportando **valor añadido y competitividad.**

Fruto de todas estas iniciativas, Grupo Leche Pascual ha recibido en 2010 la distinción [Muévete Verde](#) al “fomento de modos sostenibles de transporte de mercancías”, de manos del delegado de seguridad y movilidad del Ayuntamiento de Madrid, Pedro Calvo. Este premio, que concede la Fundación Movilidad y el Ayuntamiento de Madrid, reconoce las mejores iniciativas para una nueva cultura de movilidad urbana sostenible.



Acciones impulsadas desde la delegación comercial de Madrid relacionadas con la movilidad sostenible:

- Fomento del uso del transporte público para incorporarse al puesto de trabajo.
- Jornada intensiva flexible.
- Atención telefónica y comercio electrónico, actualmente más del 30% de los clientes son atendidos telefónicamente o a través de comercio electrónico.
- Protocolo de acciones sostenibles en la oficina entre los trabajadores.
- Campaña del uso de transporte compartido, actualmente más del 50% de los trabajadores acuden al puesto de trabajo conjuntamente.
- Gestión de ahorro energético en las instalaciones, modificación de iluminarias, presenciales y nombramiento de la figura de Gestor Energético en el centro de trabajo.

REDUCCIÓN DE EMISIONES

- Transporte de largo recorrido

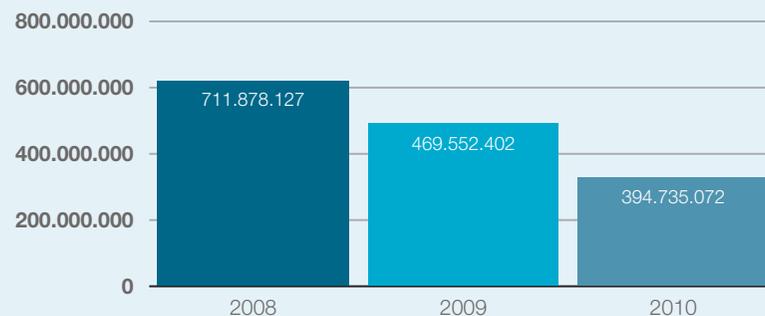
El departamento de Logística de Grupo Leche Pascual ha puesto en marcha en 2010 diversas iniciativas de eficiencia energética para mejorar su relación con el entorno medioambiental desde el punto de vista del transporte de largo recorrido.

En primer lugar, como viene haciendo desde el año 2008, Leche Pascual ha continuado apostando por la **renovación de la flota de larga distancia**. La compañía comunica a sus proveedores con la flota más antigua la necesidad de renovación de los trailers por otros menos contaminantes de acuerdo con las recomendaciones de la Unión Europea. En 2010, un total de 225 vehículos han sido sustituidos por los nuevos camiones con la normativa “Euro V”, con motores más eficientes medioambientalmente. En 2011 está prevista la progresiva incorporación a la flota de larga distancia de Leche Pascual de camiones con tecnología EEV (Enhanced Environmental friendly Vehicle).

Por otro lado, la compañía ha seguido profundizando en el año 2010 en las medidas tendentes a lograr una mayor **eficiencia medioambiental gracias a la optimización del transporte**. En primer lugar, Leche Pascual ha llevado a cabo un proceso de **reducción de los movimientos entre fábricas**, consiguiendo así disminuir significativamente los movimientos logísticos de los productos de una fábrica a otra. Esta minimización de movimientos *inter fábricas* ha estado acompañada de una **nueva asignación de los pedidos** a las fábricas más cercanas al cliente, reduciendo este último año un 6,2 % los kilómetros recorridos. Finalmente, ambos proyectos se completan con un progresivo compromiso con la **optimización de las cargas** de los camiones, de tal forma que se aproveche al máximo la capacidad logística de los vehículos de largo recorrido. En 2010, el ratio de ocupación ha sido de 23.532 kilos por camión.

Todas estas medidas han permitido una **reducción de emisiones del 16% en 2010, equivalente a 74.817.330 toneladas de CO₂**. Desde el inicio del proyecto en 2008 la reducción de emisiones supera el 51%.

Evolución de las emisiones de CO₂ originadas por el transporte de larga distancia en Leche Pascual



MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS Y VERTIDOS

EJE 3: Minimización de residuos y vertidos

La política medioambiental del Grupo Leche Pascual garantiza la correcta gestión de los residuos. Para ello se lleva a cabo una gestión integral de residuos en cada fábrica y una posterior coordinación global.

Residuos

Los **ratios sobre la generación de residuos** son obtenidos a partir de los cocientes de los volúmenes de residuos peligrosos y no peligrosos divididos entre las unidades de producción.

En el negocio de lácteos la mayor parte de los **residuos no peligrosos (RNP's)** se originan por los lodos de depuradora, que generan entre el 70 y el 85% de estos residuos, mientras que en el de ovoproducto la cáscara de huevo supone aproximadamente el 96% de los residuos.

Cabe reseñar que el negocio de ovoproducto ofrece unos indicadores por encima de la media debido al volumen de cáscara de huevo que se genera diariamente.

Los ratios de generación de **residuos peligrosos (RP's)** son muy inferiores a los de RNP's en todas las plantas ya que los procesos productivos como tales no generan residuos peligrosos, sino que son las actividades auxiliares las que los originan, principalmente en forma de aceites usados y envases vacíos de productos de limpieza.

En la fábrica de Aranda de Duero, tras la tendencia general de los últimos años de reducción en la generación de RP's, y el repunte del pasado año, el ejercicio 2010 ha recobrado la senda de la disminución al lograr el objetivo marcado dentro del Sistema de Gestión Ambiental.

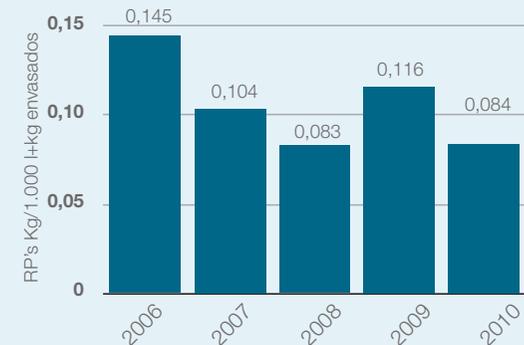
Generación residuos no peligrosos por negocio



Generación residuos peligrosos por negocio



Evolución generación RP's Planta de Aranda de Duero



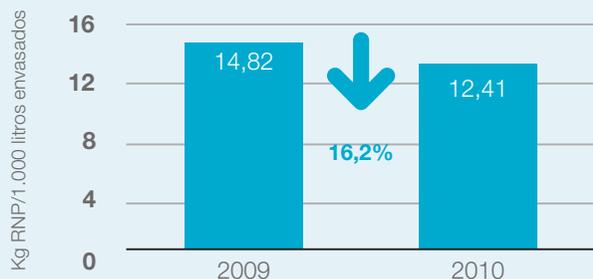
MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS Y VERTIDOS

Asimismo, la planta láctea de Gurb ha experimentado una notable mejoría en la minimización de residuos, tanto peligrosos como no peligrosos, cifrada en alrededor del 16%.

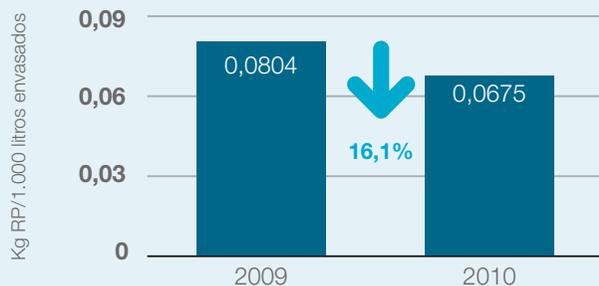
En cuanto al **destino final de los residuos**, como se aprecia en los gráficos, se otorga prioridad a la valorización de los residuos frente a la eliminación o destrucción.

Ej. Minimización residuos: Gurb

Residuos no peligrosos

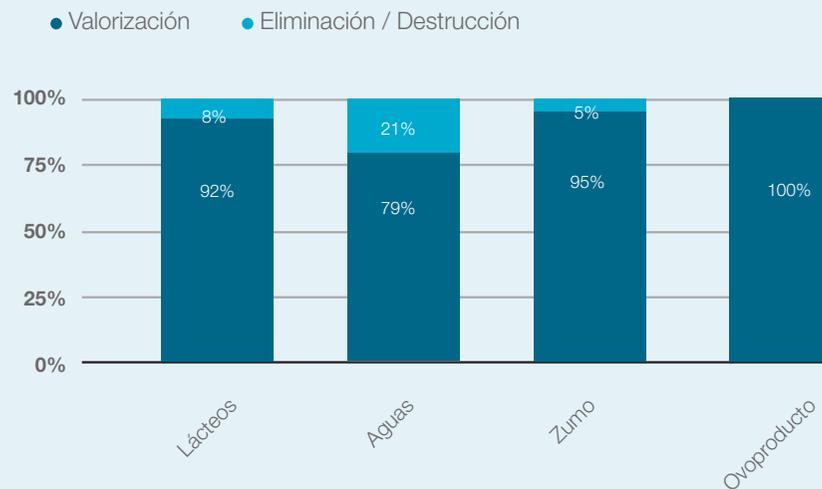


Residuos peligrosos



En el análisis del destino de los **residuos no peligrosos (RNP's)** en función de las áreas de negocio de Leche Pascual, destaca el gran avance logrado en la planta de ovoproducto en la que el pasado año sólo se valorizaba el 44% de los RNP's. En 2010, la mejora en la gestión de estos residuos se explica por el destino de la cáscara de huevo a compostaje. Gracias a este proceso se ha logrado valorizar el 100% de los residuos no peligrosos. El compostaje o "composting" es el proceso biológico aeróbico, mediante el cual los microorganismos actúan sobre la materia rápidamente biodegradable, permitiendo obtener "compost", abono excelente para la agricultura.

Destino final residuos no peligrosos por negocio 2010



El porcentaje de valorización de los **residuos peligrosos (RPs)** es igualmente alto. Los residuos peligrosos que se generan en mayor cantidad son aceite usado y envases vacíos que han contenido productos peligrosos y ambos son reciclables.

Destino final residuos peligrosos por negocio 2010



MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS Y VERTIDOS

- Vertidos de aguas residuales y depuradoras

En 2010, la capacidad de depuración de aguas residuales del Grupo Leche Pascual fue de **217.000 habitantes equivalentes al día**, con un **volumen de agua residual depurada de 2.550.000 metros cúbicos** en las plantas depuradoras del Grupo Leche Pascual. En este ejercicio se han mantenido todos los parámetros con respecto al año anterior: volumen, carga de entrada, lodos, carga de salida y rendimiento, siempre dentro de los límites impuestos para los parámetros de vertido.

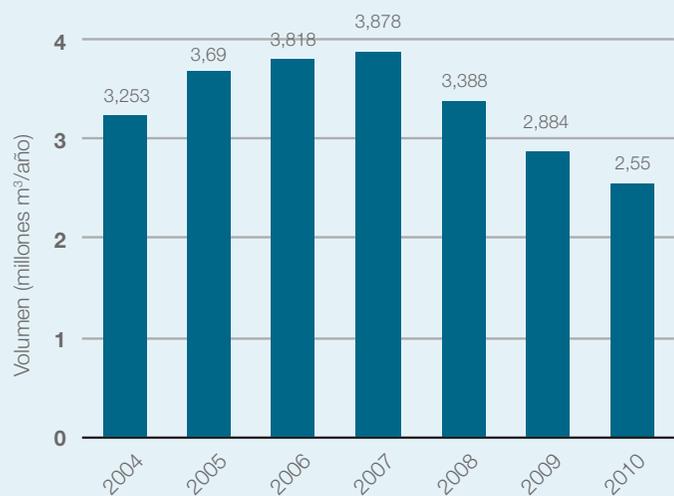
La demanda química de oxígeno (DQO) es un parámetro que mide la cantidad de materia orgánica susceptible de ser oxidada por medios químicos que hay en una muestra líquida y se utiliza para medir el grado de contaminación. En las depuradoras de Grupo Leche Pascual más del 90% de la carga contaminante del agua que entra en las EDAR es eliminada. El rendimiento indica el porcentaje de eliminación de la carga contaminante del agua que entra en las EDAR.

Cabe también señalar un incremento del 37,7% en la **generación de lodos** procedentes de las depuradoras. Grupo Leche Pascual realiza un **tratamiento de los residuos sólidos de las aguas tratadas para obtener un elemento valorizable**. El fango tratado se utiliza en las explotaciones agrícolas como sustitutivo de los productos químicos empleados como abono.

Depuradora de aguas residuales del complejo industrial de Aranda de Duero.



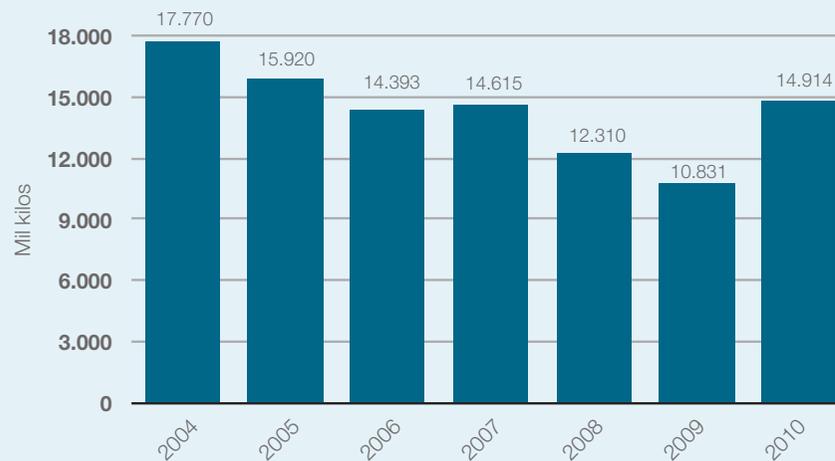
Evolución del volumen de agua tratada en la EDAR Grupo Leche Pascual



Evolución rendimiento depuradoras plantas lácteas del Grupo Leche Pascual



Evolución volumen de lodos procedentes de EDAR Grupo Leche Pascual



IMPLICACIÓN DE TODA LA ORGANIZACIÓN

EJE 4: Implicación de toda la organización

Para llevar a buen puerto el Plan de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual es fundamental contar con el apoyo y la implicación de toda la organización. Así lo recoge el propio plan en su cuarto eje. A lo largo de 2010 el Departamento de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad ha llevado a cabo diversas sesiones informativas en los principales centros de trabajo para exponer a los empleados la evolución del Plan de Sostenibilidad Ambiental.

Asimismo, se ha realizado una intensa labor divulgativa aprovechando los distintos soportes de comunicación interna corporativos como la revista *Cuéntalo* y la Intranet.



Concurso fotográfico sobre medio ambiente en Aranda de Duero: creatividad en verde

Con motivo de la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente el 5 de junio se organizó en el Complejo Industrial de Leche Pascual en Aranda de Duero un concurso de fotografía con el fin de fomentar entre todos los empleados la sensibilización con el entorno. 32 excelentes trabajos aspiraron al premio y sólo dos fotos fueron las ganadoras: una, sobre el medio ambiente, en general y, otra, acerca del ahorro de agua en particular.



Inmaculada García Yusta:
"Caminante no hay camino".
Premio Medio Ambiente.

Cristina García Cancho:
"Aprovechar el agua".
Premio Eficiencia del agua.

Defensa de la biodiversidad

A lo largo de 2010 han avanzado los trabajos del proyecto en Las Hoces del Riaza (Segovia) incluido en el convenio suscrito en el año 2007 entre la [Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León](#) y el Grupo Leche Pascual para la conservación del patrimonio natural.

Se trata de la construcción del albergue de Valdevacas de Montejo para dotar a la zona de influencia del espacio natural Hoces del Río Riaza de una infraestructura con capacidad para 75 alberguistas. El albergue de Valdevacas es un proyecto para la restauración de áreas degradadas, la mejora de la red de equipamientos de uso público, actividades de dinamización socioeconómica y la elaboración de materiales divulgativos sobre espacios naturales. El edificio para el nuevo albergue mantiene la estructura de las antiguas escuelas de Valdevacas que se encuentran a la entrada del pueblo desde la carretera que conduce a Montejo de la Vega.

BALANCE PLAN 2010

IMPLANTACIÓN DE **INDICADORES** DE ENERGÍA Y MEDIO AMBIENTE PARA:

- FIJAR **OBJETIVOS** DE **REDUCCIÓN Y AHORRO** DE RECURSOS.
- CONOCER Y **COMUNICAR** EL DESEMPEÑO AMBIENTAL.

CONCENTRACIÓN DE OBJETIVOS EN EL **ÁREA INDUSTRIAL**: ÁREA CON MAYOR IMPACTO AMBIENTAL Y POR TANTO CON MAYOR POTENCIAL DE AHORRO POR UN USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS.

PLAN DE TRANSPORTE SOSTENIBLE: VENTAJAS COMPETITIVAS



PLAN TRANSVERSAL: EXTRAPOLAR A OTRAS ÁREAS DE LA COMPAÑÍA LOS RESULTADOS OBTENIDOS (EJ. DELEGACIONES, OFICINAS); IMPLICACIÓN NUEVAS ÁREAS.

PLAN SOSTENIBILIDAD 2011: MEJORA CONTINUA.

06

EXCELENCIA Y CALIDAD





La excelencia en la gestión es la capacidad para competir con éxito satisfaciendo las expectativas que esperan los distintos grupos que están interesados en Grupo Leche Pascual como clientes, consumidores, empleados, proveedores o accionistas. El proyecto Pascual Excelencia, basado en la metodología EFQM, surge para desarrollar este pilar corporativo.

EXCELENCIA Y CALIDAD

OBJETIVOS 2010	ACCIONES REALIZADAS
<p>Hacia la excelencia en la gestión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de certificación en sistemas de gestión: calidad, medio ambiente, prevención de riesgos laborales y seguridad alimentaria. • Mantenimiento de la certificación como Empresa Familiarmente Responsable. • Implantación de herramientas de calidad total en fábricas: 5S, trabajo en equipo, intensa actividad formativa para reforzar las capacidades y habilidades técnicas y de gestión.
<p>Desarrollo de herramientas para la extensión de la excelencia en la compañía: Pascual Excelencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 220 participantes en el Programa Lidera 2012. • 17 áreas involucradas y 300 personas comprometidas en el Programa Excelente 2012.
<p>Excelencia en la cadena de suministro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de homologación y seguimiento de proveedores no agropecuarios. • Acciones de mejora para reducir las reclamaciones de consumidores.
<p>Auditorías de seguimiento de las normas certificables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 12 auditorías de seguimiento de las normas ISO 14000, 9000, 22000 y BRC satisfactoriamente superadas. • 2 certificaciones Khoser y Hamal para las comunidades judía y árabe respectivamente. • 4 auditorías de la FDA de Grado A de los yogures exportables a Estados Unidos.

PASCUAL EXCELENCIA: HACIA LA EXCELENCIA EN LA GESTIÓN

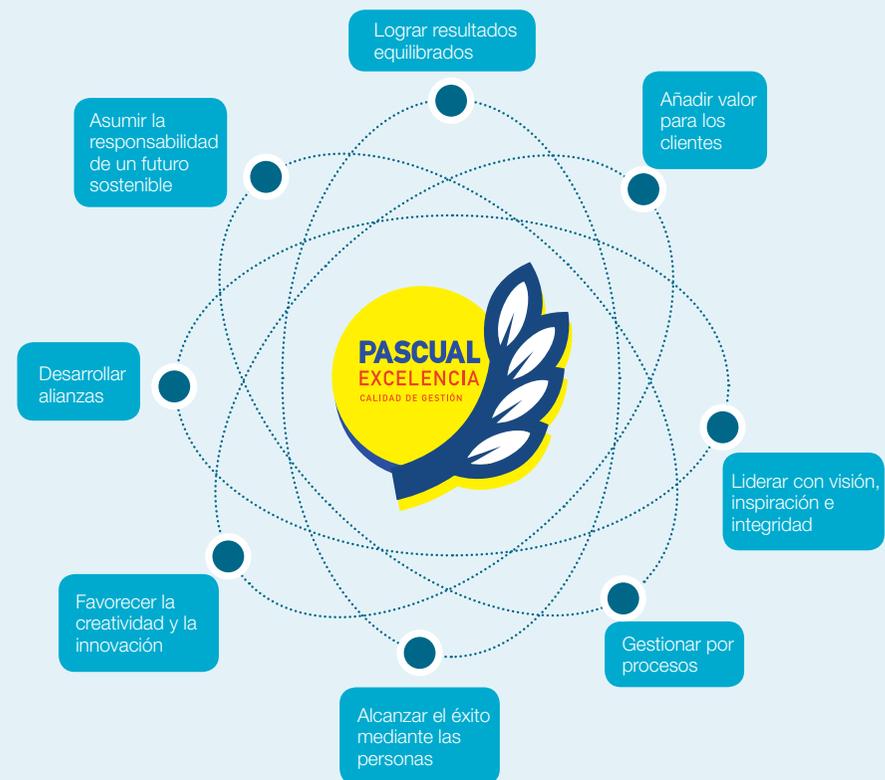
Pascual Excelencia: hacia la excelencia en la gestión

La calidad ha sido uno de las señas de identidad más reconocibles de Grupo Leche Pascual, calidad tradicionalmente asociada a productos y procesos industriales. Hoy la compañía ha identificado la **excelencia en la gestión** como uno de los pilares a desarrollar y potenciar dentro de su estrategia corporativa, refiriéndose a la forma en que se gestiona toda la actividad de una empresa para satisfacer las necesidades de clientes, consumidores, empleados, accionistas y otros grupos de interés.

Esa **capacidad para competir con éxito** se plasma en el proyecto Pascual Excelencia basado en el modelo EFQM. Pascual Excelencia aborda ocho conceptos fundamentales que sirven para mejorar la satisfacción de los clientes, el funcionamiento interno a través de personas y equipos, la eficiencia y la búsqueda permanente de la mejora continua en todas las áreas de la organización.

Dentro del objetivo de la excelencia en la gestión, Leche Pascual ha lanzado en 2010 dos nuevos programas que tienen como objetivo reforzar y trasladar a toda la compañía los ocho principios de excelencia: **Lidera 2012** y **Excelente 2012**.

2 nuevos programas de excelencia:
Lidera 2012 y Excelente 2012.



La excelencia en la gestión es la capacidad demostrada para competir con éxito satisfaciendo las expectativas que los distintos grupos que están interesados en Leche Pascual esperan de la compañía.

PASCUAL EXCELENCIA: HACIA LA EXCELENCIA EN LA GESTIÓN



- Lidera 2012

El 1 de marzo tuvo lugar en Madrid la sesión de inauguración del [Lidera 2012, programa de Excelencia](#) que tiene como objetivo consolidar el estilo de liderazgo deseado en la compañía a través de líderes internos que trabajan y se forman en habilidades para, posteriormente, trasladar estos conocimientos a sus equipos transversales de trabajo.

La formación de los líderes internos se dirige a la potenciación de habilidades como el liderazgo, la comunicación, la influencia en otros, la productividad personal y los valores de empresa. Este programa ha arrancado en 2010 con 20 líderes y más de 200 participantes que conforman sus equipos y pretende llegar a 2012 con la participación de todos los empleados.

En diciembre se clausuró la edición 2010 del programa Lidera 2012, un espectacular evento en el que los 220 participantes compartieron los ejes básicos del estilo de liderazgo deseado en Grupo Leche Pascual.



Fases del Programa Lidera 2012

FASE PREVIA

SELECCIÓN DE LÍDERES

La elección de las personas que inician la primera edición del programa se realiza a través de las distintas direcciones de Grupo Leche Pascual. El objetivo es que en el plazo de 3 años, bien en calidad de líder o de participante, todos los empleados formen parte del programa.

FASE 1

FORMACIÓN DE LÍDERES

Los líderes reciben formación con el objetivo de generar diálogo y debate en sus grupos de trabajo. Esta formación es impartida por formadores expertos en cada una de las materias.

FASE 2

GRUPOS DE TRABAJO

Cada líder se reúne con su grupo de trabajo y desarrolla los temas.

FASE 3

NUEVOS GRUPOS DE TRABAJO

Se seleccionarán nuevos líderes que, a su vez, formarán nuevos grupos de trabajo.



LIDERA 2012:

- **20 líderes de toda la organización.**
- **220 personas adicionales involucradas.**
- **7 sesiones:**
 - » Impulsando la transformación. (Abril 2010).
 - » Respeto e integridad. (Abril 2010).
 - » Liderazgo y motivación de otros. (Mayo 2010).
 - » Trabajo en equipo. (Junio 2010).
 - » Confianza, compromiso y coraje. (Septiembre 2010).
 - » Clientes. (Octubre 2010).
 - » Automotivación: productividad personal. (Noviembre 2010).

PASCUAL EXCELENCIA: HACIA LA EXCELENCIA EN LA GESTIÓN



- Excelente 2012

Excelente 2012 es el segundo programa de Excelencia iniciado en 2010, diseñado para implantar [herramientas de mejora continua en todas las áreas de la organización](#) a través de líderes internos que ayuden a perfeccionar la forma de trabajar de acuerdo a la metodología EFQM. Los líderes internos han implantado herramientas relacionadas con diversos aspectos tales como la organización del entorno de trabajo, la orientación al cliente interno, el trabajo en equipo y la participación activa de las personas y la mejora de sus procesos de trabajo. El programa arrancó en 2010 para implantar las citadas herramientas con tres equipos que representaban a diecisiete áreas corporativas con el objetivo de llegar en 2012 a toda la organización.





EXCELENTE 2012:

- 17 áreas involucradas de toda la empresa.
- 32 líderes de la mejora.
- 300 personas comprometidas.
- Planes de acción iniciados en 2010:
 - » Organización, Orden y Limpieza.
 - » Identificación de clientes, procesos asociados e indicadores.
- Iniciado también el trabajo con el Comité de Dirección.

Primera Feria de muestras Excelente 2012

Esta feria, celebrada el 22 de septiembre en las oficinas centrales, ha servido para presentar a la Dirección los avances de los tres equipos que han tomado parte en 2010 en el Programa Excelente 2012: Cadena de Suministro, Servicios Centrales y Comercial y Marketing.



SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN

Excelencia en la cadena de suministro

Los esfuerzos del equipo de [Excelencia en la Cadena de Suministro](#) en 2010 han estado dirigidos a la organización y puesta en marcha de las mejoras de la calidad en el área de operaciones, especialmente en lo relativo al seguimiento de proveedores y la calidad orientada al consumidor.

Así, se ha desarrollado un programa para el aseguramiento de calidad con los [proveedores no agropecuarios](#), especialmente los fabricantes de envases, embalajes, ingredientes y maquilas, así como un reenfoque de la organización hacia la [atención al consumidor](#) a través de sistemas efectivos de respuesta a las quejas. Las dos líneas de actuación citadas están desarrolladas en los capítulos dedicados a proveedores no agropecuarios y a consumidores respectivamente.

Sistema integrado de gestión

Grupo Leche Pascual ha implantado un [Sistema Integrado de Gestión \(SIG\)](#) con una metodología propia en [áreas industriales, agropecuarias y de gestión](#), con una conceptualización y diseño innovadores, integrando en un único sistema los requisitos que demandan las partes interesadas: administraciones públicas, clientes, proveedores y consumidores.

El sistema ha sido validado externamente a través de la certificación de las normas y estándares de calidad, excelencia, medio ambiente, prevención de riesgos laborales y seguridad alimentaria: [ISO 9000](#), [ISO 14000](#), [ISO 22000](#), [BRC](#) y [OHSAS 18001](#).

A lo largo de 2010 se han realizado [auditorías de seguimiento](#) sobre los sistemas de gestión implantados y certificados en las plantas por las empresas [Bureau Veritas](#) y [Applus+](#).

Por lo general, se ha mejorado en todas las plantas excepto en la auditoría de la norma BRC en la planta de Aranda donde se ha pasado de la calificación A a la calificación B. Todas las no conformidades



detectadas en las auditorías fueron resueltas satisfactoriamente, cumpliendo los plazos otorgados para implantar las pertinentes acciones correctivas y posterior informe.

Las plantas que ya han pasado el segundo seguimiento en 2010 deberán renovar los certificados el siguiente año. El objetivo para 2011 es mantener en todas las plantas los certificados sobre los sistemas implantados.

Cabe destacar asimismo, que en 2010 las plantas de embotellado de agua mineral natural de Camporrobles (Valencia) y Los Barrancos (León) han preparado la documentación y formado al personal para obtener la certificación en 2011 sobre la norma International Food Estándar (IFS). Se trata de una norma creada en el 2003 por las grandes empresas de distribución alemanas y francesas, que establece unos requisitos para los sistemas de gestión de calidad en empresas del sector de la alimentación, con el objetivo de lograr la máxima seguridad en la fabricación y manipulación de alimentos.

Grupo Leche Pascual ha conseguido en 2010 **las certificaciones Halal para productos dirigidos a la comunidad musulmana y la certificación Kosher para personas de religión judía**. La primera referida a los yogures pasteurizados y los postres lácteos, mientras que la certificación Khoser es válida para las bebidas de soja.



SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN

AUDITORÍAS DE SEGUIMIENTO SOBRE LAS NORMAS CERTIFICABLES DEL SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN DE LECHE PASCUAL EN 2010			
Fecha	Planta	Sistema	Estado
Enero 2010	Gurb (Barcelona).	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9000 • ISO 14000 • ISO 22000 	Primer seguimiento.
Enero 2010	Palma del Río (Córdoba).	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9000 • ISO 14000 	Primer seguimiento.
Abril 2010	Planta de ovoproducto de Aranda de Duero (Burgos).	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9000 	Primer seguimiento.
Mayo 2010	Complejo de Aranda de Duero (Burgos).	<ul style="list-style-type: none"> • KOSHER 	Primera Certificación. Bebidas de soja para la comunidad judía.
Junio 2010	Complejo de Aranda de Duero (Burgos).	<ul style="list-style-type: none"> • HALAL 	Primera Certificación. Yogures y postres para la comunidad musulmana.
Junio 2010	Los Barrancos (León).	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9000 • ISO 14000 	Primer seguimiento.
Junio 2010	Complejo de Aranda de Duero (Burgos).	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9000 • ISO 14000 	Primer seguimiento.
Junio 2010	Recogida y transporte de leche cruda.	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9000 	Primer seguimiento. Área de compras de leche, certificada la recogida y logística de leche cruda desde las ganaderías a las plantas.

AUDITORÍAS DE SEGUIMIENTO SOBRE LAS NORMAS CERTIFICABLES DEL SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN DE LECHE PASCUAL EN 2010

Fecha	Planta	Sistema	Estado
Junio 2010	Recogida y transporte de leche cruda.	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 22000 	Segundo seguimiento. Área de compras de leche, certificada la recogida y logística de leche cruda desde las ganaderías a las plantas.
Julio 2010	Camporrobles (Valencia).	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9000 • ISO 14000 	Primer seguimiento.
Octubre 2010	Yogures-BiFrutas. Aranda de Duero (Burgos).	<ul style="list-style-type: none"> • BRC 	Segundo seguimiento.
Noviembre 2010	Bezoya I (Segovia).	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9000 	Primer seguimiento.
Diciembre 2010	Bezoya II (Segovia).	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9000 • ISO 14000 	Segundo seguimiento.
Diciembre 2010	Palma del Río (Córdoba).	<ul style="list-style-type: none"> • BRC 	Segundo seguimiento.
Trimestral	Complejo de Aranda de Duero (Burgos).	<ul style="list-style-type: none"> • Federal Drug Administration (FDA) de EE.UU. 	Trimestral. Obtención siempre de Grado A para la exportación de yogures a EE.UU.

HERRAMIENTAS DE CALIDAD TOTAL

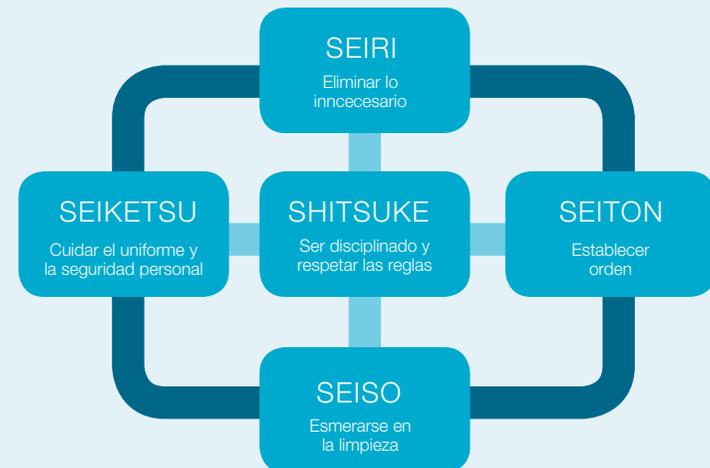
Herramientas de calidad total

Ingeniería, Sistemas y Proyectos es un departamento perteneciente a la Cadena de Suministro que, de acuerdo a las directrices de los correspondientes órganos operativos como los Comités de Innovación y Productividad o los Comités de Gestión de los centros productivos, gestiona proyectos para proporcionar a los centros de producción las mejores tecnologías disponibles al menor coste y con la mayor flexibilidad y eficacia. Tanto destinadas a sus equipos, como a los procesos, las instalaciones o a los aspectos energéticos y medioambientales. En 2010 las herramientas utilizadas han sido las siguientes:

- 5S

El método de las 5S, es una técnica de gestión japonesa basada en cinco principios simples:

- **Seiri:** Organización. Separar innecesarios.
- **Seiton:** Orden. Situar necesarios.
- **Seisō:** Limpieza. Suprimir suciedad.
- **Seiketsu:** Estandarizar. Señalar anomalías.
- **Shitsuke:** Disciplina. Seguir mejorando.



Las 5S es una sistemática de orden y limpieza, el primer paso necesario para implantar la mejora continua. Este proyecto se basa en la búsqueda de la mejora continua a través de indicadores medibles que garantizan unas mejores condiciones de calidad, seguridad, productividad y medio ambiente.

El proyecto 5S ha estado en funcionamiento a lo largo de 2010 en todas las fábricas y delegaciones comerciales del Grupo Leche Pascual y, a través del programa Excelente 2012, ha comenzado a aplicarse en otros centros de trabajo como oficinas centrales.

Las 5S utiliza indicadores medibles para implantar la mejora continua.

- Programa “Trabajo en equipo”

“Trabajo en Equipo” es un proyecto para el desarrollo de técnicas de análisis de datos que ofrezcan a los trabajadores una sistemática adecuada para analizar problemas, trabajar con datos de forma objetiva, interpretarlos correctamente y trabajar en equipo con diferentes departamentos de la fábrica.



- Programa “Equipos de mejora de operadores”

Este proyecto ha sido aplicado en 2010 en todas las fábricas del grupo con unos resultados satisfactorios. Consiste en la creación de grupos de trabajo en cada centro para analizar y ofrecer soluciones específicas que contribuyan a mejorar situaciones del día a día en el área industrial. Todas las mejoras ejecutadas han tenido reconocimiento económico.

- “Día de la Mejora 2010” en el complejo de Aranda de Duero

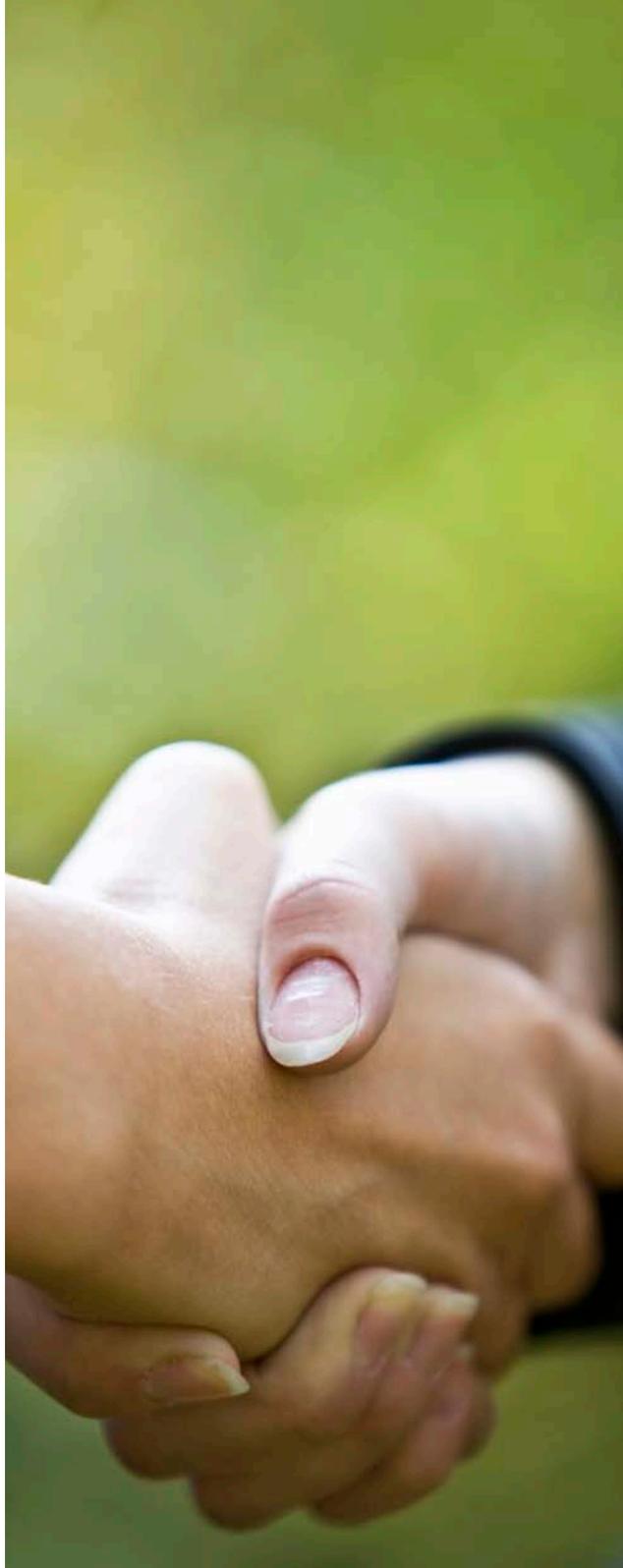
Organizado por el Departamento de Ingeniería de Procesos de Leche Pascual, el día 10 de noviembre se ha celebrado en el Auditorio Nuevo de Aranda de Duero el “Día de la Mejora 2010”. Durante la jornada se presentaron numerosos trabajos divididos en tres bloques:

- “Mejoras de planta”, realizadas por mantenimiento y producción.
- Trabajos de los “Equipos de mejora de operadores”.
- “Sugerencias de empleados” recientemente implantadas en el complejo de Aranda.



07

RELACIÓN CON LOS PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS





En 2010, los principales grupos de interés con los que se ha relacionado Leche Pascual a lo largo de su cadena de valor han sido objeto de políticas responsables: empresa familiarmente responsable con sus empleados, promoción de la sostenibilidad en el sector primario, relaciones fluidas con administraciones públicas y competidores, colaboración con clientes y proveedores, apoyo al deporte, fomento de la nutrición y contribución al desarrollo de la sociedad.

RELACIONES HUMANAS

OBJETIVOS 2010	ACCIONES REALIZADAS
<p>Implantación de un modelo de gestión de personas: valores corporativos, competencias y pilares del líder excelente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 300 acciones de mejora derivadas de la encuesta <i>Great Place To Work</i>. • 92% contratación indefinida.
<p>La formación, una palanca orientada a la implantación del modelo de gestión de personas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del 6% en las horas de dedicación por persona respecto a 2009. • 288 cursos realizados. • 2,5% más de horas de formación.
<p>Desarrollo del modelo “Empresa Familiarmente Responsable”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Auditoría de mantenimiento EFR 2010. • Foro EFR Castilla y León celebrado en Leche Pascual. • Beneficios sociales: Presentación del sistema de retribución flexible “Tu retribución a la carta”, dentro del programa “Pascual Contigo”.
<p>Extensión de la cultura de la integración en la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Renovación del convenio <i>Inserta con la Fundación Once</i>. • Superación del porcentaje establecido legalmente de personal con discapacidad en Grupo Leche Pascual con un 2,03%. • Desde 2010, el Departamento de Atención al Consumidor de Leche Pascual atiende a personas con discapacidad.
<p>Prevención de riesgos laborales: hacia el objetivo de “cero accidentes”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Segundo año consecutivo con cero accidentes graves. • El número de accidentes con baja ha disminuido por quinto año consecutivo: un 27% respecto a 2009. • Desde el año 2005 la disminución de accidentes alcanza el 75%.
<p>Fomento del Deporte y voluntariado entre los empleados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El Grupo Deportivo de Leche Pascual organizó y participó en 37 actividades vinculadas a más de 15 deportes con 495 participantes. • Más de 3.700 kilos de alimentos recogidos por el Grupo de Voluntariado.

Modelo de gestión de personas

Grupo Leche Pascual ha implantado un nuevo **modelo de gestión de personas basado en tres pilares**: un estilo de dirección que promueva la figura del “líder excelente”, el desarrollo de un modelo de **competencias** y la interiorización por parte de todos los empleados de los **valores corporativos**. El objetivo final es alcanzar una empresa de alto rendimiento, con personas y equipos comprometidos, alineados y capacitados para mejorar los resultados. A partir de estos tres pilares se han generado en 2010 todas las políticas, sistemas de gestión y procesos en el área de las relaciones humanas: la formación, la conciliación, la igualdad o la integración.



3 pilares:

- “líder excelente”
- modelo de competencias
- valores corporativos

Por otro lado, una vez finalizados los ajustes estructurales con incidencia en el tamaño de la plantilla realizados el año anterior, la evolución del empleo en el ejercicio 2010 se ha caracterizado por la estabilidad.

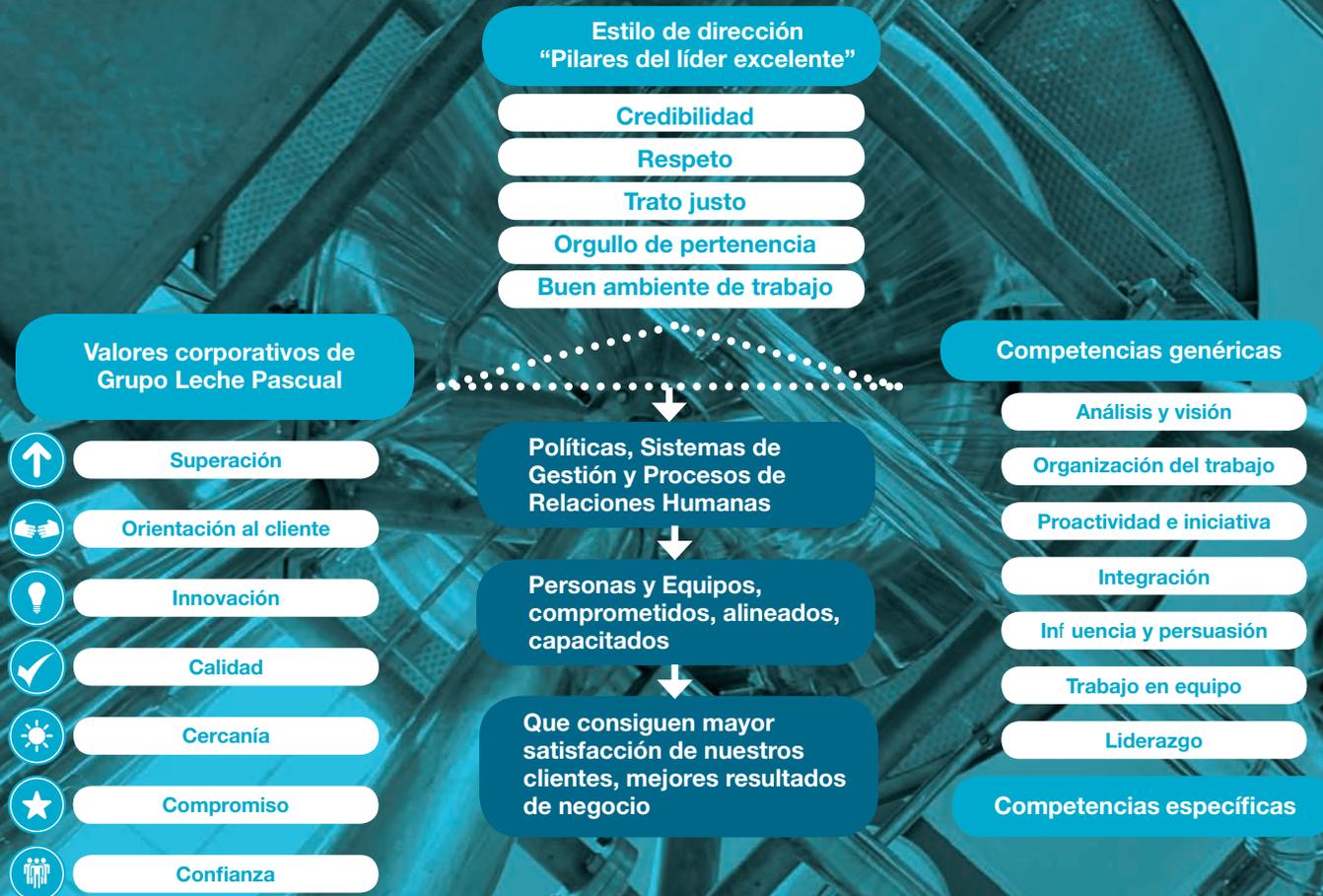


Perfil del empleado de Grupo Leche Pascual:

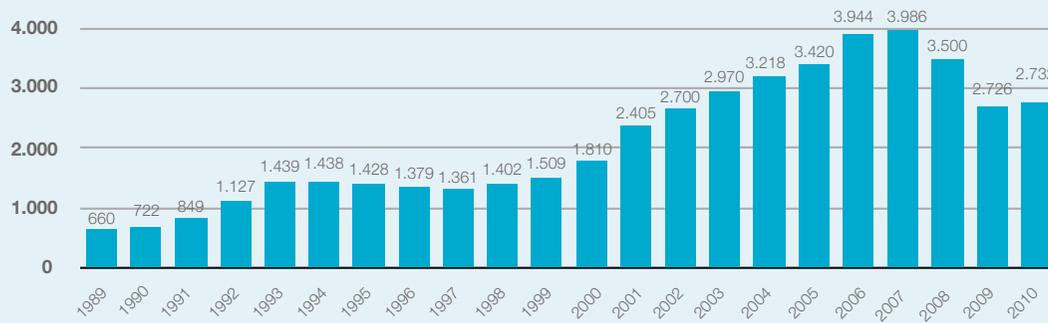
- Una persona que trabaje con calidad, que cuide el detalle.
- Alguien que sepa escuchar.
- Con afán de superación.
- Innovadora, capaz de aportar ideas.
- Un individuo cercano y comprometido con el proyecto de empresa.
- Que sepa confiar en Leche Pascual y que compruebe que Leche Pascual confía en él.

RELACIONES HUMANAS

Modelo de gestión de personas



Evolución del empleo directo



Datos consolidados Corporación Empresarial Pascual

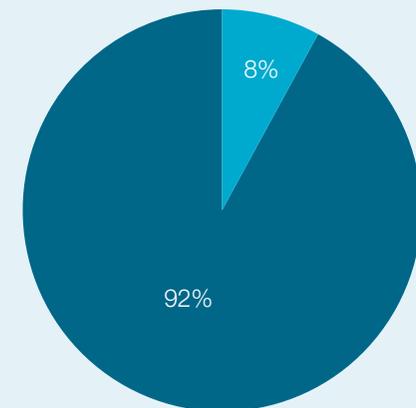
Evolución perfiles de los empleados



Datos grupo industrial

Tipología de la relación contractual en Grupo Leche Pascual en 2010

- Contratación indefinida
- Contratación temporal



RELACIONES HUMANAS

INDICADORES DE GESTIÓN DE PERSONAS 2010	
Número de empleados 2010:	2.480 plantilla media. (Grupo Corporativo: 2.732 empleados)
Inversión en formación por empleado y año:	796 €/empleado/año
Porcentaje de empleados con discapacidad en plantilla :	2,03 % empleados con discapacidad
Porcentaje de empleados con contrato fijo:	92% empleados contrato fijo
Porcentaje empleados que se han acogido en el 2010 a programas de desarrollo individual de carrera:	11 % empleados
Porcentaje de la plantilla que emplea las nuevas tecnologías en el aprendizaje (e-learning):	5 % empleados emplea N.T.
Nº de asistencias a cursos:	3.613 asistencias
Nº de empleados que han recibido formación:	1.342 empleados
Media de cursos / empleados con formación:	2,69 cursos por empleado
Horas de impartición:	10.823 horas
Horas de formación (horas por participante):	54.916 horas

Un año más Leche Pascual ha participado en la **feria del empleo de ESIC**, el foro de empleo en la que participan empresas nacionales e internacionales en busca de alumnos y antiguos alumnos de la escuela para sus procesos de selección. Cuarenta y seis empresas de diversos sectores económicos, entre ellas Grupo Leche Pascual, participaron en este foro de empleo que se celebró el 16 de marzo en su campus de Pozuelo de Alarcón (Madrid).



Como herramienta para ayudar a la implantación de su modelo de gestión de personas Grupo Leche Pascual realizó en 2010 por tercer año consecutivo la encuesta de clima laboral basada en el modelo del **Instituto Great Place To Work**. El objetivo es medir de manera estable y periódica el clima laboral para elaborar posteriormente planes de acción específicos que ayuden a mejorar el compromiso de las personas. En 2010, consecuencia de los resultados de la encuesta del pasado año se han llevado a cabo más de **300 acciones derivadas de los planes de acción** en distintos departamentos y centros de trabajo.

De los resultados de la encuesta de satisfacción del año anterior se han derivado 300 acciones de mejora en 2010.

Trabajadores de la planta de zumos de Leche Pascual en Palma del Río, (Córdoba).



Las principales áreas de actuación en relación con las personas de Leche Pascual han sido en 2010:

- Formación.
- Conciliación, igualdad e integración.
- Prevención de riesgos.
- Deporte y voluntariado en la empresa.
- Beneficios para los empleados.

RELACIONES HUMANAS

Formación

La formación en 2010 se ha caracterizado por la orientación a la capacitación técnica en las diferentes áreas del negocio. Leche Pascual ha desarrollado un esquema formativo en base a los criterios de las **competencias, los valores corporativos, los pilares del líder excelente y las necesidades de negocio**.

- **Formación en competencias**

En 2010, tras el esfuerzo realizado en los dos años precedentes, la formación en las siete competencias genéricas de Grupo Leche Pascual (Integración, Liderazgo, Trabajo en equipo, Análisis y Visión, Organización del trabajo, Influencia y persuasión, Iniciativa y Proactividad) ha sido muy puntual y orientada a equipos concretos.

- **Formación en valores**

182 empleados han recibido formación relacionada con los valores corporativos de Grupo Leche Pascual a través del taller “**Compartiendo Los Valores**”, en el que profundizaron sobre ellos e identificaron comportamientos en el día a día ligados a dichos valores.

- **Formación en los pilares del líder excelente**

A lo largo de 2010 se ha seguido profundizando en el modelo de liderazgo de los **cinco pilares del líder excelente** con acciones formativas para mejorar la gestión de las personas y los equipos por parte de los mandos. Concretamente, se han celebrado tres talleres formativos: “**Comunicación Bidireccional**” en el complejo industrial de Aranda de Duero, “**Habilidades para el reconocimiento**” y “**Creando un gran lugar para trabajar**”, basado en la metodología del Instituto *Great Place To Work*.



Plan de formación de Delegados Comerciales 2010.

Pilares del líder excelente en Grupo Leche Pascual



CREDIBILIDAD

Comunicación Bidireccional
Competencia
Integridad



RESPETO

Apoyo y formación
Colaboración
Pensando en la persona



TRATO JUSTO

Equidad
Imparcialidad
Igualdad de oportunidades



ORGULLO DE PERTENENCIA

Trabajo individual
Trabajo en equipo
Reputación corporativa



BUEN AMBIENTE DE TRABAJO

Ser uno mismo
Hospitalidad
Estar en el mismo barco



Taller sobre "Comunicación Bidireccional".

RELACIONES HUMANAS



- Formación en las necesidades de negocio

La formación en la [Cadena de Suministro](#) se ha dirigido a la mejora en la capacitación técnica de los profesionales del área. Es reseñable en 2010 la colaboración con el [Instituto San Gabriel](#) para la formación de cien empleados del colectivo de operaciones del complejo industrial de Aranda de Duero a partir del convenio firmado entre Grupo Leche Pascual y esta institución, dedicado a la formación de profesionales del sector alimentario.

El área [Comercial y de Marketing](#) ha sido igualmente objeto de especial atención con actividades para los diferentes colectivos: promotores comerciales, delegados, el equipo de Dirección comercial y Marketing, Logística de corto recorrido, Customer Service, Marketing y Trade marketing. Específicamente en el área comercial, la formación ha estado adaptada a las peculiaridades de los distintos canales comerciales como queda demostrado con la impartición de los cursos para el canal de distribuidores, de hostelería organizada o de distribución moderna.

En 2010 también se ha trabajado la formación en las áreas de [Planificación, Desarrollo e Innovación, Internacional, Financiero Corporativa y Personas y Excelencia](#).

Formación del personal de la planta de Aranda en el Centro San Gabriel.

OTROS INDICADORES DE FORMACIÓN 2010

Alcance de la formación:	53% de la plantilla
Dedicación (media horas formación/empleador):	21,88 horas
Nº cursos planificados:	384
Nº cursos realizados:	288
Ejecución del Plan:	75%
Satisfacción media del asistente a los cursos:	8,34 sobre 10

BALANCE FORMATIVO 2010 VS 2009

Dedicación por persona:	+6%
Media de cursos por empleado que ha recibido formación:	+31%
Horas de formación	+2,5%

RELACIONES HUMANAS

Conciliación, igualdad e integración

Grupo Leche Pascual es una compañía certificada según el modelo de **Empresa Familiarmente Responsable**, lo que supone una forma de entender la relación con las personas transversal, que impregna toda la estrategia de la empresa. El objetivo es conseguir que **la igualdad, la conciliación y la integración se conviertan en herramientas de gestión de las personas**. La compañía ha superado con éxito la Auditoría de Mantenimiento 2010 de la certificación como Empresa Familiarmente Responsable.

Durante 2010 ha continuado en vigor el **Plan de Igualdad de Grupo Leche Pascual**, que incluye un conjunto ordenado de medidas para garantizar la no discriminación y la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres:

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



El modelo de Empresa Familiarmente Responsable (EFR), certificación obtenida en 2008, engloba las políticas y las prácticas relacionadas con las medidas de conciliación que ayudan a equilibrar la vida laboral y personal:

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

Inauguración de la nueva delegación de Murcia, con empleados y familiares.

Uno de los principales acontecimientos de 2010 en esta materia fue la celebración en las instalaciones de Leche Pascual en Aranda de Duero del **Foro Empresa Familiarmente Responsable Castilla y León**. La Fundación MásFamilia, la Junta de Castilla y León y la mayoría de las empresas EFR de dicha comunidad se dieron cita el día 20 de enero en la planta de Leche Pascual para participar en la IV edición de este foro, donde se desarrollan, estudian y se ponen en común las buenas prácticas en materia de conciliación e igualdad de oportunidades.

Por otro lado, **la integración de personas con discapacidad** sigue siendo un elemento clave del modelo EFR de Grupo Leche Pascual. En 2010 se ha renovado el **Convenio Inserta con la Fundación Once para la integración de personas con discapacidad**. Con más 60 personas discapacitadas en plantilla, Leche Pascual ha superado la cuota que establece la Ley Social de Integración del Minusválido por la vía de la integración directa. Una de las áreas más involucradas en esta tarea ha sido el departamento de Customer Service de Aranda de Duero, en el que la mitad de sus integrantes son discapacitados.

El Foro Empresa Familiarmente Responsable se celebró en la planta de Leche Pascual en Aranda.

Leche Pascual ha superado la cuota que establece la Ley Social de Integración del Minusválido por la vía de la integración directa.

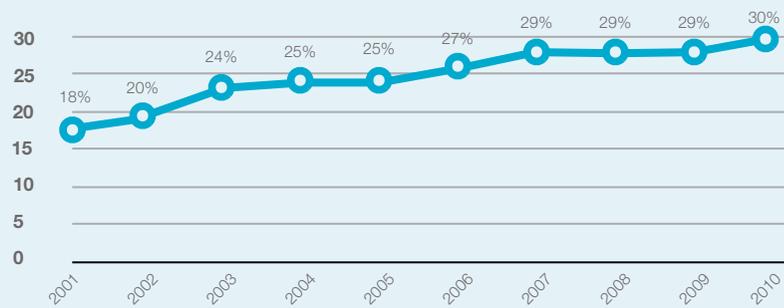
También constituye un hito destacable del año el hecho de que el **Departamento de Atención al Consumidor de Leche Pascual haya comenzado a atender a personas con discapacidad** a través del programa “Telesor”, un servicio de telecomunicaciones que permite mantener contacto directo a través de un chat con estas personas discapacitadas mediante sus dispositivos móviles.

Cesar Antón, Consejero de Familia e Igualdad de Oportunidades de la Junta de Castilla y León, acompañado por Sonia Pascual, Consejera del Grupo Leche Pascual, en el foro EFR celebrado en Leche Pascual.

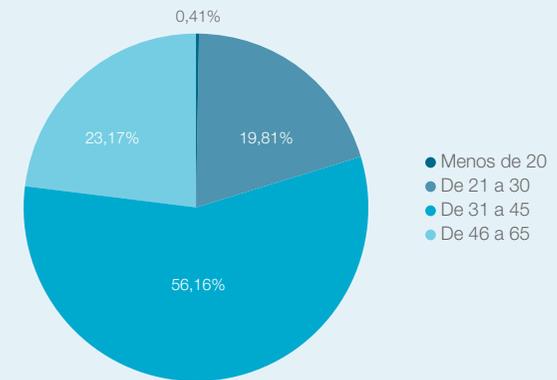


RELACIONES HUMANAS

Porcentaje de empleo femenino sobre el total de la plantilla



Distribución de la plantilla por edad 2010



Evolución número de trabajadores extranjeros en Leche Pascual



Edad media de los empleados de Grupo Leche Pascual



Prevención de riesgos

El **Departamento de Prevención de Grupo Leche Pascual** asume las especialidades de seguridad en el trabajo y ergonomía, hallándose subcontratadas las otras dos, vigilancia de la salud e higiene industrial. Esta estructura garantiza el cumplimiento de las medidas preventivas necesarias para desarrollar las actividades laborales. Su labor está reforzada en cada centro de trabajo con un *trabajador designado* que asume las funciones establecidas en la normativa legal y sirve de nexo de unión entre el centro y el Departamento de Prevención.

Tipología de los riesgos laborales de Leche Pascual:



- **Industriales:**
 - » **Mantenimiento:** control de energías, anulación de dispositivos de seguridad, accesos, coordinación de equipos.
 - » **Áreas de producción:** caídas, golpes, sobreesfuerzos, agentes físicos, químicos, biológicos.
 - » **Laboratorios:** manipulación de productos químicos.
- **Actividad de distribución y comercial:**
 - » **Almacenes:** manejo de equipos de manutención, almacenamientos.
 - » **Trabajos comerciales:** conducción de vehículo, carga mental.
- **Oficinas:**
 - » Trabajos con PVD, ergonomía postural.

Por segundo año consecutivo, 2010 se ha caracterizado por la **ausencia de accidentes graves** en los centros de trabajo de Grupo Leche Pascual, incluyendo a todos los trabajadores de empresas externas. El número de accidentes con baja ha disminuido por quinto año consecutivo, en concreto, en este ejercicio se redujo un 27% respecto a 2009. Desde el año 2005 la disminución de accidentes alcanza el 75%.

75% disminución
de accidentes
desde 2005.

RELACIONES HUMANAS

A lo largo del año se celebraron dos jornadas que reunieron a todos los trabajadores designados en prevención de riesgos laborales de las fábricas y de las gerencias comerciales para debatir sobre las realidades, dificultades y oportunidades de mejora de los centros.

En el apartado de auditorías, en 2010 se ha realizado a través de Bureau Veritas Certificación una auditoría de seguimiento del sistema de gestión de seguridad y salud certificado conforme a la norma **OHSAS 18001:2007**. También cabe destacar la actualización en la mayor parte de los centros de trabajo del documento de Evaluación de Riesgos Laborales. Por último, el Servicio de Prevención ha impartido varias actividades formativas en todos los centros del grupo, habiendo asistido 1.120 trabajadores.

1.120 trabajadores formados en prevención en 2010.

Evolución número de accidentes con baja Grupo Leche Pascual



Evolución accidentes según tipos de índices



Evolución accidentes por centros de trabajo



Índice de incidencia: Número de accidentes con baja (excl. "in itinere") cada 1.000 trabajadores.

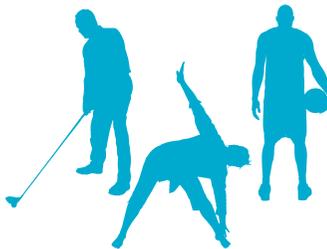
Índice de frecuencia: Número de accidentes con baja (excl. "in itinere") cada 100.000 horas trabajadas.

Índice de gravedad: Número de jornadas perdidas por accidentes con baja (incl. "in itinere") y enfermedades profesionales cada 1.000 horas trabajadas.

Deporte y voluntariado

La promoción del deporte no sólo en la sociedad, sino entre los propios empleados, es uno de los objetivos de la estrategia de responsabilidad social de Grupo Leche Pascual que, a iniciativa de los trabajadores de la compañía, creó un **Grupo Deportivo** para organizar actividades y competiciones deportivas. El Grupo Deportivo, trasladando los valores del deporte a la empresa, refuerza la adhesión de Leche Pascual a la estrategia NAOS para la nutrición, actividad física y prevención de la obesidad. Conseguir que el deporte ayude a mejorar la comunicación y las relaciones personales de los empleados es otro de los retos de este proyecto. En 2010 el Grupo Deportivo de Leche Pascual organizó y participó en 37 actividades vinculadas a más de 15 deportes con 495 participantes.

La promoción del deporte es uno de los objetivos esenciales de la estrategia de responsabilidad social de Grupo Leche Pascual.



Los objetivos del Grupo Deportivo de Leche Pascual son los siguientes:

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

RELACIONES HUMANAS

RESUMEN DE ACTIVIDADES COORDINADAS POR EL GRUPO DEPORTIVO DE LECHE PASCUAL EN 2010

	MADRID	ARANDA	GRANADA	BARCELONA	
LIGAS EXTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> Liga interempresas de baloncesto masculino. Liga interempresas de fútbol sala masculino. Liga interempresas de fútbol 7 masculino. 45 participantes.	<ul style="list-style-type: none"> Liga interempresas de fútbol sala masculino. 10 participantes.	<ul style="list-style-type: none"> Torneo primavera. 10 participantes.		
LIGAS INTERNAS				<ul style="list-style-type: none"> Liga de pádel. 15 participantes.	
CURSOS	<ul style="list-style-type: none"> Patinaje. 10 participantes.	<ul style="list-style-type: none"> Pilates. 25 participantes.			
	<ul style="list-style-type: none"> Bailes de salón. 8 participantes.				
	BUCEO	ATLETISMO	SENDERISMO	GOLF	OTROS
ACTIVIDADES PUNTUALES	<ul style="list-style-type: none"> Curso Padi Open Water. 8/9 mayo. Curso en Piscina. (Piscina Municipal La Masó, Madrid). 15/16 mayo. Salida al mar (Mazarrón, Murcia). 14 participantes. Salida fin de semana buceo Cabo de Palos. 3/4 julio y 10/11 julio. 6 participantes. Salida fin de semana buceo Palamós. 10/11 julio. 8 participantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Madrid corre por Madrid. Ponle Freno. Proniño. BBVA. Carrera del CSIC. La Carrera de las empresas. 25 participantes.	<ul style="list-style-type: none"> 21/2/10 Cañón Río Lobos. 24 participantes. 28/3/10 Peña Carazo. 20 participantes. 18/4/10 Peñalara. 28 participantes. 9/5/10 Pico Lobo. 23 participantes. 13/6/10 Cañón Río Lobos. 17 participantes. 7/11/10 La Maliciosa. 25 participantes. 28/11/10 Tres Provincias Madrid. 31 participantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Club de golf El Olivar. De enero a junio. 20 clases (1h) + torneo. 15 participantes. Escuela de golf La Quinta. Del 5 de febrero al 28 de mayo. 6 participantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Esquí. II SEMANA BLANCA PASCUAL. 18/20 enero. CERLER. febrero 2010. 32 participantes. Piragüismo y barranquismo. 5 y 6 de junio - 19 y 20 de junio. 12 personas. Mountain Bike. VI Ruta del Torto. 23 de mayo. XIV Marcha Correcaminos. 20/junio. MTB Neila. 18 julio. Segovia. 20 junio. Uxama. 25 de julio. Arandilla. 8 de agosto. 20 participantes. Los Juegos de las Empresas. 65 participantes en 12 deportes.





Buceo en Mazarrón (Murcia). Cita bajo el agua de 18 empleados y familiares.

Fútbol Sala. Semifinalistas en la Liga RC Sport Interempresas.

Descenso de barrancos y piragüismo por el río Luna (León) en junio.

Secundino Rio, empleado de Leche Pascual y patrocinado por su Grupo Deportivo, campeón del mundo de Slot con un coche personalizado con la marca Bifrutas.

Senderismo. Ascenso a Pico Lobo (Segovia, 2.300 metros de altitud).

Patinaje en línea. 10 empleados empleados participaron en mayo en esta actividad deportiva.

RELACIONES HUMANAS

Uno de los hitos destacados del año fue la consecución por parte de Grupo Leche Pascual del [Trofeo Corporativo Fair Play en el acto oficial de entrega de premios de la edición 2010 de Los Juegos de las Empresas Randstad](#) presidido por el Viceconsejero de Deportes de la Comunidad de Madrid, Javier Hernández y por la Directora General de Deportes de la Comunidad de Madrid, Carlota Castrejana. El jurado reconoció a las empresas Leche Pascual y Yell Adworks por su deportividad durante la competición, así como por su identificación con los valores olímpicos.

Grupo Leche Pascual participó por primera vez en 2010 en los Juegos de las Empresas, que se celebran a nivel nacional y reúnen a más de cien empresas de diferentes sectores. Con una nutrida representación formada por 65 empleados pertenecientes a su Grupo Deportivo, Leche Pascual obtuvo, además, un gran resultado deportivo ocupando el décimo puesto en el medallero.

El voluntariado es otro de los valores que Grupo Leche Pascual ha impulsado en los últimos años. [El Grupo de Voluntariado de Leche Pascual](#) se fraguó en las propias oficinas de Leche Pascual a finales de 2008. Algunos empleados, de manera espontánea, decidieron poner en marcha diferentes actividades de acción humanitaria que, en poco tiempo, obtuvieron el apoyo de trabajadores de once delegaciones más. A finales de 2010, son [más de 300 personas](#) las que han participado en esta iniciativa social.

Entre las actividades ya promovidas por el grupo de voluntariado de Leche Pascual destacan la recogida de alimentos, campañas de donación de sangre, mercadillo navideño de Cáritas organizado en las instalaciones de Leche Pascual, y diferentes programas de reinserción laboral como el Taller 99, también de Cáritas.

300 empleados han participado en actividades del Grupo de Voluntariado.



Voluntarias de la delegación de Barcelona durante la campaña de recogida de alimentos de abril.



Medallistas de los Juegos de las Empresas con representantes de Leche Pascual.



RESUMEN DE ACTIVIDADES COORDINADAS POR EL GRUPO DE VOLUNTARIADO DE LECHE PASCUAL EN 2010

Enero	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña de recogida de alimentos en la Gerencia de Levante: Alicante, Almería, Murcia, Valencia y la Fábrica de Camporrobles. Recogidos 590 kilos de alimentos de primera necesidad para entregar a diversos comedores sociales. La compañía, por su parte, ha entregado un litro de leche por cada kilo de producto.
Febrero	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña de donación de sangre en Madrid.
Marzo	<ul style="list-style-type: none"> • Donación de sangre en el complejo industrial de Aranda. 104 candidatos y 79 extracciones
Abril	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña de recogida de alimentos y productos de higiene, "Multiplica tu ayuda por dos". En los centros de Aranda, Baleares, Barcelona, Gurb, Madrid, Málaga, La Quinta, Manteras, Palma del Río, Sevilla y Zaragoza. Por cada kilo recogido, Grupo Leche Pascual aporta 1 litro de leche. La cantidad recogida fue de 3.146 kilos.
Septiembre	<ul style="list-style-type: none"> • Segunda campaña de donación de sangre en Madrid con cuarenta donantes.
Octubre	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en la VI Marcha Mundial Contra el Cáncer de Mama. 95 empleados de Grupo Leche Pascual han participado a través del Grupo de Voluntariado. La Asociación Española contra el Cáncer transmitió su agradecimiento.
Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración con el Banco de Alimentos de Barcelona. Diez empleados de la delegación de Barcelona colaboraron en la "Gran Recapte 2010" organizada por el Banco de Alimentos para recoger alimentos donados por los consumidores a la salida de las principales cadenas de supermercados. Se recogieron 411.687 kilos de alimentos.
Diciembre	<ul style="list-style-type: none"> • Mercadillo solidario. En diciembre tuvo lugar en la sede de Leche Pascual en Madrid el mercadillo solidario del taller 99 con una recaudación un 41% superior al año pasado.

RELACIONES HUMANAS

Beneficios sociales de los empleados

Grupo Leche Pascual recoge todos los beneficios sociales que ofrece a sus empleados en la [Guía de Conciliación y Beneficios Pascual Contigo](#), editada en 2009. Anteriormente, desde 2003 Leche Pascual viene ofreciendo un seguro médico privado con [una cobertura total para todos los empleados](#) a través de Sanitas, compañía líder en España en seguros privados de asistencia médica y salud.

En 2010, en el ánimo de continuar desarrollando medidas que mejoren el entorno, Grupo Leche Pascual ha lanzado un nuevo beneficio social dentro del programa [Pascual Contigo](#) que permite a los empleados elegir el tipo de salario que desean recibir con el programa [“Tu retribución a la carta”](#). Se trata de un sistema de retribución flexible con el que cada empleado puede decidir voluntariamente cómo percibir su salario cada mes destinando una parte del mismo a la contratación de determinados productos y servicios.



BENEFICIOS SOCIALES GRUPO LECHE PASCUAL

<p>Seguro médico Sanitas (Sanitas Multi, Sanitas Dental, Sanitas Renta)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo Leche Pascual ofrece a sus empleados un seguro médico privado, con precios especiales para familiares, que supone una cobertura total del servicio para todos los empleados.
<p>Seguro de vida y accidentes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Correduría de Seguros de Grupo Leche Pascual ofrece a todos los empleados seguros de vida y accidente gratuitos que cubren fallecimiento, invalidez permanente absoluta, gran invalidez e invalidez permanente total, por cualquier causa, accidente laboral y accidente no laboral.
<p>Fondo de obra social: ayuda por matrimonio, por nacimiento de hijo, en caso de fallecimiento, discapacidad, becas de estudio para hijos de empleados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Premio de nupcialidad. Ayuda económica en caso de matrimonio. • Premio de natalidad. Ayuda económica en caso de nacimiento. • Becas para el estudio. Ayudas en el pago de becas para estudios: educación primaria, bachiller, iniciación profesional, ciclo formativo grado medio y superior, estudios universitarios y ayudas para desplazamientos fuera del domicilio habitual para cursar estudios universitarios. • Ayuda en caso de fallecimiento. En el caso de fallecimiento de un empleado de la compañía o de algún familiar con el que se conviva, y a su cargo. • Minusvalía. Ayudas para hijos con una minusvalía en grado superior al 33% que requiere atención privada especializada.
<p>Otros beneficios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Retribución flexible. • Pedido personal. • Subvención de actividades deportivas y de voluntariado corporativo. • Club Calidalia. • Condiciones especiales en viajes y vacaciones. • Homenaje a empleados con 25 años de antigüedad. • Ampliación del descanso maternal en 1 semana y 2 semanas, en caso de parto múltiple. • Permiso por lactancia: los empleados con jornada partida que reduzcan su jornada en media hora, al principio o al final de la misma, podrán realizar ese horario de manera continuada, hasta que el bebé cumpla nueve meses, facilitando además la sustitución de este permiso por la acumulación en jornadas completas. • Descansos por maternidad y paternidad, se completa hasta el 100% del salario fijo de las madres y padres durante toda la duración de baja. • Mantenimiento de alta en las pólizas de salud y dental con Sanitas a los empleados en situación de excedencia voluntaria por cuidado de familiares, hasta un máximo de tres años.

PROVEEDORES

OBJETIVOS 2010	ACCIONES REALIZADAS
<p>Promoción de un marco estable con el sector ganadero.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos programas de sostenibilidad para el sector de ganado vacuno: eficiencia productiva y medio ambiente. • El 92% del volumen de leche recogida bajo contrato homologado. • El 52% de la leche recogida se halla certificada según el Programa de Seguridad Garantizada. • 900.000 gallinas que produjeron 300 millones de huevos, aplicando la normativa europea de bienestar animal.
<p>Incremento del diálogo con el sector primario.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • VIII Jornadas Técnicas de Ganado Vacuno en Aranda de Duero con la presencia de 400 ganaderos proveedores de Leche Pascual.
<p>Desarrollo de un nuevo modelo de relación con los citricultores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo plan estratégico para el aprovisionamiento de naranjas, el Plan 10³ ("Diez al cubo"). • Convenio con el IFAPA para la investigación citrícola.
<p>Reintroducción del cultivo de la soja en el campo español con destino para el consumo humano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto agronómico de cultivo de soja: 1.000 hectáreas con la colaboración de más de 60 agricultores. • Incorporación de la Comunidad Foral de Navarra como zona de cultivo.
<p>Adecuación de los proveedores no agropecuarios a las políticas de calidad y responsabilidad social de Leche Pascual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Extensión del programa "Proveedores Homologados": 80% de la facturación de los principales proveedores de envases y embalajes. • Disposiciones relativas a la relación de los empleados con los proveedores en el nuevo Código de Conducta de la Corporación Empresarial Pascual.

Proveedores agropecuarios

- Ganaderos: vacuno de leche

En Grupo Leche Pascual el negocio de la leche supone un elemento fundamental de su estrategia empresarial, por lo que el abastecimiento de esta materia prima es esencial. Para competir en calidad es preciso trabajar mano a mano con el productor, desarrollando una relación directa y cercana que permita compartir la misma visión.



Para competir en calidad es preciso trabajar mano a mano con el productor.

El **ganadero español ha evolucionado mucho y bien en los últimos años**, hasta convertirse en un profesional capaz y cualificado. La compañía siempre ha mantenido con los productores lácteos excelentes relaciones que deben ayudar a construir juntos el futuro del sector. Destaca el compromiso de Leche Pascual con el **desarrollo** y la **profesionalización** del ganadero en aras de contribuir a su mejora y sostenibilidad, prestando especial atención a su adecuación a las demandas actuales y futuras del mercado. Este objetivo se ha hecho realidad a través de programas de ayuda para la rentabilización de sus explotaciones, incentivos para el desarrollo integral de las instalaciones ganaderas o por medio de servicios de carácter gratuito al ganadero.



Compromiso con el desarrollo y la profesionalización del sector ganadero

- Programas de ayuda para la rentabilización de las explotaciones.
- Incentivos para el desarrollo integral de las instalaciones.
- Servicios de carácter gratuito.

PROVEEDORES

Diariamente se recogen más de un millón de litros de leche a través de una red de más de 700 ganaderos, asegurando su calidad y la ausencia total de antibióticos. Ello implica un esfuerzo económico y humano, con más de cincuenta personas trabajando en el campo en las áreas de calidad de la leche, genética, alimentación animal, instalaciones y gestión en las zonas de recogida de Aranda, Cantabria, Cataluña, Galicia y León. Cada uno de los equipos en las zonas comparte una estructura similar.

Así, históricamente, Leche Pascual ha financiado desde tanques de frío hasta operaciones de compra de cuota, pasando por un sinfín de necesidades que han ido surgiendo para las ganaderías en función de la propia evolución del sector y de las características propias de cada explotación, siempre en línea con su política tradicional de ayuda al ganadero.

ÁREAS DEL DEPARTAMENTO LÁCTEO DE GRUPO LECHE PASCUAL

• Compras

- » Captación de ganaderos.
- » Gestión de cuota láctea.
- » Relaciones comerciales.

• Servicios

- » Control de la higiene de la explotación.
- » Métodos preventivos y buenas prácticas en manejo de la explotación.
- » Control de incidencias sanitarias.

• Genética:

- » Selección de los mejores toros.

• Laboratorios de patología

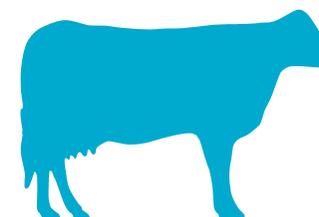
- » Detección y eliminación de problemas sobre muestras de leche tomadas de vacas, tanques de leche o cisternas.

• Especialistas mecánicos

- » Asesoramiento en la selección y montaje de instalaciones de ordeño.

• Logística

- » Aseguramiento del correcto funcionamiento del transporte de la leche.



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

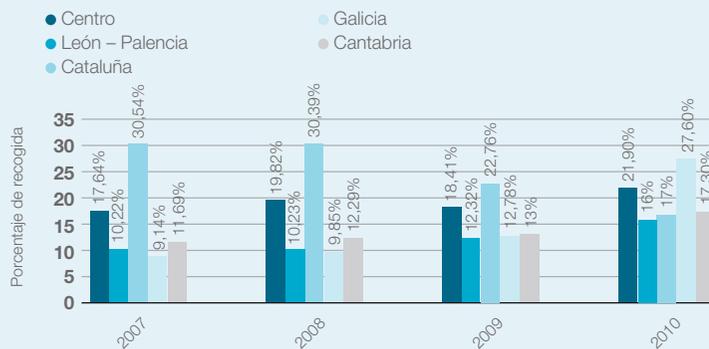


Durante el año 2010 Leche Pascual ha elaborado un plan estratégico para el aprovisionamiento de leche en el que se plantean líneas de acción con el objetivo de conseguir un abastecimiento de leche garantizado en el entorno geográfico más cercano.

Litros de leche recogidos por Leche Pascual en 2010



Principales zonas de recogida de leche cruda en Leche Pascual



MAGNITUDES DEL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL EN 2010

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

Fuente: INLAC

PROVEEDORES

Las acciones e iniciativas desarrolladas en 2010 por Leche Pascual se agrupan de la siguiente manera:

- Nuevos programas de sostenibilidad para el sector de ganado vacuno.
 - Extensión entre los proveedores de los contratos homologados.
 - Seguridad alimentaria en origen.
 - Diálogo con los actores del sector lácteo.
-
- Nuevos programas de sostenibilidad

Las actividades que en los últimos años ha venido realizando Leche Pascual para apoyar a los proveedores de leche, basadas fundamentalmente en la mejora de la calidad y seguridad de la leche, se complementan con dos nuevas áreas de actividad. Se trata de un enfoque sostenible en la producción primaria de leche basado, no sólo en el

cuidado de su impacto medioambiental, sino también en criterios de eficiencia productiva, bienestar animal y mejoras en la alimentación del ganado.

Así, el novedoso Programa de Análisis de Eficiencia Productiva, tiene como objetivo revisar la eficiencia en el uso de los medios productivos de los proveedores de leche con el objetivo de que sus explotaciones sean más competitivas y rentables. A su vez, permite detectar oportunidades de mejora para que el ganadero pueda marcarse objetivos técnicos en su explotación. Este programa, desarrollado y ensayado a lo largo del año 2009, ha sido implantado en 2010 en 53 explotaciones cuya producción es equivalente al 13% de la cuota de entregas de Leche Pascual. Con unos sencillos indicadores recogidos periódicamente en las granjas se ayuda al productor en sus esfuerzos por mejorar en aspectos tales como la alimentación, el índice de producción por vaca, la productividad de la mano de obra, la reproducción, el coste de reposición de las vacas, la fertilidad del rebaño y, por supuesto, la calidad y seguridad de la leche.

Por otro lado, el Programa de Análisis de Impacto Ambiental, evalúa el impacto ambiental de la producción de leche con el fin de reducirlo. Este programa, concebido en 2010, aspira a que la producción de leche se lleve a cabo limitando el impacto ambiental que inevitablemente esta actividad produce. En una primera fase se ha valorado cómo se gestionan los insumos que participan en la producción de leche y qué gestión se hace del proceso productivo desde la perspectiva del impacto ambiental.

Estas actividades, unidas a la trayectoria que tradicionalmente viene aplicando Leche Pascual en el campo, sirven para consolidar un programa de sostenibilidad en la producción primaria de leche.

El Programa de Análisis de Eficiencia Productiva ayuda a mejorar la competitividad y la rentabilidad de las explotaciones ganaderas.



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



- Funcionalidad
- Bioseguridad
- Bienestar animal



- Impacto medioambiental
- Eficiencia productiva

• Extensión entre los proveedores de los contratos homologados

El grupo Leche Pascual compra la leche al **90,9% de sus ganaderos** proveedores bajo contrato homologado, lo que supone un total de **640 ganaderos** de distintas regiones de España y el **92% del volumen recogido en 2010**.

90,9% de ganaderos con contrato homologado.

Este tipo de relaciones de compraventa fija un marco jurídico para que las industrias lácteas y los productores regulen sus relaciones a través de un documento escrito con condiciones específicas. Los contratos suscritos por el grupo cuentan hasta con doce meses de validez, tácitamente renovables, en donde el precio está referenciado a la indexación de otros mercados europeos en los términos en los que se incluyen en el acuerdo sectorial alcanzado en Madrid. Grupo Leche Pascual fue pionero en la implantación de este tipo de contratos tras firmar en octubre de 2008 el primero de este tipo de relaciones contractuales con la cooperativa vallisoletana de Tierra de Campos.



PROVEEDORES

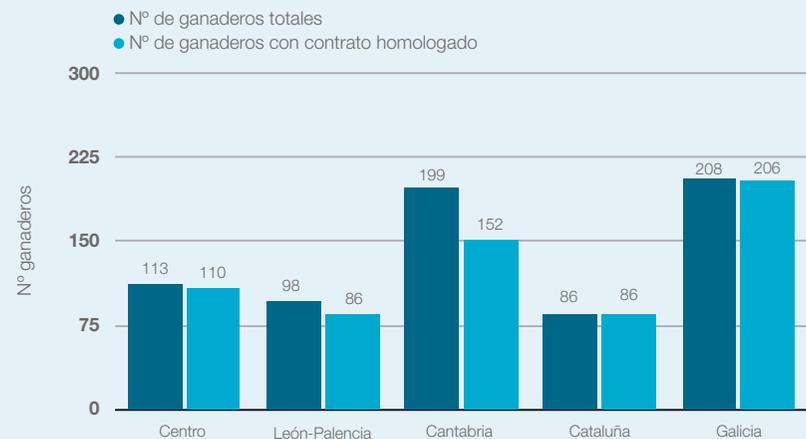
Como consecuencia de extender los contratos a la mayor parte de la recogida y al incremento del precio de los mercados internacionales, Grupo Leche Pascual ha mantenido un precio estable en la recogida durante 2010.



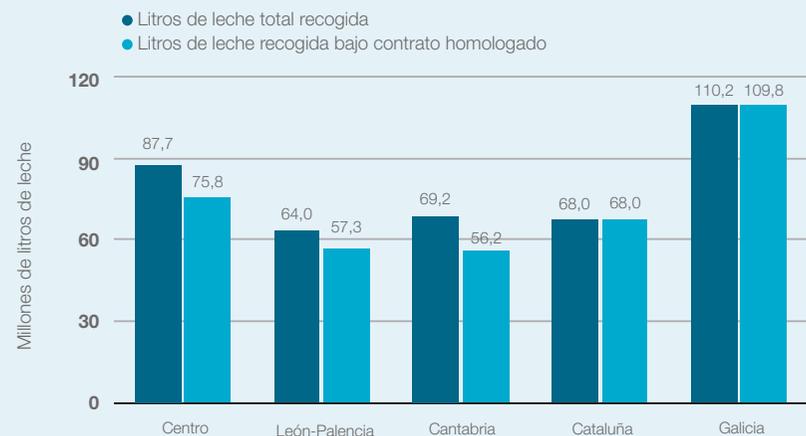
Las organizaciones agrarias agradecieron a Leche Pascual ante el gobierno de Castilla y León su compromiso con el mantenimiento del precio de la leche.

- El quince de septiembre de 2010 se celebró una reunión en las Cortes de Castilla y León con la participación del presidente de la Junta y representantes de Asaja, UCCL, Coag y UPA en la que se analizó la situación actual del sector agrícola y ganadero en la Comunidad.
- Todas las organizaciones coincidieron en **agradecer a Leche Pascual su apuesta por el territorio, ya que ha decidido mantener los precios de la leche**, mientras otras empresas lácteas disminuyen los importes con el correspondiente perjuicio para el ganadero.

Nº de ganaderos de Leche Pascual con contrato homologado en 2010



Volumen de leche recogida de Leche Pascual con contrato homologado en 2010



- Seguridad alimentaria en origen

Grupo Leche Pascual ha implantado entre sus proveedores el Programa de Seguridad Garantizada, una guía de prácticas correctas en el sector de ganado vacuno que mediante la definición de unos requisitos, criterios de evaluación y un sistema de calificación, procede a la evaluación del ganadero. Este sistema de auditoría incluye, entre otros, el análisis de los siguientes parámetros: ganado, analítica de leche, agua, lechería, zona ordeño, equipos, manejo ordeño, manejo de leche, control de residuos, control de plagas, bienestar animal, alimentación, medio ambiente, reproducción...

La auditoría ofrece una visión global del proceso productivo como medio de valoración del producto –calidad- y permite además evaluar y gestionar los riesgos, aspectos clave para la seguridad alimentaria. Las mejoras en la implantación de este programa consolidan una herramienta de gestión que ayuda a la evolución responsable del negocio de los proveedores.

Además, el sistema de evaluación de proveedores implantado por Leche Pascual en toda su recogida está certificado bajo el estándar de Seguridad Alimentaria de la ISO 22.000 y el de gestión de calidad de la ISO 9001.

En 2010, 280 ganaderos proveedores de Grupo Leche Pascual, el 40,8% del total, se hallaban certificados en el Programa de Seguridad Garantizada, representando un 52,1% del volumen de leche recogida.



Procedimiento del Programa de Seguridad Garantizada

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

Extensión del Programa de Seguridad Garantizada en 2010

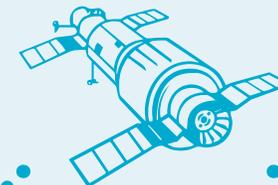


Por otro lado, cabe igualmente destacar que las granjas de Leche Pascual incorporadas a los programas de mejora de calidad de leche en las comunidades autónomas de Castilla y León, Madrid, Cataluña y Cantabria obtuvieron la certificación del cumplimiento de la [Guía de Prácticas Correctas de Higiene de INLAC](#); esta certificación está regulada mediante la [norma EN 45.011](#). El comité que otorgó la certificación reconoció la calidad en la aplicación del citado referencial en las explotaciones de Leche Pascual.

Sistema de trazabilidad de la leche recogida por el Grupo Leche Pascual

Localización e identificación del ganadero por GPS

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



Transmisión de datos por RADIO de onda corta

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

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



Medición de volumen

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



Toma de muestras automática con Ultrasampler®

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

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



PROVEEDORES

- Diálogo con los actores del sector lácteo

Más de cuatrocientos expertos en diferentes campos relacionados con el sector lácteo de vacuno se reunieron en noviembre en las [VIII Jornadas Técnicas del Vacuno Lechero del Grupo Leche Pascual](#) en Aranda de Duero. Durante dos días, el encuentro reunió a todos quienes representan interés o responsabilidad en la producción láctea en España, desde las autoridades de las administraciones hasta los propios ganaderos, pasando por veterinarios, técnicos diversos y empresarios de los distintos escalones del proceso. En esta ocasión, que ya es la octava edición de las Jornadas Técnicas del Vacuno Lechero, el tema estrella fue la sostenibilidad, gestión y competitividad en el sector lácteo.

Las Jornadas contaron, entre otros muchos, con ponentes como la directora general de Recursos Agrícolas y Ganaderos del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, Margarita Arboix; Jelle Zijlstra, de la Universidad de Wageningen (Holanda); o Juan Luis Fernández Martín, Jefe de la Unidad de Productos Animales de la Comisión Europea; para hablar de las perspectivas del sector lácteo, en diferentes países y desde diversos puntos de vista.

Las octavas Jornadas Técnicas del Vacuno Lechero desarrollaron también varios coloquios y mesas redondas, donde especialistas del sector debatieron sobre tan significativos aspectos como la rentabilidad de la producción en España, o el entorno europeo visto como competidor o como referencia.

Por otro lado, en el mes de julio la explotación de vacuno de leche de Grupo Leche Pascual en Fuentespina (Burgos) pasó a

formar parte como socio de la European Dairy Farmers (EDF), una asociación imparcial e independiente de ganaderos punteros de Europa, que tiene como objetivo común intercambiar experiencias y conocimiento.



Margarita Arboix, Directora General de Recursos Agrícolas y Ganaderos del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, durante su intervención en las VIII Jornadas Técnicas del Ganado Vacuno de Leche Pascual.

- Ganaderos: avicultura

En el año 2010, las granjas de gallinas ponedoras de Leche Pascual han contado con un censo de aproximadamente **900.000 gallinas que produjeron 300 millones de huevos** para su negocio de ovoproducto. Leche Pascual destina el cien por cien de la producción a la elaboración del huevo líquido, aplicando rigurosos criterios de producción y calidad, además de un trabajo especializado en aspectos como la estirpe o líneas de gallinas, el tipo de alimentación y el adecuado manejo para este tipo de producción.

Por otra parte, Leche Pascual ha puesto en marcha un sistema de radio frecuencia RFID que, desde la planta de ovoproducto, permite conocer en tiempo real todos los datos relativos a la materia prima que llega a las líneas de producción: granja y nave de origen, estado del huevo, carga, peso, temperatura durante todo el proceso, etc... De esta manera se asegura la trazabilidad del huevo cáscara.

Desde el punto de vista de la seguridad alimentaria, Leche Pascual también ha desarrollado en el sector del ovoproducto el Programa de Seguridad Garantizada, adaptado a las peculiaridades de este negocio. El Departamento de Seguridad Alimentaria aplica a las

Leche Pascual también ha desarrollado en el sector del ovoproducto el Programa de Seguridad Garantizada.

granjas de gallinas un Manual de Auditoría compuesto por 12 capítulos con 159 requisitos en total y 363 criterios de valoración, que asegura la ausencia de riesgos relativos a salmonelosis.

Por otro lado, desde el año 2006, las granjas propiedad de Leche Pascual cumplen en toda su amplitud la normativa europea sobre bienestar animal, que entrará en vigor el 1 de enero de 2012. Leche Pascual, otra vez, ha sido pionera en España en el cumplimiento de esta legislación, aplicándola mucho antes de su obligatoriedad.



PROVEEDORES

- **Agricultores: naranja y soja**

Desde el principio, y al igual que respecto a los ganaderos, Zumos Palma ha trabajado promoviendo la sostenibilidad del sector citrícola andaluz, así como el cultivo de una naranja de calidad para la planta de envasado de zumo exprimido de Palma del Río (Córdoba). Sin embargo, el nuevo escenario en el que se sitúa el mercado de naranja, en el que desaparecen las ayudas comunitarias para la transformación, obliga a replantearse la relación con los agricultores.

La compañía ha optado por una fórmula que sigue proporcionando estabilidad al campo andaluz, que asegura el futuro del aprovisionamiento y que, a la vez, ofrece nuevas oportunidades. Así, Zumos Palma presentó en julio de 2010 su nuevo plan estratégico para el aprovisionamiento de naranjas, **el Plan 10³ (“Diez al cubo”)**.

El Plan 10³ (“Diez al cubo”) se articula sobre dos ejes fundamentales: por un lado, el relativo al aprovisionamiento propiamente dicho, basado en contratos a diez años en los que el agricultor se compromete a aportar, al menos, el diez por ciento de su producción anual de naranjas a Zumos Palma, a un precio mínimo de diez céntimos el kilo.

Zumos Palma aportará valor al sector asesorando la comercialización directa de la naranja andaluza en el mercado centroeuropeo. Además, la compañía prestará toda la ayuda necesaria al agricultor para perfeccionar el rendimiento de las explotaciones, optimizando los costes de la recogida de la naranja y los de otros elementos, como el agua, los abonos o los pesticidas.



Teo Barredo, Director Corporativo de Compras de Leche Pascual, acompañado por Lucas Krimpenfort, miembro del equipo de compras de naranja, en la presentación ante José Antonio Ruiz, alcalde de Palma del Río, y Francisco Zurera, delegado en Córdoba de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, del proyecto agronómico “Diez al Cubo”.



Plan 10³ para el aprovisionamiento de naranjas

- 1. Contratos a 10 años** con los citricultores de Andalucía.
- Compromiso de los citricultores de vender al menos el **10% de su producción anual de naranjas a Zumos Palma**.
- Compromiso de Zumos Palma de comprar las naranjas al menos a **10 céntimos el kilo**.

Además:

- » Asesoramiento al citricultor para mejorar su **explotación y reducir costes**.
- » Ayuda al citricultor a entrar en **contacto con los mercados del centro de Europa** para comercializar directamente sus naranjas.

Por otra parte, Zumos Palma ha seguido trabajando en 2010 en proyectos de investigación relacionados con el cultivo de naranja. Así, con el [Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera \(IFAPA\)](#) de Las Torres-Alcalá del Río (Sevilla) ha puesto en marcha un proyecto denominado “Mejora de la calidad de la naranja para zumo”, desarrollado en una finca ubicada en el término municipal de Palma del Río (Córdoba).

La profundización en todo lo relativo al cultivo de la naranja y a la relación con los citricultores fue impulsada igualmente a través de la firma de un convenio de colaboración entre la [Asociación para el Desarrollo Rural del Medio Guadalquivir](#), Zumos Palma y la [Fundación Francisco Martínez Benavidez](#) para la puesta en funcionamiento de un campo de demostración de cítricos en la finca “El Encinarejo”. La finca, con una extensión de 2’5 hectáreas, está situada en el término municipal de Hornachuelos (Córdoba). A lo largo del año 2010 se ha estudiado en este campo el comportamiento de distintas variedades de cítricos, manejos, tratamientos, etc.

Por otra parte, el Grupo Leche Pascual ha conseguido el objetivo de reintroducir el [cultivo de la soja](#) en el campo español con destino para el consumo humano. Cabe recordar que este cultivo tuvo su protagonismo en las décadas de los 70 y 80, cuando se llegaron a sembrar 20.000 hectáreas para extracción de aceite y alimentación animal. La experiencia de Leche Pascual en los últimos siete años ha aportado al agricultor [español una alternativa rentable y competitiva](#), aun siendo, no obstante, un cultivo minoritario.



PROVEEDORES

Leche Pascual continúa desarrollando su proyecto agropecuario de soja con la finalidad de ofrecer al agricultor español un cultivo de calidad en zonas con gran tradición de agricultura de soja hace más de 30 años. En la campaña 2010 la compañía ha mejorado los rendimientos y criterios de calidad de la soja en el campo gracias al trabajo en equipo del productor y del Grupo Leche Pascual, incluso con proyectos en ejecución y estudio que contemplan la posibilidad de multiplicación propia de semilla.

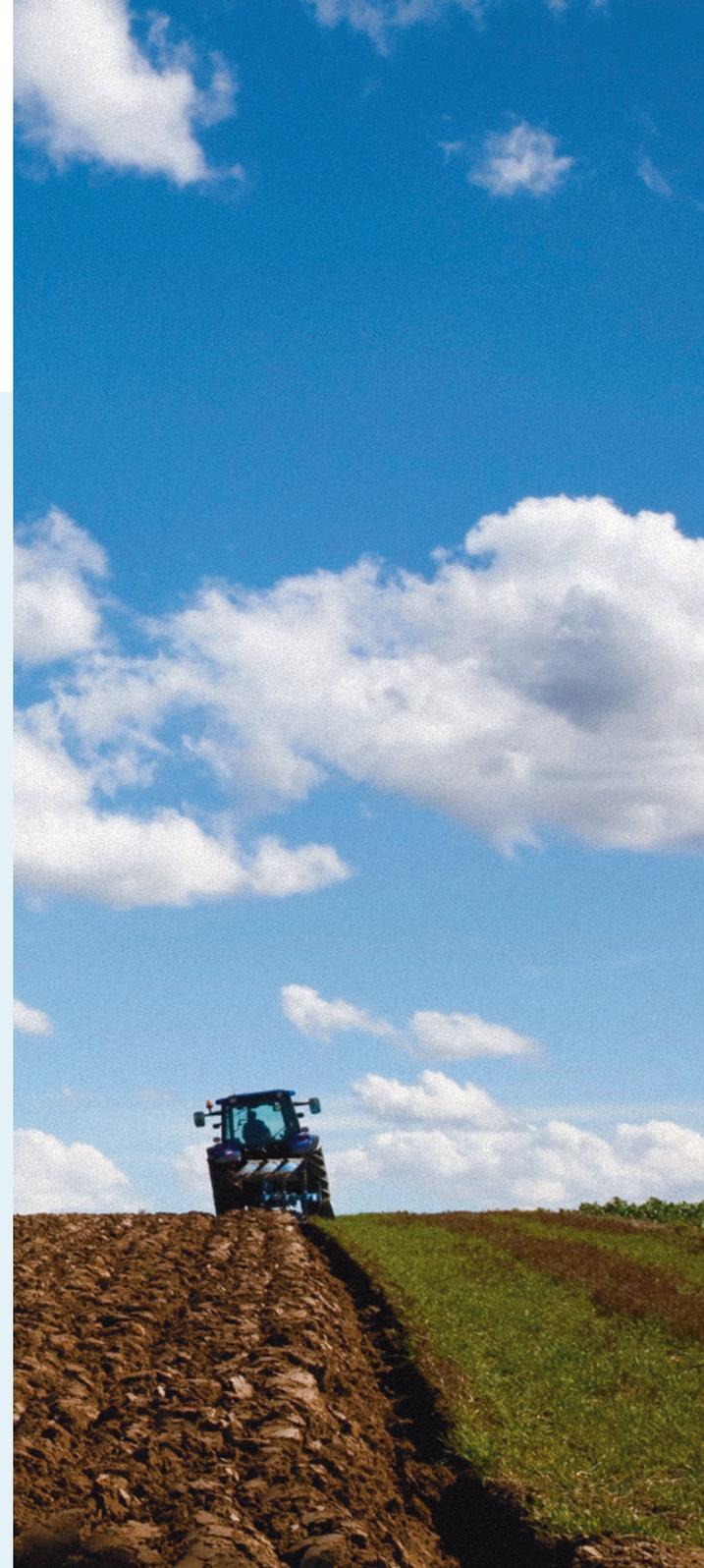
En 2010 se ha extendido el proyecto agropecuario a la [Comunidad Foral de Navarra](#), sumándose así a las otras tres áreas extensivas de cultivo existentes hasta la fecha: Andalucía, Extremadura y Castilla-León. Los cultivos han ocupado en 2010 [aproximadamente 1.000 hectáreas, con la colaboración de más de 60 agricultores](#), habiéndose producido casi una plena repetición de cultivo por parte del productor en los últimos años. [Leche Pascual pretende cubrir el 80% de sus necesidades](#) para el

[1.000 hectáreas de cultivo de soja en colaboración con más de 60 agricultores.](#)

abastecimiento de su marca de alimentos con soja ViveSoy. Por el momento, las importaciones de soja del sur de Francia también abastecen este mercado emergente

Como en la recogida de leche y naranjas, Grupo Leche Pascual cuenta con un equipo de profesionales de campo, acompañado de colaboradores externos -formado por ingenieros agrónomos expertos en el cultivo de soja- para el [apoyo y asesoramiento técnico](#) al agricultor. Existen puntos operativos que gestionan la captación, seguimiento del cultivo, trazabilidad, almacenamiento y adecuación de la materia prima a las exigencias de calidad del Grupo Leche Pascual, siempre dirigidos por los técnicos del Departamento.

Además, Grupo Leche Pascual establece un sistema de retribución al agricultor basado en primas por calidad, pagando un precio superior a aquellas producciones con un grado más alto de proteína, por encima de los requisitos de calidad establecidos contractualmente. Conceptos como trazabilidad, seguridad alimentaria, altos porcentajes en proteína, soja libre de OGM (organismos genéticamente modificados), control y asesoramiento en campo, son pilares básicos en este proyecto agronómico.



- Proveedores no agropecuarios

En los últimos tiempos, Grupo Leche Pascual viene intensificando el diálogo con sus proveedores no agropecuarios como garantía de un aprovisionamiento basado en atributos de calidad y responsabilidad. En 2009 se diseñó el programa “**Proveedores Homologados**” con la finalidad de aplicar a la relación con los proveedores **criterios de calidad, seguridad, éticos y medioambientales**.

De la mano del **Departamento de Compras** en colaboración con el área de **Excelencia en la Cadena de Suministro**, este programa ha experimentado un significativo avance en 2010. Se han llevado a cabo 52 auditorías de proveedores de envases ingredientes y maquilas completando el equivalente a más del **80% de su facturación anual**. La media de cumplimiento de estos proveedores en cuanto a los requisitos exigidos ha sido de un **79,3%**, planteándose en aquellos con desviaciones las medidas oportunas para solucionar las no conformidades, revisar la implantación de acciones correctoras y evaluar su eficacia.

El programa aplica a los proveedores no agropecuarios un procedimiento de homologación, evaluación y seguimiento que contempla aspectos relacionados con la calidad, la seguridad alimentaria, la protección del medio ambiente, la seguridad y salud laboral y la responsabilidad social corporativa sobre los que los proveedores deben informar a la compañía.

Por otra parte, el **Código de Conducta** de los empleados de la Corporación Empresarial Pascual, renovado en 2010, incluye disposiciones relativas a la relación de éstos con los proveedores, basadas en criterios éticos y profesionales. Se destaca especialmente la necesidad de valorar debidamente el cumplimiento por parte de los proveedores de los principios de responsabilidad social de Leche Pascual.



PROGRAMA “PROVEEDORES HOMOLOGADOS”

52 auditorías en 2010 que abarcan:

- 80% de la facturación de envases y embalajes
- 80% de la facturación de ingredientes
- 100% de las maquilas

OBJETIVOS 2010	ACCIONES REALIZADAS
<p>Optimización de los recursos para generar negocio: sinergias de la red comercial capilar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto Diversia: incorporación del portfolio de productos de la marca Kellogg's y adquisición de Caffé Mocay para potenciar el canal de hostelería.
<p>Profundización en la satisfacción de clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Puesto 15 en el top 20 del ranking de <i>Advantage Group</i> sobre satisfacción de clientes de distribución moderna. • Ratio positivo del 6% en la proporción entre las opiniones favorables, medias y desfavorables de los encuestados.
<p>Desarrollo de proyectos innovadores con clientes de distribución moderna.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del concepto de inteligencia de la categoría de la mano de los clientes. • Proyectos ad hoc para profundizar en la figura del shopsumer: el nuevo paradigma de cliente del siglo XXI. • Otros proyectos de colaboración según los estándares de Leche Pascual para mejorar la gestión de las categorías.
<p>Intensificación del diálogo con clientes y consumidores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo Leche Pascual ingresa en el Club FEHR de la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR). • Participación en Alimentaria 2010 con un personaje virtual que interactuaba con los visitantes. • Patrocinio de certámenes de hostelería en Madrid, Andalucía y Aragón.
<p>Servicio al Cliente: configuración de un nuevo modelo de gestión y atención al cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en marcha del Departamento de Customer Service (Servicio al Cliente) con un servicio centralizado y especializado para los clientes. • Reducción de la media de llamadas diarias en más del 40% en los primeros meses de funcionamiento.
<p>Innovación de productos apoyada en marcas sólidas y orientadas a la salud.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamientos para el canal de hostelería: Leche Pascual Extra Creme. • Innovaciones funcionales: Leche Pascual Sin Lactosa, Bifrutas Sin Azúcar Añadida y ViveSoy Ligera. • Relanzamientos y nuevos formatos: Bifrutas de Pascual y batidos Pascual.

Orientación al cliente

La estrategia comercial del Grupo Leche Pascual es una de sus grandes señas de identidad. Leche Pascual ha apostado históricamente por la distribución capilar para posicionar adecuadamente sus productos mediante un **esmerado servicio a clientes y detallistas**, tal y como queda avalado por el hecho de que la **orientación al cliente** constituye uno de los valores corporativos de Grupo Leche Pascual.

En Grupo Leche Pascual esta orientación al cliente también se manifiesta en su sistema integrado de gestión a través de la aplicación de la norma **ISO 9001**, que contempla el criterio de la satisfacción del cliente, interno y externo, como uno de sus pilares. El grado de satisfacción es rigurosamente medido y acompañado de acciones preventivas y, en su caso, correctivas, para la mejora continua de indicadores relativos, por ejemplo, a las reclamaciones de clientes y consumidores.

Desde el punto de vista comercial, Leche Pascual cuenta para llegar a sus clientes con **una estructura propia** de más de 800 personas, 20 delegaciones, 400 camiones de reparto y alrededor de 350 distribuidores.

Esta red, considerada como una de las más completas del país, permite a Grupo Leche Pascual, por un lado, acceder directamente al mercado minorista y, por otro, mantener un contacto continuo con los establecimientos de hostelería y alimentación tradicional.



RED COMERCIAL:

- 20 delegaciones
- 800 personas
- 400 camiones
- 350 distribuidores



El comercio tradicional tiene una importancia histórica que se puede concretar en lo siguiente:

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

Puntos de venta alimentación 2010



Puntos de venta hostelería 2010



Las principales iniciativas realizadas en 2010 con este grupo de interés se resumen en los siguientes ejes:

- Acuerdos de colaboración.
- Satisfacción de clientes.
- Servicio al cliente.
- Diálogo con clientes.
- Innovación de productos.

Acuerdos de colaboración: Proyecto Diversia

El **proyecto Diversia** surge con el objetivo, tanto de ampliar el portfolio de productos que comercializa la compañía, como de distribuir otras marcas aprovechando la fortaleza de la red comercial de Leche Pascual. En un momento de dificultades, esta búsqueda de soluciones imaginativas a través del máximo aprovechamiento y optimización de los recursos disponibles que implica Diversia significa una clara estrategia de sostenibilidad.

Diversia ha incluido en 2010 la distribución por parte de Leche Pascual de productos pertenecientes a las marcas **Agua de Pedras y Heinz**, incorporándose en este ejercicio la marca **Kellogg's**. Además, en 2010 se ha formalizado la adquisición de **Caffé Mocay**, estratégica para el desarrollo en hostelería, así como el anuncio del proyecto de colaboración con **Helados Farggi**, a desarrollar a partir de 2011.

Para los socios, estos acuerdos comerciales



surgen de la necesidad de desarrollarse en el mercado capilar, donde tienen la oportunidad de potenciar su presencia. Por ello, los proyectos encuadrados en **Diversia ponen en valor la red comercial de Leche Pascual**, una red de distribución potente y organizada considerada **de las mejores en el sector de alimentación** en los canales capilares.

Encuesta de satisfacción de clientes: puesto 15 en el ranking de Advantage Group

Grupo Leche Pascual ha participado en 2010 en el **Performance Monitor**, estudio realizado por la empresa **Advantage Group** que analiza el nivel de satisfacción de las empresas líderes de distribución respecto a sus principales proveedores. La compañía ha ascendido este año hasta la **decimoquinta posición dentro del top 20 del Core Report**, el ranking que analiza a los fabricantes más destacados del sector de gran consumo, mejorando cinco puestos respecto al año anterior.

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

Además, la satisfacción media de los encuestados sobre el servicio de Leche Pascual ha mejorado notablemente en el último ejercicio. Por primera vez desde el inicio de la participación de Leche Pascual en este estudio en 2005, **la proporción entre las opiniones favorables, medias y desfavorables se sitúa en un ratio positivo de un seis por ciento.**

A partir de los resultados obtenidos en el **Performance Monitor**, el Departamento de Distribución Moderna de Grupo Leche Pascual celebra anualmente unas jornadas para analizar los puntos fuertes y débiles. Los planes de acción anuales incorporan este análisis, con proyectos para mejorar la percepción del servicio comercial de la compañía.

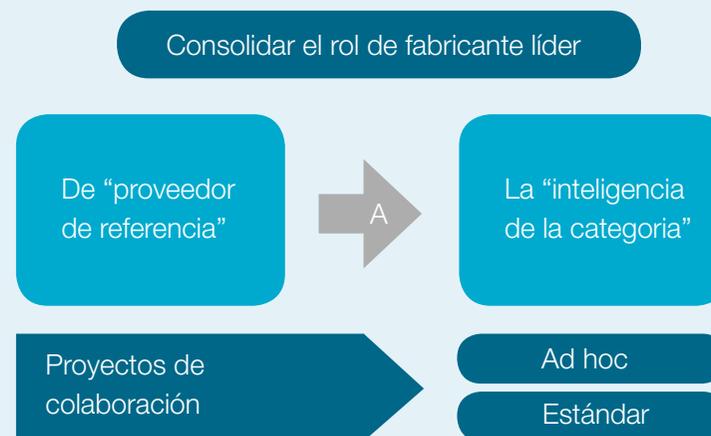
Proyectos de colaboración innovadores con clientes: Conociendo al *shopsumer* (comprador – consumidor)

Grupo Leche Pascual ha seguido trabajando en 2010 para consolidar su rol de fabricante líder. Así, el objetivo de Leche Pascual pasa, además de seguir siendo considerado por parte del cliente como *proveedor de referencia*, por la respuesta al reto de desarrollar conjuntamente el concepto de *inteligencia de la categoría*.

Para lograrlo, la Dirección de Distribución Moderna de Leche Pascual ha puesto en marcha varios proyectos con algunos de sus principales clientes. Algunos de ellos ad-hoc, como los desarrollados con *Día, Eroski o Carrefour*, orientados a la profundización en el conocimiento de la figura del *shopsumer* a través de las nuevas tecnologías. Este nuevo comprador-consumidor se erige como el cliente final decisor de las compras para toda la unidad familiar, decisiones que un 70% se producen en el punto de venta, y está dotado de unas habilidades tecnológicas hasta ahora desconocidas. Por lo tanto, el objetivo de estos proyectos es la búsqueda conjunta entre el cliente de distribución y Leche Pascual de la satisfacción de este nuevo cliente del siglo XXI (*shopsumer*), ahondando a través de técnicas novedosas en todos los aspectos relacionados con su comportamiento. Los resultados ayudarán, tanto a los clientes, como a Grupo Leche Pascual, a mejorar sus estrategias de venta.

En paralelo, Leche Pascual también ha desarrollado en 2010 el concepto de *inteligencia de la categoría* por medio de otros proyectos, aprovechando sus estándares de categoría con clientes de distribución moderna como *Alcampo, Dinosol, Condis, Consum,*

Gadisa, Hermanos Martín, Hiper Usera ó Uvesco. La relación fluida con estos *partners* se ha basado en la aplicación en sus negocios de estos estándares propios de Leche Pascual respecto a variables tales como el surtido, las implantaciones, las promociones, las tarjetas de fidelización o el customer service.



Diálogo con clientes: participación en ferias sectoriales, patrocinios de certámenes hosteleros y difusión de hábitos de vida saludables

El diálogo con sus clientes es una de las características de la estrategia comercial de Leche Pascual. En febrero de 2010 se celebró la [Convención anual de Distribuidores](#) de Grupo Leche Pascual en el hotel Eurostar de Madrid. Con más de 400 asistentes, la jornada sirvió para repasar las iniciativas desarrolladas en este estratégico canal.

En el mes de marzo, Grupo Leche Pascual estuvo presente en [Alimentaria 2010](#), la gran feria de este sector. A través de una representación humana en tres dimensiones, el *Garante de la Calidad* de Leche Pascual, los visitantes pudieron interactuar con el experto personaje virtual que alojaba la instalación: aprendiendo y preguntando sobre cualquier aspecto relacionado con la calidad y la elaboración de los productos Pascual.



Los Príncipes de Asturias inauguraron Alimentaria 2010 acompañados por el presidente de la Generalitat, José Montilla, y la ministra de Medio Ambiente, Elena Espinosa, deteniéndose en el stand de Leche Pascual, donde fueron recibidos por el presidente del Grupo, Tomás Pascual Gómez-Cuétara.



Javier de la Gándara, Director General Comercial de Leche Pascual, en la firma del acuerdo con la Federación Española de Hostelería y Restauración.

Grupo Leche Pascual ingresa en el Club FEHR de la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR).

Grupo Leche Pascual ha firmado en febrero de 2010 un acuerdo con la Federación Española de Hostelería y Restauración por el que entra a formar parte del Club FEHR, entidad formada por un conjunto de personas y empresas que colaboran en acciones y proyectos para promover la mejora del sector hostelero y de las empresas que lo conforman.

En 2010, Leche Pascual ha intensificado su relación con el canal [HORECA](#). Además del ingreso en el Club FEHR, la compañía ha patrocinado diversos encuentros y certámenes que han servido como reconocimiento al profesional hostelero, sin duda uno de los colectivos más relevantes de la economía.

Así, Grupo Leche Pascual patrocinó en mayo los [Campeonatos de España de Café Zaragoza 2010](#), organizados por la Asociación Europea de Cafés Especiales - Sección Española (SCAE), a través de la novedosa "Leche Pascual Extra Creme", además de con Agua Mineral Bezoya. Este último producto patrocinó igualmente el certamen gastronómico [Chef Millésime](#). Asimismo, en el mes de junio la compañía participó en Madrid en la feria [Expofood Service](#) para profesionales de hostelería.

Leche Pascual continuó su apoyo al sector hostelero con varios patrocinios más a lo largo del año. El campeonato de la [Asociación Barman España- Comunidad de Madrid 2010](#) se celebró en el Hotel Meliá Castilla de Madrid con la colaboración de Grupo Leche Pascual. Por otra parte, en Zaragoza se disputó el [Campeonato Regional de Aragón de Baristas de Café 2010](#), que Grupo Leche Pascual ha patrocinado con Pascual Extra Creme. La compañía sponsorizó igualmente el [III Campeonato de Baristas de Andalucía](#) celebrado en Torremolinos (Málaga) en octubre. Los participantes tuvieron ocasión de degustar con antelación la leche Pascual Extracreme para realizar pruebas.

Leche Pascual estuvo presente en [Madrid Fusión](#) mostrando los últimos lanzamientos en este estratégico canal: Leche Pascual hostelería, Bezoya Quarzo, los nuevos batidos, Pascual Selección y la gama de ovoproductos. La compañía también participó en la [Feria Fiduero de Aranda de Duero- Feria de la Ribera 2010](#), celebrada



en septiembre para dar a conocer los sectores productivos y de consumo vinculados a Aranda y su extensa comarca. Como en años anteriores, Grupo Leche Pascual estuvo representado a través de un stand comercial con presencia de sus marcas.



Por otro lado, la compañía ha llevado a cabo una intensa labor de colaboración con sus clientes en forma de **difusión de hábitos de vida saludables y fomento de una alimentación sana**. Así, en 2010 Leche Pascual realizó una amplia acción formativa y divulgativa en el **Club Social Caprabo**, con dos jornadas de charlas sobre zumos y alergias alimentarias, acompañadas ambas de degustaciones de productos Pascual.



Igualmente, en el mes de octubre Leche Pascual colaboró en León con **El Corte Inglés** a través de charlas encuadradas en el programa dirigido a sus consumidores sobre intolerancias alimentarias y alergias, haciendo especial hincapié en la leche sin lactosa con la explicación de su composición y sus beneficios. También se han realizado otras iniciativas puntuales de colaboración con clientes de hostelería como **Aramón, Montañas de Aragón** y de alimentación como **Supermercados Sorli**.

Foto 01: Entrega de premios “Asociación Barman España- Comunidad de Madrid 2010” patrocinados por Leche Pascual.

Foto 02: Transmitiendo hábitos de vida saludables a los consumidores del Club Social Caprabo.

Foto 03: Stand de Leche Pascual en la feria Expofood Service.



Participación en la jornada festiva organizada por Supermercados Sorli.

Servicio al cliente: creación del departamento de Customer Service

La necesidad de atender adecuadamente los requerimientos de los clientes de Grupo Leche Pascual, con estándares cada vez más altos, ha llevado a configurar un nuevo modelo de gestión y atención al cliente, alineado con las mejores prácticas existentes en el mercado. En mayo de 2010 se puso en marcha el **Departamento de Servicio al Cliente o Customer Service**, que tiene como misión ofrecer un servicio eficaz y de calidad según las expectativas de los clientes. El Customer Service opera como un **único interlocutor especializado con los clientes que desean relacionarse con Leche Pascual**. A través de un número de teléfono o e-mail el cliente se pone en contacto para realizar un pedido, aclarar una incidencia sobre una factura, una rotura de stock o realizar cualquier otra consulta o reclamación. La

persona que recibe la llamada la gestiona en función de su naturaleza en colaboración con otros departamentos, y ella misma es la encargada de cerrarla con el cliente. El hecho de que exista un único interlocutor no significa que sea el mismo para todos los clientes: el Customer Service se caracteriza por ofrecer un **servicio especializado para cada canal comercial**.

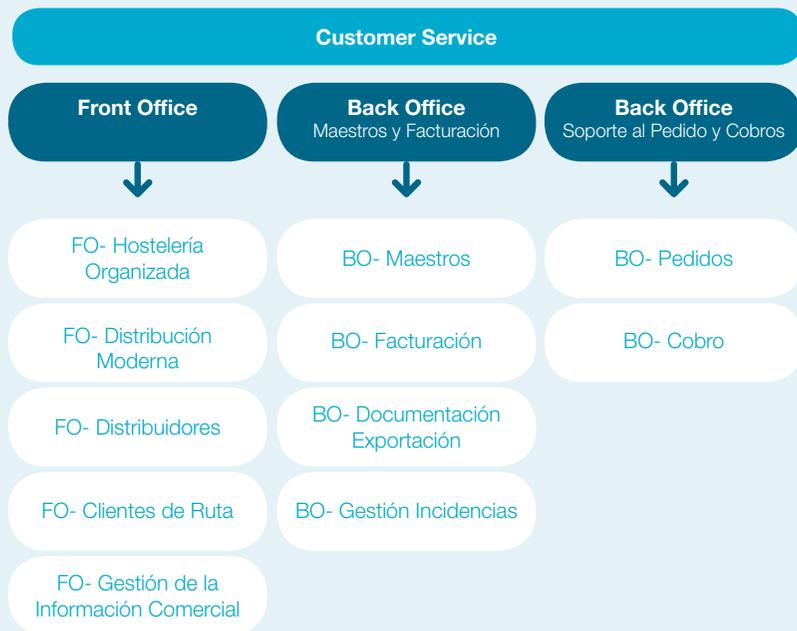
En sus primeros meses de funcionamiento este departamento ha conseguido rebajar el número de llamadas significativamente, pasando de una **media de 800 diarias a 450** a finales de 2010, además de disminuir el tiempo de resolución de las incidencias. Los clientes de Leche Pascual, especialmente en el canal de distribuidores, han reconocido la labor de esta nueva forma de dar servicio.

Reducción significativa del número de llamadas y del tiempo de resolución de las incidencias.



Customer Service

- **Front Office:**
 - » Atiende directamente al cliente a través de gestores especializados para cada tipo de cliente: distribución moderna, distribuidores, hostelería organizada y rutas.
 - » El Front Office cuenta igualmente con un equipo que da soporte a los distintos canales.
 - » En 2010 ocupó a 45 personas en las oficinas centrales.
- **Back Office:**
 - » Lleva a cabo toda la labor administrativa: grabación de los pedidos, gestión de los maestros de clientes, altas, modificaciones, tarifas, acuerdos comerciales y actividad promocional, seguimiento de los cobros, gestiones para arreglar las incidencias y documentación relativa a exportación.
 - » Formado por 47 empleados ubicados en una nueva sede especialmente acondicionada en la planta de Aranda.



El Garante de la Calidad de Leche Pascual, personaje virtual que interactuaba con los visitantes a la feria Alimentaria 2010.



Innovación de productos

Grupo Leche Pascual ha proseguido su labor innovadora para ofrecer a clientes y consumidores **nuevos productos orientados a la salud**. Productos avalados por las marcas de la compañía, cuyo prestigio se basa en razones de calidad, innovación y servicio.

En Leche Pascual existe un departamento de Marketing y otro de I+D con los objetivos de investigar, realizar estudios y llevar a cabo prospecciones de mercado. En ocasiones, la compañía cuenta con el asesoramiento de empresas externas que aconsejan y ayudan a identificar tendencias. Al detectarse una idea acerca de un nuevo producto se analiza su potencial por medio de múltiples estudios que contribuyen a discernir si ese posible lanzamiento es único, diferencial y relevante.

Los datos del mercado se analizan en “**células de innovación**”, grupos de trabajo integrados por componentes de distintas áreas: unidad de negocio de Marketing, I+D y Tecnología. Otros actores, como el Departamento de Compras, los proveedores o el Departamento de Control de Gestión entran también en liza para examinar otros aspectos relevantes, como las pruebas industriales, los precios, los ingredientes, la rentabilidad, etc. Una vez analizadas todas las variables se decide el lanzamiento.

Los lanzamientos de Leche Pascual en 2010 han estado vinculados a las líneas estratégicas de la compañía, especialmente para reforzar su presencia en el **canal de hostelería y restauración**. Así, en la feria Alimentaria fue presentada **Pascual Extra Creme**, la primera leche funcional para hostelería, con una receta, aspecto, textura y sabor especiales para el mejor café. En esta feria se hizo público igualmente el *rebranding* de la marca Pascual Funciona, que pasó a denominarse **Bifrutas de Pascual**. Además, esta nueva marca puso en el mercado una variedad “sin azúcar añadido”, dos nuevos sabores, *Ibiza* y *Cítricos*, así como un novedoso formato en botella de plástico pet con otros dos sabores, *Pasión* y *Florida*.



Otros lanzamientos destacados fueron los de [Leche Pascual Sin Lactosa](#), con las mismas propiedades, calidad y sabor que la Leche Pascual de siempre, pero sin lactosa y [ViveSoy Ligera](#), con menos calorías que una desnatada, hace aún más fácil empezar a consumir bebidas de soja.

Por último, Leche Pascual presentó su nuevo diseño de los [Batidos Pascual](#), pensados especialmente para los más pequeños de la casa, así como un producto similar a la [nata en spray, pero sin azúcar](#), manteniendo su sabor y textura originales, sin apenas calorías.



El blog de la innovación: ¡las ideas de los empleados cuentan!

Leche Pascual desea hacer partícipe del proceso creativo de la compañía a sus empleados y a tal fin ha creado un blog en la Intranet para que aporten sus propias ideas sobre todos estos temas relacionados con la innovación:

- Nuevos productos.
- Envases, formatos, agrupaciones y embalajes novedosos.
- Ingredientes revolucionarios.
- Aspectos y particularidades del mundo Internet ideales para la comunicación de los productos.
- Nuevas formas de consumir.
- Y todas las ideas que hagan referencia a innovación.

PRINCIPALES LANZAMIENTOS DE LECHE PASCUAL EN 2010

MARCA	DESCRIPCIÓN	VALOR DIFERENCIAL	NUEVA NECESIDAD QUE CUBRE	OTROS DATOS DE INTERÉS
VIVESOY LIGERA	<ul style="list-style-type: none"> La nueva <i>ViveSoy Ligera</i>, es una bebida de soja con los mismos beneficios y características de todos los demás productos de la marca ViveSoy, pero con un sabor más suave y menos calorías. 	<ul style="list-style-type: none"> ViveSoy Ligera es la bebida de soja ideal para una alimentación todavía más sana. Con menos calorías que una leche desnatada: sólo 29 calorías por 100 mililitros. 	<ul style="list-style-type: none"> ViveSoy Ligera es perfecta no sólo para quienes desean cuidar la línea. También para todos aquellos que quieren empezar a consumir productos de soja gracias a su sabor más suave. 	<ul style="list-style-type: none"> Frescura y naturalidad inspiran la forma y diseño de su brik de litro, creado para un público que cuida la línea, en su mayoría mujeres.
LECHE PASCUAL SIN LACTOSA	<ul style="list-style-type: none"> Se trata de una nueva leche que posee las mismas propiedades, calidad y sabor que la Leche Pascual de siempre, pero sin lactosa, el llamado "azúcar de la leche". 	<ul style="list-style-type: none"> No se trata de un producto destinado sólo a intolerantes a la lactosa. También a todos quienes en ciertos momentos sufren problemas digestivos causados por la ingesta de leche. 	<ul style="list-style-type: none"> En España un porcentaje importante de la población tiene algún tipo de intolerancia a la lactosa, el azúcar de la leche, originada por la incapacidad total o parcial de digerirla, a causa de contar con niveles bajos de la enzima lactasa. El departamento de I+D de Grupo Leche Pascual ha desarrollado esta novedosa variedad de leche para solventar los problemas de estos consumidores, proporcionándoles una alternativa. 	<ul style="list-style-type: none"> Con Leche Pascual Sin Lactosa como nueva marca, Leche Pascual amplia su oferta de salud y calidad, en su producto más emblemático, a la mayoría de la población. Disponible en las variedades de Semidesnatada y Desnatada.
LECHE PASCUAL EXTRA CREME	<ul style="list-style-type: none"> Leche Pascual refuerza su presencia en el canal de hostelería y restauración con la nueva Leche Pascual Extra Creme. Su receta aporta un especial aspecto, textura y sabor. Leche Pascual Extra Creme, es una nueva leche que afronta la creciente exigencia del consumidor del café y sus casi infinitas combinaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Es la primera leche funcional para hostelería, por su fácil y rápida emulsión y por la calidad de su resultado final. Elaborada con Leche Pascual, se trata de un producto distinto de los demás leches estándares del mercado. Como avala el 95% de los profesionales encuestados, Pascual Extra Creme se convierte en un valor seguro para los restauradores y hosteleros. Contribuye a consolidar más de la mitad del negocio de bares y cafeterías, constituida por la recaudación de cervezas y cafés. 	<ul style="list-style-type: none"> El perfil del consumidor de café con leche está cada vez sofisticándose más, incluso en el hogar, gracias a las novedades tecnológicas que hoy arrasan en el mercado. Se facilita al hostelero un producto diferente, que le permita dar un café tan bueno o mejor que el que sus clientes puedan hacer en casa. 	<ul style="list-style-type: none"> La nueva Leche Pascual Extra Creme está disponible para el canal "horeca" (hotel, restauración y catering). Botellas de litro y medio, en caja de 8 unidades.



PRINCIPALES LANZAMIENTOS DE LECHE PASCUAL EN 2010

MARCA	DESCRIPCIÓN	VALOR DIFERENCIAL	NUEVA NECESIDAD QUE CUBRE	OTROS DATOS DE INTERÉS
BIFRUTAS DE PASCUAL SIN AZÚCAR	<ul style="list-style-type: none"> Especialmente dirigidos al público joven, las variedades Bifrutas Tropical Sin azúcar y Bifrutas Mediterráneo Sin azúcar nacen con la calidad de los clásicos Bifrutas, pero ahora, además, sin azúcares añadidos. Las convierte en una alternativa aún más ligera sin renunciar al sabor. 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborados con leche desnatada Pascual, zumos de frutas seleccionadas, enriquecidos en vitaminas antioxidantes A, C y E. 	<ul style="list-style-type: none"> Presentados en formato de 330ml, los Bifrutas de Pascual Sin Azúcar se confirman como un valor seguro en los principales centros de distribución y hostelería, y máquinas expendedoras, junto a los ya consolidados sabores Tropical, Mediterráneo y Pacífico. 	<ul style="list-style-type: none"> El zumo de frutas con el que se elabora Bifrutas participa en la hidratación del organismo y ayuda a hidratar los tejidos, entre ellos la piel. Su contenido en vitaminas antioxidantes A,C y E neutraliza los radicales libres y ayuda a mantener en mejor estado los tejidos.
BIFRUTAS DE PASCUAL SABORES PASIÓN Y FLORIDA	<ul style="list-style-type: none"> Bifrutas de Pascual lanzó al mercado dos nuevos sabores. Pasión (combinación sorprendente de frutos rojos). Florida (combinación refrescante de cítricos). Con un nuevo envase, una botella de plástico pet. Dirigidos al público objetivo de la marca: los adolescentes. 	<ul style="list-style-type: none"> Todos los Bifrutas de Pascual son bebidas sanas y nutritivas de sabor refrescante. 	<ul style="list-style-type: none"> Para facilitar la portabilidad y el consumo fuera del hogar, estos nuevos sabores se presentan en un formato más cómodo, práctico y moderno: una botella de plástico pet de 275ml, con tapón y la cantidad justa para beber Bifrutas Pascual donde y cuando se quiera. 	<ul style="list-style-type: none"> La vitamina A participa en la visión y ayuda a mantener una piel saludable. La leche desnatada que contiene ayuda a mantener una dieta equilibrada sin aportar grasas. Las vitaminas A,C y E participan en el mantenimiento del sistema inmune.

CONSUMIDORES

OBJETIVOS 2010	ACCIONES REALIZADAS
<p>Mantenimiento de una política responsable de publicidad e información al consumidor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Copy-advice ante Autocontrol de la Publicidad de 108 creatividades publicitarias. • Adhesión al Código PAOS (Autorregulación de la Publicidad dirigida a Menores).
<p>Extensión del etiquetado con exigencias más allá de las legales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Etiquetado CDOs (Cantidades Diarias Orientativas) en 7 nuevas gamas de productos.
<p>Mejora de la atención al consumidor, con acciones del área de Excelencia en la Cadena de Suministro en coordinación con el departamento de Atención al Consumidor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución del 36% en el número de reclamaciones recibidas por el servicio de Atención al Consumidor.
<p>Incremento del compromiso con la sociedad a través de la estrategia de puertas abiertas en los centros productivos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de la política de puertas abiertas: 16.110 visitantes, un 57% más que en 2009.
<p>Puesta en marcha una estrategia de marketing responsable a través de las marcas de Leche Pascual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 11 campañas de sensibilización al consumidor relacionadas con salud, alimentación, deporte y ocio a través de las marcas Bifrutas de Pascual, Vivesoy, Bezoya y Yosport.
<p>Profundización la relación con las asociaciones de consumidores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Convenios firmados con asociaciones de consumidores: UCE y FACUA.

En Leche Pascual la relación con los consumidores se halla fuertemente influenciada por la **orientación a la salud y el compromiso con la mejora de la calidad de vida** que históricamente ha mantenido la compañía. El objetivo ha sido siempre ofrecer una propuesta de valor diferencial a clientes y consumidores, basada en la diversificación de la oferta, en la innovación y en la promoción de la salud con productos funcionales.

En este contexto, Leche Pascual ha evolucionado en base a la innovación hacia productos que aportan más valor, diversificando su portfolio: desde la leche descremada en los 80, la leche con zumo en los 90, hasta al zumo recién exprimido o la soja en el siglo XXI.

La responsabilidad de Leche Pascual frente al consumidor se resume en las iniciativas acometidas en 2010 para conseguir objetivos tales como una mayor **calidad en la composición de los productos, una reducción de las reclamaciones de los consumidores, la continuación de acciones de marketing responsable o la política de puertas abiertas en las fábricas.**

Todas estas políticas se agrupan en cinco ejes:

- Información al consumidor
- Atención al consumidor
- Política de puertas abiertas
- Marketing responsable
- Relación con asociaciones de consumidores



Compromisos históricos:

- Orientación a la salud
- Mejora de la calidad de vida

Información al consumidor

- **Publicidad responsable**

Leche Pascual ha desarrollado en 2010 una intensa actividad publicitaria en los principales soportes de televisión, radio, Internet y prensa escrita. El objetivo principal es informar al consumidor responsablemente sobre las propiedades para la salud y los beneficios que puede aportar el consumo de sus productos.

A fin de hacer efectivo este compromiso, Grupo Leche Pascual está adherido a la [Asociación de Autorregulación de la Comunicación Comercial \(Autocontrol de la Publicidad\)](#), a cuyo dictamen previo somete todas sus campañas publicitarias para asegurar su adecuación a criterios éticos. Como ha sido expuesto en el capítulo de Gobierno Corporativo, en 2010 Leche Pascual ha realizado 108 consultas previas (copy advice) y 8 consultas legales ante este organismo de autorregulación.

Además, la compañía sigue comprometida con el [Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a Menores, Prevención de la Obesidad y Salud \(Código PAOS\)](#), cuya misión es la prevención

de la obesidad infantil en los mensajes publicitarios sobre alimentos dirigidos a menores. Este código está suscrito por las principales empresas alimentarias españolas que representan más del 75% de la inversión publicitaria en el sector.

- **Etiquetado**

La extensión del etiquetado nutricional ha sido otra de las prioridades de Leche Pascual en 2010 a fin de ofrecer información clara y comprensible al consumidor acerca del valor nutricional de sus productos. Grupo Leche Pascual ha incorporado en 2010 las [CDOs \(Cantidades Diarias Orientativas\)](#), o GDAs, sus siglas en inglés, como añadido al etiquetado obligatorio a los envases de Zumosol, Yosport, yogures, nata ligera montada, la gama de productos Vivesoy, leche sin lactosa y batidos. Estos productos se suman a los que ya tenían anteriormente este tipo de etiquetado como Leche Pascual clásica, Leche Pascual Calcio y Zumos Pascual.



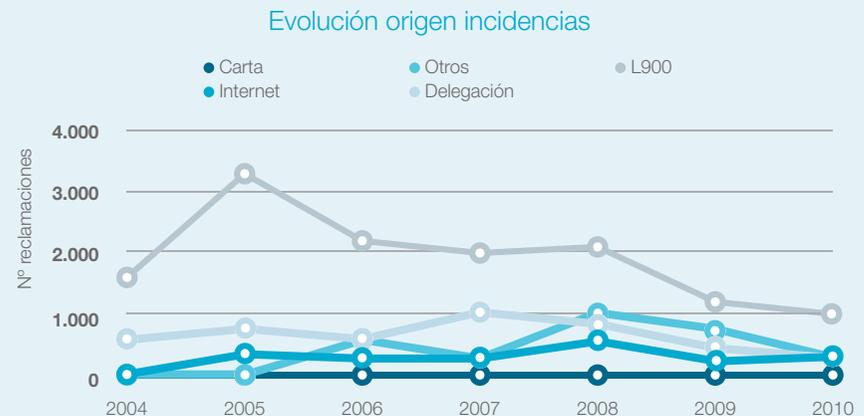
Las Cantidades Diarias Orientativas informan sobre la energía que aporta cada producto o la cantidad de determinados nutrientes, como los azúcares, las grasas, las grasas saturadas y el sodio. Se refieren a la cantidad que aporta una ración de un determinado alimento con respecto a las necesidades diarias de una persona.

Atención al consumidor

La atención personalizada y eficaz a las peticiones y demandas de los consumidores ha sido un objetivo estratégico de Grupo Leche Pascual en el año 2010. El **Departamento de Atención al Consumidor** recibe consultas y llamadas sobre los productos, sugerencias, peticiones de información, etc. Todas las cuestiones reciben respuesta en el plazo de 24 horas y semanalmente se emite un informe con las incidencias y solicitudes de información, para de esta manera poder mejorar los servicios ofrecidos a los consumidores.

A lo largo de 2010 el área de **Excelencia en la Cadena de Suministro**, en coordinación con el servicio de **Atención al Consumidor**, ha puesto en marcha diversas acciones de mejora continua tendentes a la reducción del número de reclamaciones. El resultado de este trabajo ha sido muy positivo al arrojar una disminución del **36,6% en el número de reclamaciones recibidas respecto al año 2009**.

El descenso de las reclamaciones en las familias de aguas y leche se vincula a las acciones desarrolladas desde el área industrial por mejoras en máquinas y optimización de controles. En otros productos como zumos y Bifrutas, se han puesto en marcha otras medidas asociadas a un plan de acción satisfactoriamente resuelto y de eficacia comprobada.



CONSUMIDORES

Puertas abiertas

Las instalaciones industriales de Grupo Leche Pascual, siguiendo una de las grandes preocupaciones del fundador de la compañía, **están abiertas a ganaderos, proveedores, políticos, financieros, empresarios** y, muy especialmente, al amplísimo abanico de **consumidores finales**. Leche Pascual es consciente del gran valor de estas visitas para fidelizar clientes, consolidar el valor de la marca y aportar una imagen de transparencia, profesionalidad y responsabilidad social.

En 2010, más de **16.100 personas** visitaron las fábricas y fueron atendidos por profesionales especializados de Grupo Leche Pascual, un 57% más que el año anterior.

Las plantas más visitadas fueron **Aranda de Duero con 10.548 visitantes y Gurb con 5.070 personas**. Igualmente abrieron sus puertas otras fábricas como Camporrobles (Valencia), Los Barrancos (León), Palma del Río (Córdoba) y Bezoya (Segovia).



En el mes de noviembre se realizó en la fábrica de Gurb de Leche Pascual una Jornada de Puertas Abiertas, a la que asistieron familiares y amigos de los trabajadores de la planta. Más de 90 personas fueron recibidas en el auditorio.



16.100 visitantes
en 2010.

Visitantes en la zona de envasado de leche del complejo de Aranda de Duero.

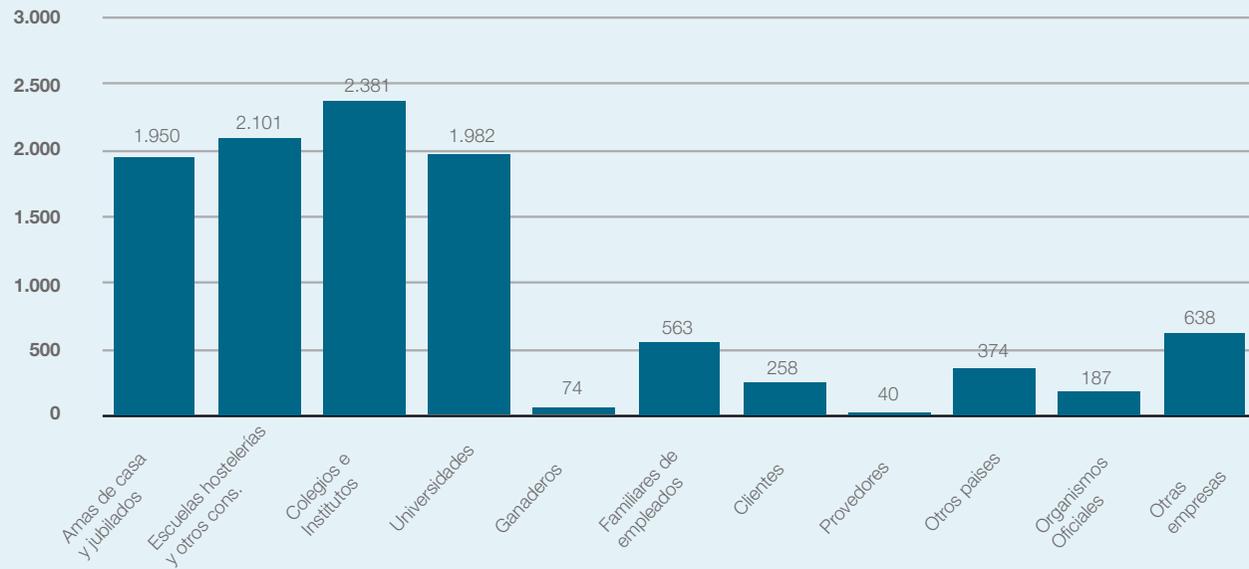
Evolución número de visitantes a fábricas de Grupo Leche Pascual





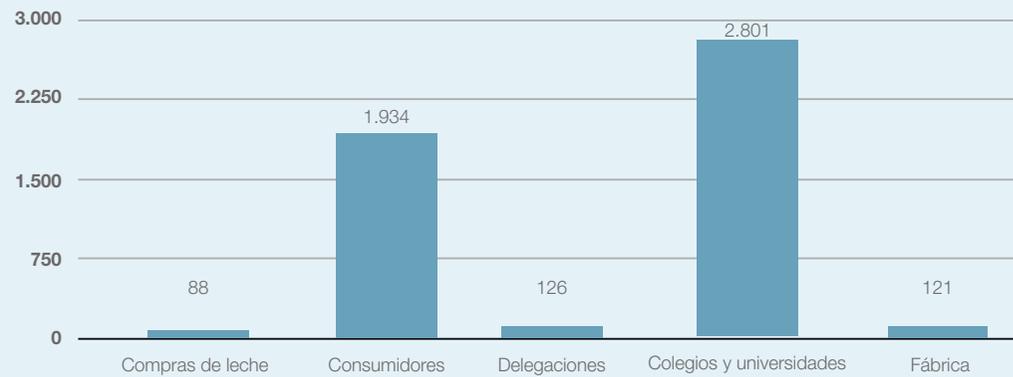
Visitas 2010 al complejo de Aranda

● Número de visitantes



Visitas 2010 a la planta de Gurb

● Número de visitantes



CONSUMIDORES

Marketing responsable

Las principales marcas de Leche Pascual se han vinculado en 2010 a eventos significativos relacionados con las señas de identidad de la compañía: [deporte](#), [salud](#), [entretenimiento para los más pequeños](#), [ocio y música](#).

- Información a profesionales de la salud: soja

ViveSoy, la marca de productos de soja de Leche Pascual, ha desarrollado en 2010 una estrategia de comunicación científica con el objetivo de sensibilizar al colectivo médico sobre los beneficios de la soja. Las iniciativas han tenido una doble dirección: [presencia en congresos médicos y acciones de sensibilización a enfermeras](#).

ViveSoy ha participado en [ocho congresos médicos celebrados en España en 2010](#) con la finalidad de trasladar a los profesionales las bondades del consumo de soja. Acompañando a la entrega de producto, ViveSoy ha aportado evidencia científica a los asistentes a través de los monográficos que analizan las propiedades de la soja en diversos grupos sociales tales como

niños y adolescentes, hombres, mujeres y personas con edad avanzada. Los últimos trabajos de divulgación científica se titulan “Soja en la prevención cardiovascular”, “Soja y prevención de la obesidad” y “Soja y prevención de los síntomas climatéricos”.

Por otra parte, se han llevado a cabo [cuatro jornadas científicas sobre la soja con profesionales de la salud](#) en las instalaciones de Leche Pascual en Aranda de Duero, en las que más de 180 médicos y enfermeras han profundizado sobre las propiedades de esta leguminosa.

PRESENCIA DE VIVESOY EN CONGRESOS MÉDICOS EN 2010				
FECHA	CONGRESO	ESPECIALIDAD	ACCIONES DE VIVESOY	ASISTENCIA (PROFESIONALES)
CONGRESOS NACIONALES				
BARCELONA 3-5 MARZO	Congreso de la Federación Española de Sociedad de Nutrición, Alimentación y Dietética (FESNAD).	<ul style="list-style-type: none"> • Nutrición. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de monográficos. • Reparto de productos. 	800
ALICANTE, 20-22 MAYO	Congreso de la Sociedad Española de Gastroenterología Hepatología y Nutrición Pediátrica, SEGHNIP.	<ul style="list-style-type: none"> • Atención pediátrica y del aparato digestivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad científica. (Ponencia). • Entrega de monográficos. • Reparto de productos. 	450
VALENCIA, 16-18 JUNIO	semFYC, Sociedad Española de Médicos de Familia y Comunitaria de España.	<ul style="list-style-type: none"> • Medicina de familia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de monográficos. • Reparto de productos. 	4.500



PRESENCIA DE VIVESOY EN CONGRESOS MÉDICOS EN 2010

FECHA	CONGRESO	ESPECIALIDAD	ACCIONES DE VIVESOY	ASISTENCIA (PROFESIONALES)
CONGRESOS NACIONALES				
GRAN CANARIA, 6-9 OCTUBRE	SEMERGEN. Congreso anual de la sociedad científica pionera de la atención primaria en España.	<ul style="list-style-type: none"> Promocionar la medicina de familia, fomentar la investigación y formación en el cuidado de la salud de los ciudadanos. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrega de monográficos. Reparto de productos. 	5.000
CONGRESOS REGIONALES				
MADRID, 24-25 FEBRERO	SEMERGEN Madrid.	<ul style="list-style-type: none"> Medicina de familia. 	<ul style="list-style-type: none"> Actividad científica. (Ponencia). Entrega de monográficos. Reparto de productos. 	300
SEVILLA, 10-11 JUNIO	Asociación Andaluza de Enfermería Comunitaria. (ANASEC).	<ul style="list-style-type: none"> Enfermería de familia y salud comunitaria. 	<ul style="list-style-type: none"> Actividad científica. (Ponencia). Entrega de monográficos. Reparto de productos. 	1.000
MADRID, OCTUBRE	Sociedad de Enfermería Madrileña de Atención Primaria (SEMAP).	<ul style="list-style-type: none"> Enfermería de familia y salud comunitaria. 	<ul style="list-style-type: none"> Actividad científica. (Ponencia). Entrega de monográficos. Reparto de productos. 	400
SANT FRUITÓS DE BAGES (BCN), 10-11 JUNIO	L'Associació d'Infermeria Familiar i Comunitària de Catalunya AIFICC.	<ul style="list-style-type: none"> Enfermería de familia y salud comunitaria. 	<ul style="list-style-type: none"> Actividad científica. (Ponencia). Entrega de monográficos. Reparto de productos. 	400

CONSUMIDORES

- Deporte: baloncesto, traineras, ciclismo y golf

Grupo Leche Pascual, copatrocinador oficial de la liga [ACB de baloncesto](#), apostó fuertemente por la Copa del Rey del año 2010 celebrada en Bilbao. La marca de agua Bezoya creó en la Zona Lúdica un parque temático dedicado al mundo del baloncesto, una súper estructura de 11 metros de largo y 7 de ancho, para ofrecer a los asistentes la posibilidad de jugar al basket.

Asimismo, la compañía realizó diversas actividades para los aficionados a lo largo de todo el año con la imagen de las marca Bezoya, Bifrutas y Yosport. Asimismo, Leche Pascual se ha convertido en sponsor de los clubes [Asefa Estudiantes](#) y [Caja Laboral de la ACB](#), colaborando con ellos en la difusión de buenas prácticas de alimentación por medio de charlas divulgativas en colegios.

Durante el mes de agosto tuvo lugar en Pedreña, en la bahía de Santander, el [Campeonato de España de Traineras](#), uno de los eventos más importantes y seguidos de la zona norte de España. Bifrutas de Pascual, patrocinador del evento, aprovechó además para hacer sampling de producto, repartiendo más de seis mil muestras entre el público asistente.

Por otra parte, el 15 de Agosto, se celebró en Segovia la XVII edición de la [marcha Cicloturista Pedro Delgado](#), en la que participaron más de cuatro mil personas. En todos los avituallamientos de la carrera los corredores degustaron Agua Bezoya y otros productos de Leche Pascual.

Asimismo, se realizaron acciones de sampling de productos Pascual durante los cinco [torneos de golf celebrados en 2010 en La Quinta \(Málaga\)](#).





- **Entretenimiento infantil:
Diverfarm y Feria Play**

A principios de 2010, Yosport, junto a otras marcas, patrocinó la **Feria Play** en Sevilla, donde los más pequeños pudieron encontrar diversión, juegos, deporte y entretenimiento. **Yosport** aprovechó la ocasión para repartir más de cinco mil unidades de producto entre los niños.

Del 7 al 12 de diciembre de 2010 tuvo lugar en el Pabellón 5 de IFEMA, la feria **Diverfam** dirigida a al público infantil. **Bifrutas de Pascual**, además ser el patrocinador oficial de la feria, dispuso de una atractiva actividad para los más pequeños, “La pista multideporte”, con una pista de fútbol sala, una de baloncesto y una portería donde los niños pudieron probar su puntería.

- **Campaña prevención enfermedades renales:
Fundación Renal**

Un año más, la **Fundación Renal** celebró en marzo de 2010, con ocasión del día Mundial del Riñón, una jornada para la prevención de patologías del riñón. **Agua Bezoja** colaboró en el evento celebrado en la Plaza de Felipe II de Madrid aportando agua mineral para todas aquellas personas que realizaron las pruebas destinadas a determinar, de manera orientativa, la incidencia de alguna enfermedad renal.

Fotos 1 y 2: Presencia de Bezoja en la final de la Copa del Rey de baloncesto y en la Zona Lúdica.

Foto 3: Bifrutas de Pascual organizó una pista multideporte para los más pequeños en la feria Diverfarm.

CONSUMIDORES

- Ocio y música: Rock in Río y gala de los 40 Principales

Bifrutas de Pascual estuvo presente en [Rock in Río 2010](#), un evento que reunió en junio a casi 400.000 personas durante cinco días en Madrid. Con un stand que imitaba a un escenario, los consumidores pudieron calmar la sed con muestras del producto, además de demostrar sus dotes de cantantes gracias al karaoke montado en la atracción.

En el mes de diciembre, Bifrutas patrocinó la [gala de entrega de los premios 40 Principales](#) que tuvo lugar en el Palacio de Deportes de la Comunidad de Madrid, uno de los eventos musicales de mayor repercusión del año.

- Vivesoy organizó una multitudinaria clase de bikram yoga en la Plaza de Felipe II de Madrid

Mejorar los hábitos tanto físicos como alimenticios son algunos de los propósitos para después del verano de 2010. Por ello, Madrid ha sido el escenario de una original clase de Bikram Yoga, una técnica revolucionaria de “mens sana in corpore sano” que previene enfermedades, lesiones, ayuda a perder peso y limita los efectos del envejecimiento

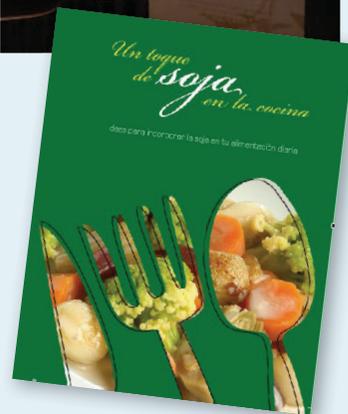


Foto 1: Leche Pascual con los “cantantes del futuro” en Rock in Río 2010.

Foto 2: Clase multitudinaria de bikram yoga promovida por ViveSoy en Madrid.



El restaurante madrileño Silk&Soya y Vivesoy unieron sus fuerzas en el verano de 2010 para crear una carta especial con casi una decena de nuevos platos incorporando la soja como ingrediente innovador.



Asociaciones de consumidores

En 2010 ha seguido vigente el convenio firmado entre [Grupo Leche Pascual](#) y [FACUA-Consumidores en Acción](#) para promover un espacio de trabajo común en beneficio de consumidores y usuarios. Facua participó en las Jornadas Técnicas de Ganado Vacuno organizadas por Leche Pascual en el mes de noviembre.

Por otro lado, las vías de colaboración entre el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud y la [Unión de Consumidores de España \(UCE\)](#) han seguido activas en 2010 con la publicación conjunta del diccionario "*Terminología básica de la actividad física y el deporte*". Esta obra es fruto de recopilar términos y expresiones habitualmente asociados a la nutrición y los hábitos alimentarios saludables, así como al ejercicio físico y la práctica del deporte.



OBJETIVOS 2010	ACCIONES REALIZADAS
<p>Compromiso con la nutrición sana a través del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de 4 cátedras con universidades. • 13 obras publicadas en colaboración con entidades e instituciones científicas. • 6.800 asistentes a charlas de divulgación nutricional.
<p>Promoción de la actividad física y el deporte para la mejora de la calidad de vida de los consumidores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aportación de 975.000 euros al “Programa para la preparación de los deportistas españoles de Londres 2012”. • 300.000 euros para fomentar el deporte base a través de la Fundación Deporte Joven del Consejo Superior de Deportes. • Financiación del Programa Nacional de Promoción y Ayuda al Deporte Escolar (PROADES) y los Campeonatos de España en edad escolar.
<p>Transmisión a la sociedad de valores humanos y empresariales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 9 programas formativos impartidos por el Centro de Investigación en Valores (CIVSEM).
<p>Proyectos de patrocinio y mecenazgo en áreas geográficas estratégicas y con colectivos claves.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1,32 millones de kilos de productos donados a 26 bancos de alimentos. • Patrocinio del Programa Primer Empleo de la Asociación de la Prensa de Madrid para la integración laboral de jóvenes periodistas. • Colaboración con el programa de la Fundación Junior Achievement “La Compañía: Empresa Solidaria”. • 4,3 millones de euros invertidos en patrocinios declarados de interés público. • 368.000 euros aportados para proyectos de mecenazgo y acción social.

En Grupo Leche Pascual el término comunidad se circunscribe a los límites que establece su propia actividad como empresa: aquellos ámbitos materiales y geográficos que definen su estrategia de responsabilidad social con la sociedad.

Así, sin perder de vista su condición de empresa alimentaria, Grupo Leche Pascual, y la Corporación Empresarial Pascual en su sentido más amplio, mantienen una intensa relación con la comunidad basada en la transmisión de las señas de identidad propias como la **promoción de la salud a través de la nutrición y el deporte, la defensa de los valores humanos y empresariales heredados del fundador o el mecenazgo en zonas geográficas especialmente sensibles para la empresa.**



En 2010 destaca la labor del **Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud**, entidad sin ánimo de lucro, creada por la familia Pascual Gómez-Cuétara para mantener el legado de Tomás Pascual Sanz en los ámbitos de la salud y la nutrición, así como la del **Centro de Investigación en Valores (CIVSEM)** para la formación y capacitación de profesionales. Leche Pascual ha mantenido igualmente su histórico compromiso con el **deporte olímpico y de base.**

Desde su creación en 2005, Leche Pascual está adherido a la **Estrategia NAOS** (Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad), iniciativa de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) para sensibilizar a la población del problema que la obesidad representa para la salud, y de impulsar todas las iniciativas que contribuyan a lograr que los ciudadanos, y especialmente los niños y los jóvenes, adopten hábitos de vida saludables, principalmente a través de una alimentación saludable y de la práctica regular de actividad física.

Asimismo, los proyectos de **patrocinio** y el ejercicio de iniciativas de **mecenazgo** han seguido caracterizando en 2010 la política de responsabilidad social de la compañía, tanto en áreas geográficas con implantación, como en asuntos relacionados con su actividad empresarial.



La actividad de responsabilidad social relacionada con la comunidad puede clasificarse en 2010 de la siguiente manera:

- **Alimentación sana:** Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud
- **Fomento de la actividad física:** apoyo al deporte olímpico y de base
- **Transmisión de valores:** Centro de Investigación en Valores (CIVSEM)
- **Patrocinios:** deporte y cultura en comunidades representativas
- **Mecenazgo:** desarrollo social, cultural y medioambiental de la sociedad

Alimentación sana: Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud

El Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud es una entidad sin ánimo de lucro, creada para promover el **desarrollo de nuevos conocimientos**, así como para **extender la formación y la divulgación en los ámbitos de la salud y la nutrición**. En 2010 el Instituto ha sido presidido por **Ricardo Martí-Fluxá**, integrante de la Comisión Delegada de Responsabilidad y Acción Social del Consejo de Administración de la Corporación Empresarial Pascual. Entre otros, son objetivos del Instituto Tomás Pascual Sanz: la colaboración con la administración en programas nutricionales y con asociaciones científicas para mejorar el conocimiento de las patologías y su impacto en la sociedad; la formación continuada en nutrición y hábitos de vida saludable; y la creación de foros de debate y análisis para todos los agentes clave del sistema sanitario, científico, formador y divulgador.

El Instituto Tomás Pascual Sanz **edita el contenido de estudios y ponencias en publicaciones** que ya constituyen una numerosa biblioteca y responden a la creciente demanda de información sobre temas tan importantes como la nutrición, la seguridad alimentaria o la actividad física.

El Instituto Tomás Pascual Sanz ha continuado en 2010 su labor divulgativa con la publicación de libros como: *“Equilibrio alimentario, claves para una buena salud”*, *“Educar y crecer en salud. El papel de padres y educadores en la prevención de los trastornos alimentarios”*, *“Recomendaciones en nutrición y hábitos de vida saludable desde la Oficina de Farmacia”*.

En su **III aniversario**, celebrado en febrero de 2010, el Instituto Tomás Pascual Sanz ofreció dos conferencias magistrales. El Dr. Javier Sádaba Garay, Catedrático de Ética de la Universidad Autónoma de Madrid, bajo el título “La buena vida y la vida buena”, mostró la manera de combinar dos niveles que atañen a nuestra existencia. A continuación, el Dr. Carles Lalueza Fox, investigador del instituto de Biología Evolutiva, expuso sus tesis sobre los genomas personalizados.



El Dr. Carles Lalueza Fox, investigador del instituto de Biología Evolutiva, en el III Aniversario del Instituto Tomás Pascual Sanz.



La actividad del Instituto en 2010 puede dividirse en cuatro ejes:

- **Cátedras y acuerdos de colaboración** con entidades científicas, academias médicas, fundaciones y universidades para el desarrollo de acciones, con la colaboración de estas instituciones, para que promuevan la investigación y la divulgación en estos campos.
- Celebración de **jornadas técnicas y divulgativas** en diversas materias como la alimentación y la seguridad alimentaria.
- **Edición de libros** y publicaciones técnicas y divulgativas.
- Desarrollo de un **programa de educación nutricional** para determinados colectivos como estudiantes y consumidores.

- Cátedras y acuerdos de colaboración

El Instituto Tomás Pascual ha desarrollado los convenios firmados el año anterior con diversas entidades científicas y universidades. Así, el año 2010 ha sido testigo de una importante y variada actividad que ha abarcado conferencias, premios, exposiciones, concursos y talleres en las Cátedras [Tomás Pascual Sanz-Universidad de Navarra](#), [Tomás Pascual Sanz-Universidad de Burgos](#), [Tomás Pascual Sanz – CENIEH](#) y [Universidad San Pablo CEU-Instituto Tomás Pascual Sanz](#).

También han experimentado un destacado impulso los acuerdos con [la Real Academia Nacional de Farmacia](#), [el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid](#), así como las colaboraciones con la [Fundación Ciencias de la Salud](#) o con la

[Real Academia de Ciencias Veterinarias](#). Con esta última se puso en marcha el curso gratuito online “Leche: de la producción al consumo”, impartido por miembros de la Real Academia de Ciencias Veterinarias, y destinado a todas aquellas personas relacionadas con las ciencias biosanitarias.

Asimismo, se han firmado nuevos acuerdos de colaboración con la publicación [Diario Médico](#) y con el centro [CIC bioGUNE](#) (Center for Cooperative Research in Biosciences).

ACUERDO	ACTIVIDADES DE DESARROLLO
Cátedra Universidad de Navarra-Instituto Tomás Pascual Sanz.	<ul style="list-style-type: none"> • 4 de marzo. Presentación del libro “Ingestas dietéticas de referencia (IDR) para la Población Española” en colaboración con la Cátedra Tomás Pascual Sanz – Universidad de Navarra y la FESNAD. • 8 de mayo. Universidad de Navarra, Facultad de Farmacia. Colaboración en Jornadas de Actualización en Nutrición, y visionado de los vídeos presentados al premio NUTRIVIDEO. (Iniciado en 2008). • 28 de mayo. Universidad de Navarra, Facultad de Farmacia. Entrega Premios Nutrivideo de la Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad de Navarra. • 23-25 de agosto. XXIX Cursos de Verano de la UPV/EHU. San Sebastian - XXII CURSOS EUROPEOS. Título del Curso: “From reference intakes and activity patterns to personalized nutrition”. • 16 de septiembre. Universidad de Navarra. Acto de Clausura de la V Edición del Máster Universitario Europeo en Nutrición y Metabolismo (E-MENU) y entrega de los Premios Cátedra Tomás Pascual Sanz - Universidad de Navarra, a los dos mejores Trabajos fin de Master. Entrega de la Beca Cátedra Tomás Pascual Sanz - Universidad de Navarra para el VI máster Universitario Europeo en Nutrición y Metabolismo (E-MENU) edición 2011. • 17 de noviembre. Universidad de Navarra. Entrega de la VII Edición del Premio Internacional “Nutrición y Salud-Nutrition and Health” de la Universidad de Navarra al Dr. José María Ordovás, Universidad de Tufts, Boston. • 18 a 20 de noviembre. 4th Congress of the International Society of Nutrigenetics / Nutrigenomics. Pamplona, Spain 2010. “From reference intakes to personalized nutrition”.
Acuerdo con Diario Médico.	<ul style="list-style-type: none"> • 10 de marzo. Firma del Acuerdo de Colaboración entre Diario Médico y el Instituto Tomás Pascual Sanz para la organización de foros de debate con el objetivo de dar continuidad al compromiso del Instituto Tomás Pascual y Diario Médico en la generación del debate sobre nutrición y hábitos saludables entre el colectivo médico. • 21 de junio. Publicación del primer Foro: Consenso Enfermedades Degenerativas y Nutrición, reunión Parkinson. Título “Sentarse a la mesa con temblores”. • 2 de julio. Publicación del segundo Foro: Consenso Enfermedades Degenerativas y Nutrición, reunión Esclerosis Múltiple. Título “Varios frentes abiertos contra la EM”.

Foto 1: Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad de Burgos: presentación de los libros *Nuevas tecnologías en la conservación y transformación de los alimentos* y *¿Cómo puedo aumentar la seguridad alimentaria de mis productos?*.



Foto 2: Cátedra Universidad de Navarra-Instituto Tomás Pascual Sanz: entrega de la VII Edición del Premio Internacional "Nutrición y Salud-Nutrition and Health" de la Universidad de Navarra al Dr. José María Ordovás, de la Universidad de Tufts, Boston.



ACUERDO	ACTIVIDADES DE DESARROLLO
<p>Acuerdo con Diario Médico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 15 de julio. Publicación del tercer Foro: Consenso Enfermedades Degenerativas y Nutrición, reunión Alzheimer. Título "Menús adaptados al olvido". 26 de julio. Publicación de las conclusiones de los tres foros del primer ciclo: Consenso Enfermedades Degenerativas y Nutrición. Título "En busca de una dieta cerebro saludable". 4 de octubre. Publicación del primer Foro del 2º Consenso Enfermedades Inflamatorias y Estrés Oxidativo y sus Implicaciones Nutricionales. Título "Enfermedad de Crohn, los peligros de un intestino perezoso". 3 de diciembre. Publicación del segundo foro del 2º Consenso Enfermedades Inflamatorias y Estrés Oxidativo y sus Implicaciones Nutricionales. Título "Artritis reumatoide". 10 de diciembre. Publicación del tercer foro del 2º Consenso Enfermedades Inflamatorias y Estrés Oxidativo y sus Implicaciones Nutricionales. Título "Espondilitis anquilosante". 20 de diciembre. Publicación de las conclusiones de los tres foros del segundo ciclo: Consenso Nutrición y Enfermedades Inflamatorias. Título "Dieta: mitos y realidades".
<p>Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad de Burgos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 18 de marzo. Ciclo de Jornadas "Los retos actuales de la Industria Alimentaria". Primera Jornada. La innovación tecnológica en la industria alimentaria. Nº de conferencias: 4 más una mesa redonda. 16 de abril. Ciclo de Jornadas "Los retos actuales de la Industria Alimentaria". Segunda Jornada. "Los aditivos como herramienta tecnológica para garantizar la calidad y seguridad de los alimentos". 25 de mayo. Rectorado de la Universidad de Burgos. Presentación de los libros "Nuevas tecnologías en la conservación de los alimentos" y "¿Cómo puedo aumentar la seguridad alimentaria de mis productos? – How to improve the food safety of my products?" coeditados con la Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad de Burgos. 25 de junio. Universidad de Burgos. Sesión extraordinaria de conferencias de la Cátedra Tomás Pascual Sanz - Universidad de Burgos "Workshop on food microbiology". 19-20 de julio. Taller. "Quimiometría Alimentaria: Análisis de datos en la Industria Alimentaria". 4-5 de octubre. Taller. "Quimiometría Alimentaria: Análisis de datos en la Industria Alimentaria". 27 de octubre. Ciclo de Jornadas "Los retos actuales de la Industria Alimentaria". Tercera Jornada. Cómo conocer y satisfacer las expectativas del consumidor.
<p>Cátedra Tomás Pascual Sanz-CENIEH.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 14 de enero. Reunión Científica Centro Nacional de Investigación de Evolución Humana (CENIEH)- Leverhulme Centre for Human Evolutionary Studies, University of Cambridge (LCHES) – Childhood Nutrition Research Centre, Institute of Child Health, London, UK (CNRC). (Encuentros científicos España-Reino Unido). 1 de junio. Teatro Principal del Burgos. Ciclo de Conferencias de Divulgación de la Cátedra Tomás Pascual Sanz-CENIEH: "Visiones del ser humano". 21 de junio. Martes. Teatro Principal del Burgos. Ciclo de Conferencias de Divulgación de la Cátedra Tomás Pascual Sanz-CENIEH: "Visiones del ser humano". Ponente: Celia Conde: "La divergencia humana: dieta y adaptación". 21 de julio. Teatro Principal del Burgos. Ciclo de Conferencias de Divulgación de la Cátedra Tomás Pascual Sanz-CENIEH: "Visiones del ser humano". Ponente: Manuel Martín-Loeches: "El cerebro humano: un órgano social". 25 de noviembre. Celebración de la Semana de la Ciencia. Jornadas de Puertas Abiertas de la Cátedra Tomás Pascual Sanz-CENIEH. Seminario "Dieta y Evolución humana: adaptaciones pasadas y nuevos retos en nutrigenómica". 3 de diciembre. Presentación del libro "150 años después de Darwin: ¿Evolución, futuro o crisis?", editado por la Cátedra Tomás Pascual Sanz-CENIEH. 21 de diciembre. Sede: Exposición temporal "La dieta que nos hizo humanos" en el Museo de la Evolución Humana. Espacio habilitado: 150-200m².

ACUERDO	ACTIVIDADES DE DESARROLLO
<p>Colaboración con CICbioGUNE.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 14 de mayo. CIC bioGUNE. Rajat Singh, MBBS, MD, Albert Einstein College of Medicine, New York, Título: "Autophagy regulates lipid metabolism". • 21 de mayo. Dr. Luis Álvarez. Unidad de Investigación, Hospital Universitario La Paz (MADRID). "Genetic disorders of biliary transport systems". • 28 de mayo. Dr. Jesús Salgado. ICMol, Univeritat de València. Título: "Impact of Dynamics for the NMR analysis of Peptides in Membranes". • 11 de junio. Erich Nigg, Phd. Biozentrum, University of Basel, Switzerland. Título: "Cell Cycle Control of Genome Integrity: Focus on Mitosis and the Centrosome Cycle". • 14 de junio. Prof. Lee Bok Luel. National Research Laboratory of Defense Proteins, College of Pharmacy, Pusan National University, Korea. Título: "How beetles activate their innate immunity via their defense proteins?". • 25 de junio. Victor Korolchuck, PhD. Cambridge Institute for Medical Research, University of Cambridge, UK. Título: "Autophagy and its role in neurodegeneration". • 2 de julio. Dr. Mikael Oliveberg "How does misfolding of superoxid dismutase trigger neural damage in ALS?" Department of Biochemistry and Biophysics. Stockholm University. • 16 de julio. Dr. Xavier Miró, "From mouse brain development to human congenital malformations". Institute of Molecular Psychiatry. Universitaetsklinikum Bonn, Germany. • 7 de septiembre. Dr. Prof. Dennis Vance, "Inhibition of phospholipid methylation protects against atherosclerosis and diet-induced obesity". University of Alberta, Canada. • 9 de septiembre. Irene Díaz Moreno, PhD "The role of K-homology Splicing Recognition Protein in the mRNA Decay". Instituto de Bioquímica Vegetal y Fotosíntesis, Universidad de Sevilla-CSIC. • 10 de septiembre. Dr. Montse Sánchez-Céspedes, "lkb1 and brg1, tales of two tumor suppressor genes on chromosome 19p and human lung cancer". Institut Investigacions Biomediques Bellvitge-IDIBELL-PEBC. Barcelona PhD. • 17 de septiembre. Christian Smerdou, "Use of alphavirus vectors for cancer treatment" CIMA. Universidad de Navarra. • 24 de septiembre. María Lois, PhD, "Diversity of the SUMOylation system in Arabidopsis". Center for Research in Agricultural Genomics. CRAG CSIC-IRTA-UAB. • 26-29 de septiembre. Derio, Bilbao, V Reunión Bienal del Grupo Especializado de Resonancia Magnética Nuclear (GERMN)- II Reunión Ibérica de RMN de la Real Sociedad Española de Química (RSEQ). • 1 de octubre. Prof. Paul Fraser, "Neuronal Sumoylation and Its Contributions to Form, Function and Neurodegenerative Diseases" University of Toronto, Canada. • 8 de octubre. Dr. Fernando Rodríguez, "Lessons learned from using DNA vaccines". Centre de Recerca en Sanitat Animal (CRESA). Barcelona. • 20 de octubre. Prof. Susumu Tonegawa from MIT Center for Cancer Research. "How does the hippocampus handle episodic memories?" Tonegawa won the Nobel Prize for Physiology or Medicine in 1987 for "his discovery of the genetic principle for generation of antibody diversity." • 22 de octubre. Ponente: Ivan Dikic, "Ubiquitin networks in regulation of inflammation and autophagy" PhD. Goethe University School of Medicine, Frankfurt. • 25 de octubre. Joint Workshop Hospital de Galdakao - CIC bioGUNE. Sede CIC bioGUNE Parque Tecnológico de Bizkaia. Edif. 800 48160 Derio. • 29 de octubre. Daniel Nietlispach, PhD "The solution-NMR structure determination of the 7TM receptor sensory rhodopsin" University of Cambridge. • 12 de noviembre. Javier Oliver Pozo, PhD. "Regulation of SNAIL - 1 by PARP - 1 in metastatic melanoma" Instituto López Neyra, Granada. • 15 de noviembre. Frans Mulder, PhD. "Intrinsically Disordered Proteins and their study by NMR spectroscopy". University of Groningen. • 19 de noviembre. Andreas Prokop, PhD. "Spectraplakins - cytoskeletal integrators with key roles in brain development". The University of Manchester. • 3 de diciembre. Prof. Edward N. Trifonov. " Latest on the chromatin code - high resolution sequence positioning of the nucleosomes". University of Haifa, Israel. • 10 de diciembre. Corinne Smith, PhD. "Unravelling the clathrin cage - structural and dynamic measurements of clathrin cage disassembly". University of Warwick. • 16 de diciembre. Ponente: Ralf Richter, PhD. "Biomolecular hydrogels - from supramolecular organization to biological function or How to nail jelly to a wall?". • 17 de diciembre. Seminario: "From the lab to the market: Patents as vehicles of knowledge's transfer".

Foto 1: Presentación del libro *Recomendaciones en nutrición y hábitos de vida saludable desde la Oficina de Farmacia*, bajo el patrocinio del Instituto Tomás Pascual Sanz, en colaboración con el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid y la Real Academia de Farmacia.



Foto 2: Curso gratuito on line “Leche: de la producción al consumo” en colaboración con la Real Academia de Ciencias Veterinarias.



ACUERDO	ACTIVIDADES DE DESARROLLO
<p>Cátedra Universidad San Pablo CEU-Instituto Tomás Pascual Sanz.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 13 y 14 de abril. Jornada “Hot Topics en vitaminas y salud”. Directores: Gregorio Varela Moreiras y Elena Alonso Aperte, Departamento de Nutrición, Bromatología y Tecnología de los Alimentos, Universidad CEU San Pablo. Dirigido a: profesionales de ciencias de la salud y, en general, a aquellos interesados en esta actual temática; agentes sociales; educadores; asociaciones de consumidores; asociaciones de amas de casa. 13 de mayo. Consejo Superior de Deportes. Presentación del libro “Nutrición, Vida Activa y Deporte” en colaboración con la Cátedra Tomás Pascual Sanz - Universidad San Pablo CEU. 23 y 24 de noviembre. Facultad de CC. Económicas y Empresariales de la Universidad San Pablo CEU Jornadas “¿Es posible la dieta mediterránea en el siglo XXI?”, organizado por la Cátedra Tomás Pascual Sanz, Universidad CEU San Pablo (Madrid) conjuntamente con la Universidad CEU Cardenal Herrera (Valencia). 9 de diciembre. Premio Cátedra Tomás Pascual Sanz de reconocimiento a la investigación en alimentación y salud para grupos de investigación de la Universidad CEU San Pablo. 3ª-Edición Curso Académico 2010-2011. Premio Cátedra Tomás Pascual Sanz a los trabajos de investigación para la obtención del Diploma en Estudios Avanzados (DEA) para alumnos de la Universidad CEU San Pablo 10ª Edición Curso Académico 2009-2010. 14 de diciembre. Encuentro Internacional “Hot Topics in nutrition and public health”. Universidad CEU San Pablo, Campus de Moncloa. Madrid.
<p>Acuerdo Marco de Colaboración entre la Real Academia Nacional de Farmacia, el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid y el Instituto Tomás Pascual Sanz para la nutrición y la salud.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 16 de marzo. Sede de la Real Academia Nacional de Farmacia. Primera conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Fisiopatología y avances en el tratamiento nutricional y estilos de vida en la Resistencia a la Insulina”. 7 de abril. Sede de la Real Academia Nacional de Farmacia. Segunda conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Inflamación y patogenicidad. La respuesta inflamatoria en patologías cardiovasculares y en el envejecimiento”. 28 de abril. Sede de la Real Academia Nacional de Farmacia. Tercera conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Nutrigenómica y metabólica nutricional”. 29 de abril. Presentación del Libro “Recomendaciones en Nutrición y Hábitos de Vida Saludable desde la Oficina de Farmacia”. 16 de junio. Sede de la Real Academia Nacional de Farmacia. Cuarta conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Condicionantes fisiopatológicos y nutricionales de la anemia ferropénica”. 26 de octubre. Sede de la Real Academia Nacional de Farmacia. Quinta conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Grasas de Calidad”. 10 de noviembre. Sede de la Real Academia Nacional de Farmacia. Sexta y última conferencia del Ciclo de conferencias de la RANF-COFM-ITPS. “Enfermedad de Alzheimer”.
<p>Colaboración con la Fundación Ciencias de la Salud.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 22 de abril. Conferencia “Por el placer de vivir: alimentación y felicidad”. 11 y 18 de noviembre. Bilbao, Ciclo de Conferencias “Innovación Sanitaria, enfermedades crónicas”. Organizadores: Gobierno Vasco, FCS, Instituto Tomás Pascual, British Council, CIC bioGUNE, El Correo.
<p>Colaboración con la Real Academia de Ciencias Veterinarias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 8 de marzo. Lanzamiento de la 1ª convocatoria del premios de la RACVE-Instituto Tomás Pascual Sanz en las áreas de Zootecnia, Patología y Bromatología dotados con 4.000 €. 15, 16 y 17 de noviembre. Sede de la RACVE. Ciclo de conferencias. Lecturas de los trabajos premiados en los I Premios Instituto Tomás Pascual Sanz-RACVE. 22 de noviembre. Entrega de los premios de la primera convocatoria de Premios de la RACVE-Instituto Tomás Pascual Sanz. Lectura de los trabajos premiados y conferencia magistral a cargo del Dr. Juan Tamargo, Académico Senior. 15 de diciembre. Lanzamiento de la convocatoria del curso On-line de la RACVE. Plazo de inscripción: 15 de diciembre a 15 de abril de 2011.

- Jornadas técnicas y divulgativas

Además de los convenios y cátedras, el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud ha puesto en marcha otras iniciativas y colaboraciones con entidades relacionadas con la nutrición y la salud.

Cabe destacar la celebración en mayo, en colaboración con la [Universidad Autónoma de Barcelona](#), del seminario “[Leche, un alimento para todos](#)”, con intervención de diversos especialistas que

defendieron el consumo de leche como uno de los fundamentos de la dieta occidental. También fue destacado el lanzamiento del “[Curso de actualización en nutrición para atención primaria on-line](#)”, elaborado con la sociedad médica SEMERGEN.

ENTIDAD	ACTIVIDAD
Colaboración con la Agencia de Protección de la Salud y Seguridad Alimentaria de Castilla y León.	<ul style="list-style-type: none">• 20 de abril. Jornada “Seguridad Alimentaria, Nuevos Retos”. En colaboración con la Agencia de Protección de la Salud y Seguridad Alimentaria de Castilla y León.
Colaboración con el Semanao Bien.	<ul style="list-style-type: none">• 26 de marzo. Publicación del artículo “Equilibrar cantidad y calidad, secreto de una buena nutrición” redactado por el Instituto Tomás Pascual Sanz (Dra. Belén Castro) en el Diario Bien.
Seminarios del Instituto Tomás Pascual Sanz. Leche: un alimento para todos.	<ul style="list-style-type: none">• 12 de mayo. “Leche, un alimento para todos: nutrición, calidad y salud”. Real Academia Nacional de Veterinaria. Madrid. En colaboración con la Universidad Autónoma de Barcelona.
Colaboración con la Asociación Madrileña de Enfermería Gerontológica (AMEG).	<ul style="list-style-type: none">• 20 de mayo. Centro cultural Isabel de Farnesio (Aranjuez). VIII Jornada Ameg “Convivir con el dolor”.
Colaboración con la Fundación Investigación de Trastornos Alimentarios.	<ul style="list-style-type: none">• 2 de junio. Asociación de la Prensa. Presentación del libro: “<i>Educar y crecer en salud</i>”.

Foto 1: Presentación en la Asociación de la Prensa de Madrid del libro *Equilibrio Alimentario, claves para una buena salud* coeditado con el diario ADN y escrito por la Dra. Belén Castro.

Foto 2: El Instituto Tomás Pascual Sanz, en colaboración con la Universidad Autónoma de Barcelona, ha celebrado el seminario "Leche, un alimento para todos", con intervención de diversos especialistas.



ENTIDAD	ACTIVIDAD
Colaboración con la Universidad Europea de Madrid.	<ul style="list-style-type: none"> • 18 de Junio. Universidad Europea de Madrid. Curso "Nutrición, Salud, Trastornos Alimentarios y Obesidad".
Colaboración con el Diario ADN.	<ul style="list-style-type: none"> • 30 de junio. Asociación de la Prensa. Presentación del Libro "<i>Equilibrio Alimentario, claves para una buena salud</i>" coeditado con el diario ADN y escrito por la Dra. Belén Castro.
Colaboración con la Real Academia de Ingeniería.	<ul style="list-style-type: none"> • 13 de julio. Ciclo de conferencias "Los Martes de la RAI, Real Academia de Ingeniería". Conferencia "Dos casos de innovación en el envasado aséptico de bebidas carbonatadas".
Colaboración con la Universidad Internacional Menéndez Pelayo.	<ul style="list-style-type: none"> • 18 y 19 de octubre. XI Seminario Nutrición "Problemas emergentes en Nutrición y Alimentación" Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Cuenca.
Colaboración con Unidad de Coordinación y Desarrollo de la Investigación en Enfermería del Instituto de Salud Carlos III.	<ul style="list-style-type: none"> • 9 a 12 de noviembre. XIV Encuentro Internacional de Investigación en Enfermería, Hospital del Rey, Universidad de Burgos.
Colaboración con SEMERGEN.	<ul style="list-style-type: none"> • 15 de noviembre. Inicio del "Curso de actualización en nutrición para atención primaria on-line". El curso tendrá una duración desde 15 de noviembre de 2010 a 14 de noviembre de 2011.
Colaboración con el CSIC-Universidad Internacional de Andalucía.	<ul style="list-style-type: none"> • 2 de diciembre. Residencia de Estudiantes del CSIC. Presentación del libro "Alimentos saludables y de diseño específico. Alimentos Funcionales". Editado por el Instituto Tomás Pascual Sanz y coordinado por la Dra. Manuela Juárez del Instituto del Frío del CSIC.
Acuerdo con la editorial Wolters Kluwer.	<ul style="list-style-type: none"> • 10 y 18 de marzo. Firma del acuerdo de colaboración con Wolters Kluwer España y edición del primer artículo para el periódico La Escuela. Encuadrado en el proyecto Vive Sano.

- Edición de libros y publicaciones técnicas y divulgativas.

Fruto de la colaboración con las instituciones y de los convenios firmados, el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud ha editado o coeditado [trece obras a lo largo de 2010](#), relacionadas con áreas tan variadas como el deporte y la actividad física, las

necesidades nutricionales de la población, los hábitos de vida más saludables, los trastornos alimentarios o la seguridad alimentaria. Incluso, el Instituto publicó un diccionario sobre terminología del deporte en colaboración con la Unión de Consumidores de España.

ORIGEN	TÍTULO
Unión de Consumidores de España- UCE y el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Terminología básica de la actividad física y el deporte.</i> Primer diccionario del argot de la actividad física y el deporte.
FESNAD con el patrocinio de la Cátedra Tomás Pascual Sanz- Universidad de Navarra.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ingestas dietéticas de referencia (IDR) para la población española.</i> Se trata de la primera aproximación científica a las necesidades nutricionales para grupos de población española por edad y género.
Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud, y el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid y la Real Academia de Farmacia.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Recomendaciones en nutrición y hábitos de vida saludable desde la Oficina de Farmacia,</i> cuyo contenido proviene de las jornadas sobre nutrición celebradas bajo el patrocinio del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud, en colaboración con el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid y la Real Academia de Farmacia.
Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud y la Universidad CEU San Pablo de Madrid.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Nutrición, vida activa y deporte,</i> cuyo contenido ha sido objeto de las jornadas que, con el mismo título, se han llevado a cabo en la Comunidad de Madrid como actividad incluida en la Semana de la Ciencia y la Tecnología de 2009.
Cátedra Tomás Pascual Sanz- Universidad de Burgos.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Nuevas tecnologías en la conservación y transformación de los alimentos y ¿Cómo puedo aumentar la seguridad alimentaria de mis productos?.</i>
Instituto Tomás Pascual Sanz para la nutrición y la salud y la Fundación Instituto de Trastornos Alimentarios (FITA).	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Educación y crecer en salud. El papel de padres y educadores en la prevención de los trastornos alimentarios.</i> Un manual da claves a padres y educadores para prevenir los trastornos de la alimentación.

Foto 1: Portada del primer diccionario del argot de la actividad física y el deporte: *Terminología básica de la actividad física y el deporte*, elaborado por la Unión de Consumidores de España-UCE y el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud.



Foto 2: El Instituto Tomás Pascual Sanz y la Fundación Instituto de Trastornos Alimentarios (FITA) publicaron el manual *Educar y crecer en salud. El papel de padres y educadores en la prevención de los trastornos alimentarios*.



ORIGEN	TÍTULO
Cátedra Tomás Pascual Sanz- Universidad de Navarra.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Elementos de dietoterapia</i>. La Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad de Navarra ha impulsado esta obra en la que se trata la obesidad, el sobrepeso, la hipertensión, trastornos digestivos... Enfermedades poco conocidas no hace tanto y alarmantemente presentes en la sociedad del siglo XXI. • <i>Alimentación y deporte</i>. Proyecto de la Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad de Navarra para aportar un respaldo científico de cómo debe ser la alimentación antes, durante y después de una sesión de entrenamiento y de la competición, y del papel que los suplementos nutricionales, la creatina o la cafeína pueden jugar en la mejora del rendimiento físico. • <i>Alimentación, ejercicio físico y salud</i>. Este libro, iniciativa de la Cátedra Tomás Pascual Sanz-Universidad de Navarra, ha tratado de abordar el binomio alimentación y ejercicio físico como dos pilares fundamentales en el mantenimiento y la mejora del estado de salud para todas las personas y a cualquier edad.
Instituto Tomás Pascual Sanz- INSA-UB.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Seguridad Alimentaria: Ciencia, Tecnología y Legislación</i>. Este libro recoge las comunicaciones que se presentaron durante las Jornadas Instituto Tomás Pascual Sanz- INSA-UB celebradas en enero de 2009.
Instituto Tomás Pascual Sanz- Diario ADN.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Equilibrio alimentario, claves para una buena salud</i>, cuyo contenido recopila trabajos difundidos durante el año pasado en el diario ADN que recogen las recomendaciones más útiles sobre las diferentes pirámides nutricionales y su aplicación práctica a los grupos de población.
Instituto Tomás Pascual Sanz y el Instituto de Ciencias de la Alimentación del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Alimentos saludables y de diseño específico</i>, coeditado por el Instituto Tomás Pascual Sanz y el Instituto de Ciencias de la Alimentación del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, y cuyo contenido recoge el curso "Alimentación y Salud", celebrado en septiembre de 2009 en la Universidad Internacional de Andalucía.
Instituto Tomás Pascual Sanz-CENIEH.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>150 años después de Darwin: ¿evolución, futuro o crisis?</i>. El Instituto Tomás Pascual Sanz y el Centro Nacional de Investigación presentaron esta obra sobre la Evolución Humana, cuyo contenido recopila las contribuciones científicas de investigadores y especialistas de diferentes ámbitos que han sido hechas públicas a lo largo del año 2009.

• Programa de educación nutricional “Vive Sano”

El objetivo del programa “Vive Sano” es concienciar a la población en edad escolar sobre la importancia que tiene la alimentación saludable, el deporte y, en definitiva, lo que supone una vida sana. Para ello se adapta la temática en función de la edad del alumno.

Se ha escogido como contenido didáctico la pirámide nutricional, en la que se explican los nutrientes que aportan los diferentes alimentos de la pirámide, su frecuencia de consumo, la importancia de un buen desayuno, los trastornos alimentarios más frecuentes, la

hipertensión, el colesterol, la diabetes mellitus, la osteoporosis, la anemia o la seguridad alimentaria.

En 2010, en la Comunidad de Madrid se han visitado 15 colegios desde primero de primaria hasta bachillerato y formación profesional, habiendo visitado a alrededor de 2.300 alumnos. En Cataluña, el proyecto “Vive Sano” se ha extendido, además de a 17 colegios, a centros de mayores, asociaciones de amas de casa y otras organizaciones sociales, con 4.500 asistentes.

Fomento de la actividad física: apoyo al deporte olímpico y de base.

La preocupación por la salud de los consumidores es una de las máximas del Grupo Leche Pascual. Además de fabricar productos sanos, se decidió dar un paso adelante [apoyando el deporte como elemento imprescindible para una buena salud](#), promoviendo la actividad física mediante el apoyo a los grandes deportistas españoles, como ejemplo para el resto de los ciudadanos.

- Deporte olímpico

A mediados de los 80, un grupo de compañías avalan la candidatura de Barcelona para las Olimpiadas y Leche Pascual se convierte en una de las empresas no catalanas que invierte para que la ciudad condal consiga el aval como sede de los Juegos Olímpicos del 92. Este es el inicio de una larga y fructífera relación de Leche Pascual con el deporte olímpico. Una vez triunfadora la candidatura de Barcelona, y para la preparación de sus Juegos, comienza el patrocinio de Leche Pascual en 1986 con el [Programa de Ayuda al Deporte Olímpico \(ADO\)](#). Desde entonces, Leche Pascual ha contribuido a todas y cada una de las Olimpiadas.

En 2010 ha seguido vigente el patrocinio del Equipo Español del “Programa para la preparación de los deportistas españoles de Londres 2012” con una aportación total en este ejercicio de 975.000 euros destinados al Programa Asociación Deportes Olímpicos (ADO) y el Programa de Apoyo al Deporte Objetivo Paralímpico (ADOP).

25 años apoyando el deporte olímpico español.



Grupo Leche Pascual recibe a los deportistas del equipo paralímpico español

Tras concluir la participación en las olimpiadas de Vancouver, una delegación del Comité Paralímpico Español, con sus deportistas al frente, acudió a la sede de Grupo Leche Pascual, empresa comprometida con el deporte y patrocinadora del plan ADOP, donde los empleados y la familia Pascual Gómez-Cuétara les brindaron un caluroso recibimiento.

- Deporte base

Grupo Leche Pascual está convencido de la necesidad de impulsar el deporte desde la infancia, por lo que en 2010 ha renovado el convenio de colaboración con la [Fundación “Deporte Joven”](#), en vigor desde el 20 de septiembre de 2006. Con una aportación de 300.000 euros en 2010, Leche Pascual es mecenas de esta entidad, presidida por el Secretario de Estado y Presidente del Consejo Superior de Deportes, Jaime Lissavetzky, con el objetivo de fomentar el deporte escolar a través de distintas vías, patrocinadas por Leche Pascual.

Fruto de esta colaboración, Leche Pascual ha financiado en 2010 el [Programa Nacional de Promoción y Ayuda al Deporte Escolar \(PROADES\)](#) para la promoción en el deporte de los escolares y los [Campeonatos de España en edad escolar](#). PROADES, ha incluido en 2010 los siguientes programas federativos: “Jaque mate” (ajedrez), “Jugando al atletismo” (atletismo), “Vuela con el bádminton” (bádminton), “Nano, balonmano” (balonmano), “Lanza, batea, corre” (béisbol), “Un tren de valores” (rugby), “Triatlón divertido” (triatlón) y “Pequevoley” (voleibol).

10.000 jóvenes beneficiados por el apoyo al deporte de base.



Participación

CAMPEONATOS DE ESPAÑA EN EDAD ESCOLAR 2010							
Deportistas			Oficiales/as			JEFES/AS DELEGACIÓN	TOTALES GENERALES
H	M	Total	H	M	Total		
3.636	3.592	7.228	1.159	405	1.564	197	8.989

Medallero Global

CC.AA.	TOTALES GENERALES			
	Oros	Platas	Bronces	Totales
1º CATALUÑA	56	49	39	144
2º ANDALUCÍA	34	21	45	100
3º COM. VALENCIANA	25	39	33	97
4ª CASTILLA Y LEÓN	20	15	27	62
5º PAÍS VASCO	18	11	12	41

Fuente: Memoria Deporte Escolar 2010. CSD

Empleados de Leche Pascual participando en diversas actividades del Grupo Deportivo.



Grupo Leche Pascual y el deporte



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

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

Transmisión de valores: Centro de Investigación en Valores (CIVSEM)

El [Centro de Investigación en Valores \(CIVSEM\)](#) es una entidad sin ánimo de lucro surgida por iniciativa de la familia Pascual Gómez-Cuétara para preservar el legado del fundador de la compañía en lo relativo a la transmisión de valores profesionales y personales.

CIVSEM tiene como objetivo la investigación, divulgación y formación sobre valores humanos como vehículos para la integración, convivencia, superación, innovación y sentido de trascendencia de las personas. Basándose en los resultados de sus investigaciones, en las que colabora con diferentes entidades (universidades, fundaciones, organismos públicos y privados, etc.), lleva a cabo la divulgación e impartición de cursos y seminarios a diferentes colectivos: jóvenes, niños, personas en proceso de integración en el mundo laboral, etc. Por otra parte, ofrece servicios de formación y asesoramiento a empresas interesadas en potenciar, vivir y transmitir valores entre sus empleados.

La actividad formativa de CIVSEM en 2010 ha estado caracterizada por la consolidación de dos programas: “[Vivir los valores en la empresa](#)”, destinado al mundo empresarial, y “[Desarrollo Personal y Orientación Profesional](#)”, con una orientación más social.

CIVSEM tiene como objetivo la investigación, divulgación y formación sobre valores humanos.



Valores que potencia CIVSEM

- **Respeto**
Aceptación de la diversidad humana hacia quienes piensan y tienen creencias diferentes. Permite hacer emerger a cada uno en su máxima plenitud y abre un espacio a la legitimidad de los demás en sus diferencias y autonomía.
- **Confianza**
Seguridad que permite actuar libremente para generar iniciativas y desarrollo. Es el gran motor de la acción y del potencial transformador de los seres humanos. Sin confianza no hay brillo.
- **Integridad**
Significa tomar plena posesión de uno mismo. Asumir la responsabilidad de las propias acciones y ser conscientes del tipo de persona que se construye al actuar como cada uno actúa.
- **Coraje**
Es el convencimiento sobre la capacidad de lograr que las cosas sucedan. Remite al espacio de posibilidades, al espacio de acciones posibles. Con coraje, las personas crean su propio destino.
- **Compromiso**
Responsabilidad que se adquiere con uno mismo y con los demás para el cumplimiento de las promesas. Define la identidad, el grado de fiabilidad de la palabra y la efectividad en la coordinación de acciones.



Foto 1: Taller de *Biodanza* organizado por el Centro de Investigación en Valores (CIVSEM).



Foto 2: Entrega de diplomas en una de las ediciones del curso "Desarrollo Personal y Orientación Profesional (DPOP)".

PRINCIPALES ACTIVIDADES CIVSEM 2010

<p>Investigación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio de la investigación en la que se pretende identificar las tendencias e inquietudes de las empresas respecto a los valores de empresa y los de sus empleados, tanto a nivel organizativo como individual. (Infocenter. Mayo 2010). • Investigación sobre emociones: Influencias de las emociones de fuerza, ternura y juego en el éxito percibido (marzo – mayo 2010). • Investigación sobre estilos pedagógicos de formadores (febrero – mayo 2010).
<p>Divulgación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sevilla. Participación en la Feria Diversia, I Encuentro de la Diversidad Cultural en Andalucía, Junio 2010. Conferencia Miguel Angel Velázquez, Director de CIVSEM. • Conferencia de Rafael Echeverría. Febrero 2010. • Ciclo de Conferencias: Conocer y Entender la Diversidad: Influencia de las Culturas Precolombinas en el Comportamiento Latinoamericano (junio 2010).
<p>Formación</p>	<p>Empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vivir los Valores en la Empresa. Coaches y formadores de CIVSEM: mayo – noviembre 2010. • Vivir los Valores en la Empresa. Instituciones Penitenciarias: junio – octubre 2010. • Vivir los Valores en la Empresa. Proyecto Hombre Málaga: octubre 2010 en adelante. • Programa LIDERA 2012 de Grupo Leche Pascual. Abril 2010 en adelante. • Gestión de Talento y Cultura: acuerdo de colaboración entre Indra & CIVSEM para la formación y desarrollo del Talento en las Empresas. Proyecto presentado en Grupo Leche Pascual. • Impartición del Curso sobre Coaching Ontológico, Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes y Alcobendas (Cámara de Comercio de Madrid). Marzo – abril 2010. <p>Social</p> <ul style="list-style-type: none"> • DPOP 6. Curso de Desarrollo Personal y Orientación Profesional. Febrero – mayo 2010. (3 grupos). • DPOP 7. Curso de Desarrollo Personal y Orientación Profesional. Septiembre - diciembre 2010. • Realización de Talleres de Biodanza, Meditación, Kin – Jo y Consciencia Corporal, Movimiento Auténtico. Febrero – junio 2010; septiembre – diciembre 2010.

Patrocinios: deporte y cultura en comunidades representativas

Además de su apoyo al deporte olímpico, Leche Pascual se ha convertido en los últimos años en un activo [patrocinador de algunos de los eventos de interés público más destacados celebrados en España](#). Desde Salamanca 2002, Capital Europea de la Cultura, pasando por el Xacobeo y el Forum 2004, el Año Santo Lebaniego o el patrocinio de las dos últimas Vueltas al Mundo a Vela, la compañía ha apoyado los acontecimientos más relevantes en aquellas áreas geográficas en las que tiene mayor presencia como Castilla y León, Galicia, Cataluña, Comunidad Valenciana o Cantabria.

- [Patrocinios deportivos no olímpicos](#)

El deporte de la vela ha sido objeto de atención en los últimos tiempos por parte de Leche Pascual. Tras la esponsorización del equipo español participante en la Volvo Ocean Race, en 2010 la compañía ha seguido siendo patrocinador de la [Barcelona World Race](#), la regata alrededor del mundo sin escalas y sin ayuda a dos tripulantes, con salida desde Barcelona.

Por otro lado, del 12 al 14 febrero de 2010 se celebró la [33 edición de La Copa del América](#) de vela en la ciudad de Valencia, con la victoria del trimarán USA 17 y la vuelta a Estados Unidos de la Copa después de quince años. Grupo Leche Pascual repitió como patrocinador, en esta ocasión con Agua Bezoya como proveedor oficial del evento. El patrocinio incluyó, además, participación en los diferentes eventos celebrados en el puerto de Valencia. La compañía ha invitado a clientes de la zona de levante a presenciar las regatas de la final.

El [baloncesto](#) también ha cobrado protagonismo en la estrategia de compromiso con el deporte de Leche Pascual a través del [patrocinio de la liga ACB de baloncesto](#) en la temporada 2009-2010.

Barco español participante en la Volvo Ocean Race copatrocinado por Leche Pascual.





- Patrocinios culturales y educativos

En 2010 ha concluido el patrocinio de Leche Pascual de “[Guadalquivir, Río de Historia](#)”. Dos años antes se había cumplido el V Centenario de la creación de la figura del Piloto Mayor de la Casa de la Contratación de Sevilla, oficio que representa la revolución de la navegación medieval hacia la navegación moderna. Esta conmemoración es el punto de partida del evento declarado de interés público “[Guadalquivir, Río de Historia](#)”, un gran acontecimiento desarrollado en Andalucía para divulgar el protagonismo de este río en la historia y la cultura universal.

Grupo Leche Pascual patrocina [Micropolix](#), una pequeña ciudad para los niños cuyo objetivo es educar a través de juegos y atracciones imitando a los mayores: ayuntamiento, supermercado, hospital, biblioteca, autoescuela, radio, periódico, academia de policía... La compañía ha desarrollado en 2010, al igual que en los dos años precedentes, el espacio “[CSI](#)” [Centro de Salud Interna](#), para divulgar lo importancia de una correcta nutrición a través de un viaje fantástico al interior del cuerpo humano. Asimismo, Leche Pascual incorporó como novedad una “[Pirámide de los alimentos](#)”, construida específicamente para la semana de la nutrición a fin de incidir en la educación nutricional de los más pequeños.



Mecenazgo

Dentro de su compromiso con la comunidad, Leche Pascual ha desarrollado en 2010 una [política de acción social y mecenazgo](#), prestando apoyo, bien sea monetario o en especie, al desarrollo social, cultural y científico de la sociedad, así como para la preservación medioambiental del entorno en el que se ubica.

- Donación de productos:
Bancos de Alimentos

Grupo Leche Pascual canaliza desde hace años la donación social de sus productos, principalmente desde la fábrica de Aranda de Duero (Burgos), a través de los [Bancos de Alimentos](#). A lo largo de 2010, Leche Pascual ha llegado así a 26 de estas entidades repartidas por toda España con yogures, zumos, batidos o cereales. Los Bancos de Alimentos son organizaciones sin ánimo de lucro basadas en el voluntariado y que no entregan comida directamente a los necesitados, sino a través de instituciones caritativas y de ayuda social. Gracias a ellos se centralizan las donaciones de productos con las mayores garantías, ya que actúan en esta materia como últimos eslabones del compromiso de la compañía con la sociedad.

Por su apoyo a estas entidades, Leche Pascual recibió en 2010 el [premio “Espiga de Oro”](#) otorgado por la Federación Española de Bancos de Alimentos para distinguir a la empresa más colaboradora con estas entidades. Leche Pascual donó [1,32 millones de kilos de productos](#).

Igualmente, Leche Pascual lleva a cabo donaciones puntuales de productos como, por ejemplo, la realizada en noviembre de 2010 al Ejército del Aire en la Base Aérea de Torrejón, con dos palés con [1.190 kilos de yogures y zumos destinados al pueblo afgano](#).

[1,32 millones de kilos de productos entregados a bancos de alimentos.](#)



Trabajadores del Banco de Alimentos de Burgos con productos Pascual.



Bancos de Alimentos beneficiarios de las donaciones de Leche Pascual en 2010:

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| Banco Alimentos Pamplona | Banco Alimentos La Rioja |
| Banco Alimentos Cáceres | Banco Alimentos Ponferrada |
| Banco Alimentos Sevilla | Banco Alimentos Barcelona |
| Banco Alimentos Alicante | Banco Alimentos Málaga |
| Banco Alimentos Tarragona | Banco Alimentos Murcia |
| Banco Alimentos Aragón | Banco Alimentos Castellón |
| Banco Alimentos Bilbao | Banco Alimentos Santiago |
| Banco Alimentos Álava | Banco Alimentos Orense |
| Banco Alimentos Valladolid | Banco Alimentos Albacete |
| Banco Alimentos Lugo | Banco Alimentos Burgos |
| Banco Alimentos Asturias | Banco Alimentos Madrid |
| Banco Alimentos Badajoz | |
| Banco Alimentos León | |
| Banco Alimentos Salamanca | |
| Banco Alimentos Toledo | |

- Comunidades locales:
zonas geográficas de implantación

» Aranda de Duero

Grupo Leche Pascual emplea en torno a mil personas en la localidad burgalesa de [Aranda de Duero \(Burgos\)](#), a su vez, considerada la cuna de la compañía. En 2010 La compañía ha colaborado con lo comunidad arandina de múltiples formas: apoyando a las instituciones municipales, con aportaciones en especie o a través de patrocinios de eventos locales.

Así, Leche Pascual renovó el convenio de colaboración con el Ayuntamiento de Aranda para sustentar la extensión en Aranda de Duero de la [Universidad Nacional de Educación a Distancia \(UNED\)](#). También ha sido uno de los patrocinadores oficiales de las fiestas patronales de Aranda de Duero, celebradas en el mes de septiembre, además de colaborar con otros eventos culturales como el certamen de Bandas de Música que organiza el ayuntamiento o con el Orfeón Arandino.

El presidente de Castilla y León, Juan Vicente Herrera, destacó en el mes de octubre en Aranda de Duero la importancia de la “colaboración” entre la iniciativa pública y privada para la recuperación del patrimonio histórico artístico y ha puesto como ejemplo la actuación en la [iglesia de Santa María la Real](#), cuya restauración fue cofinanciada por Leche Pascual.

» Palma del Río

La relación de la compañía con la comunidad local de [Palma del Río \(Córdoba\)](#), en donde cuenta con una planta de exprimido y envasado de zumo de naranja, ha sido igualmente intensa. Entidades como el Ayuntamiento de Palma del Río, diversos colegios públicos palmeños, asociaciones de vecinos u organizaciones religiosas han recibido apoyo, especialmente en especie, para la celebración de eventos como el Día de Andalucía, el encuentro del deporte contra la droga, las fiestas fin de curso, rutas senderistas o la ayuda a comedores para personas necesitadas.

Cabe destacar la colaboración en el mes de octubre con las “Jornadas de Historia de Cardenal Portocarrero”, organizadas por el Ayuntamiento de Palma del Río, becando a uno de los alumnos de bachillerato de los institutos Antonio Gala y Salesianos de Palma del Río con mejor expediente académico en el curso 2009/2010.



» Gurb

En [Gurb \(Barcelona\)](#), Grupo Leche Pascual cuenta con una planta de envasado de leche cuyos empleados mantienen una activa relación con su entorno. El evento más significativo de 2010 fue el proyecto realizado con motivo del día de Sant Jordi. Reciclando papel brik del envasado de Leche Pascual, los miembros de la Asociación de Disminuidos Físicos de Osona (ADFO) elaboraron jarrones que contenían una rosa para cada empleado de la fábrica. El tradicional regalo del día de Sant Jordi se completó con la entrega del libro “La Salud y La Soja”, editado por el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud.

En la navidad de 2010 tuvo lugar Festivic, el “[Festival de la Infancia en Vic](#)”, con la colaboración de Leche Pascual en un “taller de ordeño de Vacas”, decorado por las compañeras de la fábrica de Gurb.

» Otras comunidades

Leche Pascual ha prestado apoyo al Club Deportivo La Muela, localidad en la que la compañía estrenó en 2010 su delegación comercial de [Zaragoza](#).

Finalmente, las plantas de agua mineral natural ubicadas en las localidades segovianas de [Ortigosa del Monte y Trescasas](#), así como las sitas en los municipios de [Folgosos de la Ribera](#) en León y [Camporrobles](#) en Valencia, fueron igualmente activas en la relación con sus respectivas comunidades locales.



Celebración del día de San Jordi en la planta de Gurb de la mano de la Asociación de Disminuidos Físicos de Osona (ADFO).

- Apoyo a la formación y el empleo joven: programas “Primer Empleo” de la Asociación de la prensa de Madrid y “La Compañía: Empresa Solidaria” de la Fundación Junior Achievement

Un año más Leche Pascual ha patrocinado el [Programa Primer Empleo de la Asociación de la Prensa de Madrid](#) con el objetivo de la integración laboral de jóvenes periodistas, coincidente con la aspiración de Leche Pascual de ser una empresa que defienda una sociedad bien informada.

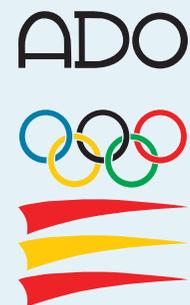
Por otro lado, el programa de la [Fundación Junior Achievement “La Compañía: Empresa Solidaria”](#) brindó a los estudiantes una experiencia práctica de toma de decisiones empresariales a través de la creación de una mini compañía. Grupo Leche Pascual, como en años anteriores, ha colaborado en 2010 con el premio al mejor proyecto de RSC. Sonia Pascual, Consejera de Grupo Leche Pascual, participó en el acto de entrega de premios.

- Medio ambiente: Fundación Las Médulas

Leche Pascual ha seguido comprometido en 2010 con el medio ambiente a través de iniciativas como la colaboración con la [Fundación Las Médulas](#). Este espacio natural de la provincia de León es en la actualidad un Bien de Interés Cultural, además de haber sido declarado Monumento Natural.

- Cultura: Fundación de la Lengua Española

La [Fundación de la Lengua Española](#) es una institución privada creada en España para la promoción de la lengua y cultura españolas en países cuya lengua no sea el español, y la difusión de la imagen de España y de Castilla y León por todo el mundo. Grupo Leche Pascual ha ostentado en 2010 el puesto de [patrono](#) de la Fundación de la Lengua Española.



ADOP

**Patrocinador
del Equipo
Paralímpico
Español**

APORTACIONES A PATROCINIOS (DECLARADOS LEGALMENTE DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO)		
	2009	2010
ADO	750.000	825.000
ADOP	150.000	150.000
Volvo Ocean RaceAlicante	3.000.000	-
Guadalquivir	600.000	600.000
World Race Vela Barcelona	200.000	2.800.000
Total:	4.700.000	4.375.000

PRINCIPALES APORTACIONES DE MECENAZGO 2010
Asociación Prensa Madrid
Fundación Deporte Joven
Extensión de la UNED en Aranda de Duero
Ayuntamiento de Aranda de Duero
Club Deportivo La Muela
Fundación Atapuerca
Fundación Española de la Nutrición
Fundación Integra
Fundación de la Lengua Española
Fundación Las Médulas
TOTAL: 368.000 euros

ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

OBJETIVOS 2010	ACCIONES REALIZADAS
<p>Mantenimiento de una intensa labor institucional ante las administraciones públicas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Equilibrio entre los grupos de interés públicos de la compañía: comunitario, estatal, autonómico y local. • Proyectos subvencionados por valor de 2,9 millones de euros. • 11 visitas institucionales de distintas administraciones públicas y poderes legislativos.
<p>Administración General del Estado: Agricultura y Sanidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visita de la Ministra de Sanidad y Política Social, Trinidad Jiménez, acompañada del Presidente de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, Roberto Sabrido. • Visita de la Directora General de Industria y Mercados Alimentarios del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino en el mes de julio, Isabel Bombal.
<p>Administraciones territoriales: comunidades autónomas con mayor implantación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acciones institucionales con diversas comunidades autónomas, especialmente Cataluña, Madrid, Murcia y Castilla y León.
<p>Unión Europea: acercamiento a la Comisión Europea.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento de relaciones fluidas con la Comisión Europea, especialmente con las direcciones generales de Agricultura y Sanidad y Consumo. • Visita a la planta de zumos de Palma del Río de Rudy van der Stappen, jefe de unidad de productos hortofrutícolas de la Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural de la Comisión Europea.
<p>Poder legislativo: relaciones con las Cortes Generales y los parlamentos autonómicos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Renovación del Programa Empresas-Parlamentarios de Grupo Leche Pascual para una mayor interrelación y conocimiento mutuo con diputados y senadores. • Visita de miembros de las Cortes de Castilla y León.



Las relaciones institucionales de Leche Pascual vivieron su momento culminante en 2010 con la visita en julio de la Ministra de Sanidad y Política Social, Trinidad Jiménez.



Grupo Leche Pascual ha desarrollado a lo largo de 2010 una intensa labor institucional con las principales administraciones públicas dirigida desde el departamento de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad. La estrategia se orienta a entablar relaciones de colaboración, duraderas y estables con todas las administraciones públicas, tanto con aquellas **responsables competencialmente** de las políticas más vinculadas a la compañía, como con las **más cercanas a las áreas geográficas** en las que Leche Pascual desarrolla su actividad.

La relación fluida con las administraciones públicas se ha desarrollado, al igual que el año anterior, de manera equilibrada

entre los grupos de interés públicos de la compañía: **comunitario, estatal, autonómico y local**, con el objetivo común de ayudar y fomentar una buena relación. Las iniciativas presentadas ante los poderes públicos han estado supeditadas, no sólo a la defensa de los intereses de la compañía, sino a la promoción de las estrategias definidas en las asociaciones sectoriales en las que Leche Pascual está presente.

Además, Leche Pascual ha mantenido en 2010 su política de **puertas abiertas hacia las administraciones públicas**, mostrando sus plantas y procesos productivos a numerosas autoridades.



ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Subvenciones

Los proyectos industriales y de I+D de Grupo Leche Pascual subvencionados por las administraciones públicas en 2010 han recibido **2,9 millones de euros**, principalmente procedentes de la Comunidad de Castilla y León, frente a los 5,2 millones del año anterior.

Por otro lado, en 2010 se han aprobado resoluciones de subvención por valor de **2,1 millones**, en comparación con los 400.000 euros de 2009.

Además de las detalladas anteriormente, en el ejercicio 2010 se han ingresado **590.248,56 euros**, como subvenciones a la explotación, procedentes de otro tipo de líneas de ayuda, entre las que se encuentran las destinadas a la mejora de la calidad de la leche, promovidas por las consejerías de las distintas comunidades autónomas, o las derivadas de la Fundación Tripartita para la formación en el empleo.

Subvenciones recibidas en 2010:
2,9 millones de euros.

Resoluciones de subvención
aprobadas en 2010:
2,1 millones de euros.



COBROS DE SUBVENCIONES DE CAPITAL REALIZADOS DURANTE EL EJERCICIO 2010:			
ORGANISMO	TÍTULO	IMPORTE (€)	FECHA
Generalitat Valenciana - Conselleria d'agricultura, pesca i alimentació.	Instalación de planta de envasado de agua mineral en Camporrobles (Valencia).	714.002,38	25/11/2010
Feoga - Junta de Castilla y León - Consejería de Agricultura y Ganadería	Nueva línea de productos: Aranda de Duero.	955.487,18	12/01/2010
Feoga - Junta de Castilla y León - Consejería de Agricultura y Ganadería.	Proyecto de explotación avícola de gallinas ponedoras - Sta. Cruz de la Salceda.	140.039,48	01/12/2010
ADE Inversiones y Servicios - Junta de Castilla y León.	Metodologías para el diseño, evaluación y validación de alimentos funcionales en la prevención de enfermedades cardiovasculares - HITO 2009.	624.442,75	31/12/2010
ADE Inversiones y Servicios - Junta de Castilla y León.	Modificación del perfil lipídico de la grasa láctea mediante dietas optimizadas.	556.435,76	10/06/2010

RESOLUCIONES ACEPTADAS EN EL EJERCICIO 2010, POR INVERSIONES:			
ORGANISMO	TÍTULO	IMPORTE (€)	FECHA
Feoga - Junta de Castilla y León - Consejería de Agricultura y Ganadería.	Mejora de Industria Láctea - Plataforma Logística con Carga Automática - Estimación Recuso Picking.	60.224,09	17/11/2010
Feoga - Junta de Castilla y León - Consejería de Agricultura y Ganadería.	Línea de envasado en PET – Mínimis.	199.273,35	25/03/2010
Junta de Castilla y León - ADE Inversiones y Servicios.	Funcionalidad de probióticos inactivos.	249.824,70	29/11/2010

ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Relaciones institucionales con la Administración General del Estado

Las dos carteras más relacionadas con la actividad de Grupo Leche Pascual son el [Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino](#) y el [Ministerio de Sanidad y Política Social](#). Asuntos como el futuro del sector lácteo, el medio ambiente o la seguridad alimentaria han constituido algunos de los puntos de interés común. También se han intercambiado impresiones sobre aspectos normativos o reglamentarios como el documento de recomendaciones sobre la alimentación en centros educativos o los proyectos de Ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición y de Calidad Agroalimentaria.

- [Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino](#)

En mayo, Leche Pascual recibió en sus instalaciones arandinas a Susana Humanes, [Subdirectora General de Regulación de Mercados del Fondo Español de Garantía Agraria](#), institución conocida por todo el campo español como FEAGA, a quien acompañaron miembros de las áreas de restitución a la exportación, ayuda y

promoción alimentaria e intervención de mercados, del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

Otra de las visitas destacadas al complejo de Aranda en 2010 fue la de la [Directora General de Industria y Mercados Alimentarios](#) en el mes de julio, Isabel Bombal, quien puso a Leche Pascual como ejemplo de “empresa familiar asentada en el territorio con un crecimiento importante dentro y fuera de nuestras fronteras”.

El medio ambiente y, concretamente, el cambio climático, fue igualmente objeto de atención institucional por parte de Leche

Pascual, cuando el 22 de septiembre, la planta de Aranda de Duero recibió a Eduardo González Fernández, [Subdirector General de Mitigación y Tecnologías de la Oficina Española de Cambio Climático](#) del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, a quien acompañaron miembros de su equipo. Durante la jornada, se presentó el Plan de Sostenibilidad de Grupo Leche Pascual, que gira en torno a las materias de ahorro de energía primaria, consumo responsable de agua, reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y minimización de residuos y vertidos.



Isabel Bombal destacó sobre la planta de Leche Pascual “su buen funcionamiento y estructuración, además de la diversificación de sus productos, la profesionalidad en todo el proceso productivo y su apuesta por la innovación”.

- Ministerio de Sanidad y Política Social

En el mes de abril, la [Directora General de Consumo Consumo y Atención al Ciudadano del Ministerio de Sanidad](#), Etelvina Andréu, y el [Director de Laboratorios del Centro de Investigación y Control de la Calidad](#), Agustín Pons, del Ministerio de Sanidad y Política Social, visitaron las instalaciones de Grupo Leche Pascual en Aranda de Duero.

Pero quizás, las relaciones institucionales vivieron su momento más álgido del año el jueves 22 de julio, cuando Leche Pascual recibió la visita de la [Ministra de Sanidad y Política Social](#), Trinidad Jiménez. La Ministra insistió en el enorme potencial de la industria agroalimentaria, que representa un 8% del producto interior bruto y un 17% de la producción industrial española, ejemplificando a Grupo Leche Pascual como uno de las compañías que están a la cabeza del sector.

Con la Ministra Jiménez acudieron el [Presidente de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición](#), Roberto Sabrido, y otras autoridades, entre las que destacan el [Delegado del Gobierno en Castilla y León](#), Miguel Alejo Vicente; la [Subdelegada del Gobierno en Burgos](#), Berta Tricio Gómez; el [Director de la Agencia de Protección de la Salud y Seguridad Alimentaria de Castilla y León](#), Jorge Llorente; y el [Alcalde de Aranda](#), Luis Briones.

El presidente, Tomás Pascual Gómez-Cuétara, y otros directivos, recibieron y acompañaron a Trinidad Jiménez, recorriendo las principales instalaciones arandinas de Grupo Leche Pascual: zona de envasado de leche, plantas de yogures, postres, soja y bebidas funcionales, además de los almacenes robotizados y la plataforma logística Apolo.



Foto 1: La Directora General de Consumo, Etelvina Andréu, y el Director de Laboratorios del Centro de Investigación y Control de la Calidad, Agustín Pons, acompañados por directivos de Leche Pascual.

Foto 2: La Ministra de Sanidad y Política Social, Trinidad Jiménez, acompañada por Tomás Pascual, destacó "la calidad, seguridad, innovación, compromiso social y valor añadido para la economía española que representa el Grupo Leche Pascual".



ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Relaciones institucionales con las comunidades autónomas

Además del contacto con los poderes públicos estatales con competencias que afectan a Leche Pascual, las relaciones institucionales con las administraciones territoriales han mantenido en 2010 un peso específico considerable. Estas son competentes sobre el control y la aplicación de la legislación estatal, por lo que es fundamental una adecuada labor institucional con las consejerías de agricultura y sanidad de comunidades como Madrid, Murcia y Cataluña.

- Comunidad de Madrid

Ángel Yuste, [Director General de Transportes de la Comunidad de Madrid](#), junto con Jesús Trabada, Director General de Infraestructuras y Consejero Delegado de MINTRA (Madrid Infraestructuras del Transporte), organismo perteneciente a la Consejería de Transporte e Infraestructuras de la Comunidad de Madrid, conocieron en abril la planta de Leche Pascual en Aranda.

- Comunidad de Murcia

Oscar Hernández, director de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad de Leche Pascual, recibió en mayo a un grupo integrado por inspectores de sanidad, consumo y otros dedicados a la docencia universitaria, pero todos relacionados con la alimentación. Fulgencio Fernández Buendía, presidente del [Colegio Oficial de Veterinarios de Murcia](#), se mostró “sorprendido” por la tecnología de la planta de Grupo Leche Pascual que se usa para garantizar la seguridad y la calidad.

- Cataluña

Miembros de la [Dirección General del Transporte Terrestre de la Generalitat de Cataluña](#), representada por Manel Villalante i Llauredó y Benjamín Cubillo Vidal, de la Subdirección General de Coordinación y Gestión, visitaron en noviembre la fábrica que el Grupo Leche Pascual tiene en el municipio de Gurb. Se aprovechó su visita para comunicarles la implantación de los primeros vehículos de reparto sostenible del grupo.

Foto 1: Una delegación de cargos electos castellano leoneses, pertenecientes al Partido Socialista, visitó en abril la sede de Grupo Leche Pascual en Aranda de Duero.

Foto 2: Especialmente emotiva fue la dedicatoria en el libro de honor del secretario general del PSOE en Castilla y León, “Mi abuelo, gran conocedor de la familia Pascual, me enseñó a querer esta casa”.



Relaciones institucionales con el Poder Legislativo

El Grupo Leche Pascual llega hasta las Cortes Generales gracias a iniciativas como el **Programa Empresas Parlamentarios (PEP)**, iniciativa que continúa una larga tradición de Leche Pascual para acercar el mundo empresarial a los legisladores. De esta manera, los representantes parlamentarios nacionales y autonómicos tienen la oportunidad de conocer de cerca aspectos relativos a la producción, la tecnología industrial o las relaciones de los fabricantes con ganaderos y agricultores.

En 2010, dos parlamentarios se adscribieron a este programa. El 10 de mayo se realizaba la primera visita a la fábrica de zumos de Palma de Río donde se explicó el programa agropecuario de cultivo de naranja, además de visitar una finca de naranjos y la propia planta. Una semana más tarde conocieron el complejo de Aranda de Duero, incluyendo una presentación de la actividad agropecuaria y del negocio de aguas. El programa PEP concluyó en junio con una reunión con el presidente de Leche Pascual.

Por otro lado, las relaciones con parlamentarios autonómicos han seguido siendo un eje de actuación institucional en 2010. Así, una delegación de **cargos electos castellano leoneses**, pertenecientes al Partido Socialista, visitó en abril la sede de Grupo Leche Pascual en Aranda de Duero. Encabezados por el secretario general del Partido Socialista en Castilla y León, Óscar López, representantes de las Cortes Generales, las Cortes de Castilla y León, la Diputación Provincial de Burgos y el Ayuntamiento de Aranda de Duero, fueron recibidos por los directivos de Grupo Leche Pascual.



En 2010 Grupo Leche Pascual ha renovado su participación en el programa Empresas Parlamentarios aportando una nueva imagen a los materiales divulgativos.

Relaciones institucionales con las instituciones comunitarias

El miércoles 10 de noviembre, las instalaciones que Zumos Pascual tiene en Palma del Río recibieron a Rudy van der Stappen, **jefe de unidad de productos hortofrutícolas de la Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural de la Comisión Europea**. Estuvo acompañado de los secretarios generales de la Asociaciones Europea (AIJN) y Española (Asozumos) de Fabricantes de Zumos y Néctares, Jan Hermans y Alfonso Mena, respectivamente.

La Comisión Europea, con motivo de la modificación de la Directiva de zumos, tenía especial interés en conocer cómo se elaboran estos productos in situ. Se trataba de recabar información en el lugar apropiado para tener un conocimiento real de todo el proceso de elaboración, desde la recogida de la fruta hasta su envasado.

SECTORES

OBJETIVOS 2010	ACCIONES REALIZADAS
<p>Presencia en los principales foros de la industria alimentaria para debatir sobre asuntos transversales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presidencia de cuatro asociaciones sectoriales. • 223.000 euros aportados a 10 asociaciones sectoriales en los negocios en los que opera Leche Pascual. • Colaboración con 17 asociaciones empresariales a las que se ha contribuido con 169.607 euros. • Representación de Leche Pascual en la junta directiva de FIAB. • Presencia en los comités de Medio Ambiente y de Política Alimentaria y del Consumidor de FIAB y en siete grupos de trabajo dependientes. • Pertenencia al patronato de la Fundación Alimentum para una alimentación saludable.
<p>Sector lácteo, promoción de políticas estables para el sector.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de Leche Pascual, desde FeNIL, a la futura normativa nacional y comunitaria que aboga por la extensión del contrato homologado en la recogida de leche. • Apuesta por el fortalecimiento de la interprofesional INLAC como punto de encuentro del sector lácteo. • Profundización en el plan de comunicación de FeNIL para la promoción de los lácteos.
<p>Sector de zumos y néctares, liderazgo de las principales asociaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presidencia de las dos principales asociaciones: Asozumos y AEAZN. • Seguimiento de la futura directiva de zumos. • Puesta en marcha del Plan de Comunicación de Asozumos.
<p>Sector de aguas envasadas, fortalecimiento de la imagen del agua mineral natural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento de la nueva normativa española de aguas envasadas. • Inclusión, a propuesta de Grupo Leche Pascual, en el Plan de Comunicación de ANEABE de un elemento medioambiental: "2015 naturalmente".
<p>Sector de ovoproducto, apuesta por la profundización en el estudio y conocimiento del mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desde la presidencia de Inovo se ha conseguido que el MMAMRM financie el primer estudio de ovoproducto en España.
<p>Sector de soja, inicio de la estrategia sectorial de Leche Pascual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adhesión a la Asociación de Productores Europeos de Alimentos Naturales a base de Soja (Ensa).



La industria de alimentación y bebidas supone aproximadamente el 8% del PIB español y lo posiciona como el primer sector industrial de la economía española y el quinto de Europa con más de 30.000 empresas y 400.000 trabajadores.

Grupo Leche Pascual mantiene una estrategia de **representatividad y liderazgo en las asociaciones sectoriales que representan los mercados en los que desarrolla su actividad**. El objetivo es facilitar las operaciones de la empresa, disminuyendo riesgos a través del marco normativo. Además, Leche Pascual **promueve y fomenta la competitividad de cada mercado**, colaborando en las estrategias globales de forma coordinada con la orientación que la compañía dirige hacia las administraciones públicas. La presencia en asociaciones sectoriales y la relación con los poderes públicos, se desarrolla bajo la dirección del Departamento de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad de Grupo Leche Pascual.



Foto 1: Presentación del Plan Estratégico de Asozumos con la presidencia de Óscar Hernández, director de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad de Leche Pascual. (el segundo por la izquierda).

Foto 2: Luis Calabozo, director general de la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FeNIL), en su intervención durante la celebración del Día Internacional Lácteo 2010 con Tomás Pascual al fondo.

Industria alimentaria

La Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebida (FIAB) está integrada por las asociaciones que engloban a los diversos sectores de la industria alimentaria española: lácteos, aguas envasadas, zumos etc. En 2010 Grupo Leche Pascual ha estado representado en la Junta Directiva y en los comités de Medio Ambiente y de Política Alimentaria y del Consumidor.



Presencia de Grupo Leche Pascual en grupos de trabajo de FIAB

- **Comité de Medio Ambiente:**
 - » Grupo de trabajo de Emisiones.
 - » Grupo de trabajo de Residuos.
 - » Grupo de trabajo de Sostenibilidad.
- **Comité de Política Alimentaria y del Consumidor:**
 - » Grupo trabajo de Dieta, Actividad Física y Salud: proyecto Ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición, reformulación de productos.
 - » Grupo de Trabajo de Etiquetado: proyecto de Reglamento de Información Alimentaria al Consumidor.
 - » Grupo de Trabajo de Seguridad Alimentaria.
 - » Grupo de Trabajo de Alegaciones: Reglamento Europeo de Alegaciones Nutricionales.

Leche Pascual ha participado activamente en diversos debates y trabajos de FIAB sobre las principales propuestas legislativas de 2010, al tratarse de temas transversales que afectan a la actividad de la compañía en todos los sectores en los que opera. Algunos de los proyectos legislativos analizados fueron el [Reglamento Europeo de Alegaciones Nutricionales](#), que regula todo lo relativo a los claims utilizados en los productos en cuanto a nutrición y salud. Otro de los temas sobre los que se ha posicionado FIAB ha sido el [documento de consenso sobre la alimentación en centros educativos](#), firmado en julio por el Ministerio de Sanidad y las respectivas consejerías autonómicas de Sanidad. El documento hace recomendaciones sobre la alimentación en centros de educación infantil, primaria y secundaria con el objetivo de reducir la obesidad infantil. Asimismo, se ha debatido sobre el [Proyecto de Ley de Seguridad Alimentaria y Nutrición](#), liderado por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición o la [Propuesta de Reglamento Europeo de Información Alimentaria al Consumidor](#).

Por otro lado, Grupo Leche Pascual, a través de su presidente Tomás Pascual Gómez-Cuétara, ha ostentado en 2010 el cargo de [patrono de la Fundación Alimentum](#), por lo que está representado en todos los órganos de esta Fundación, una organización independiente sin ánimo de lucro, formada por empresas con el fin de fomentar una alimentación adecuada. Además, Leche Pascual ha participado en el grupo de trabajo de GDA's de esta fundación.

Sector lácteo

La Federación Nacional de Industrias Lácteas (FeNIL) es la entidad más representativa en España del sector lácteo, en la que se integran las asociaciones de leche líquida, mantequilla, quesos y yogures. Tomás Pascual Gómez-Cuétara, Presidente de Grupo Leche Pascual, ocupó la presidencia de esta federación durante los dos últimos años hasta abril de 2010, siendo sustituido por Pedro Astals. Leche Pascual está representada en la Comisión Directiva de FeNIL.

Uno de los temas más relevantes abordados por FeNIL durante este ejercicio ha sido el trabajo del Grupo de Alto Nivel creado por la Comisión Europea para establecer un marco regulatorio que permita estabilizar el sector lácteo. El Grupo de Alto Nivel ha presentado una serie de recomendaciones sobre aspectos diversos, entre ellos las relaciones contractuales, de las que emanará un Reglamento europeo que impactará en la forma de relacionarse con el sector primario. En una línea similar, el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino ha trabajado en 2010 en un proyecto de real decreto que pretende extender el contrato homologado en la recogida de leche.

En este contexto, Leche Pascual, con más del 90% de la leche que recoge ya bajo contrato, apoya la obligatoriedad de los contratos y el establecimiento de instrumentos de gestión de mercados que permitan asegurar el futuro del sector. A su vez, Leche Pascual ha defendido un modelo de Interprofesional Láctea (INLAC) sólida, participativa, creativa y comprometida, que establezca una relación más fluida con los canales de la distribución y de la administración.

Leche Pascual apoya la obligatoriedad de los contratos homologados en la recogida de leche.

Por último, Grupo Leche Pascual ha continuado su participación en el Plan de Comunicación en defensa de los lácteos, puesto en marcha desde FeNIL y cofinanciado por la UE y el Estado Español a fin de trabajar desde distintos ámbitos para valorizar y fomentar el consumo de lácteos.



Logo del Plan de Nutrición y Comunicación de FeNIL: Productos Lácteos Insustituibles.

Sector zumos y néctares

Grupo Leche Pascual ha ocupado en 2010 la [presidencia de la Asociación Española de Fabricantes de Zumos \(Asozumos\)](#), formada por las principales empresas del sector con una representatividad del 90% de la producción nacional. Por otra parte, Grupo Leche Pascual también ha presidido en 2010 [AEAZN \(Asociación Española de Autocontrol de la Calidad de Zumos y Néctares\)](#), asociación que es miembro de pleno derecho de la Asociación Europea de Autocontrol de Zumos y Néctares (EQCS). En ambos casos, la presidencia corre a cargo de Oscar Hernández, Director de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad de Leche Pascual.

AEAZN se constituyó en 1999, bajo el modelo europeo de la Asociación [European Quality Control System \(EQCS\)](#). AEAZN actúa en virtud del principio de autorregulación, reconocido expresamente por la Comisión Europea y tiene entre sus principales objetivos: el fomento y la defensa de la calidad de los productos de la industria de zumos y la libre competencia entre las empresas del sector.

La modificación de la [Directiva de Zumos](#) ha constituido uno de los temas más importantes en los que ha participado Leche Pascual desde su presencia en las asociaciones. Esta regulación prohibirá la adición de azúcar a los zumos, lo que supondrá que éstos sean sólo cien por cien fruta exprimida.

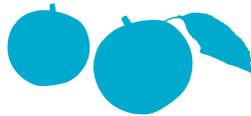
Asozumos presentó en el mes de julio su [plan estratégico y de comunicación](#), bajo la presidencia de Leche Pascual, a través de una jornada divulgativa bajo el nombre: “Los zumos, fuente de salud”. Entre otros, se presentaron los productos de la industria y a la propia organización ante la prensa especializada y los principales medios de comunicación.

El plan de comunicación de Asozumos trabaja sobre los pilares de la revalorización de la imagen del producto y del relanzamiento de la imagen de Asozumos como organización de referencia para el sector. Dentro del plan de comunicación, en 2010 se han mantenido encuentros con las administraciones autonómicas y centrales, así como con prensa especializada, llevado a cabo jornadas

técnicas y conseguido que el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino realice un estudio sobre el consumo y percepción del zumo en España.

Grupo Leche Pascual ha ocupado en 2010 la presidencia de Asozumos y AEAZN.





MERCADO DE ZUMOS Y NECTARES EN ESPAÑA

- **Volumen comercializado:** 1.100 millones de litros.
- **Cifra de negocio:** 650 millones de euros.
- **Empleo directo:** 4.000 personas.
- **Consumo per cápita de los españoles:** 23 litros.
- **Tipos de producto:** el 65 por ciento corresponde a zumos, mientras que el 35 a néctares.
- **Canales:** las ventas para su consumo en el hogar captan un 68 por ciento del volumen total.
- **Sabores:** en España, las ventas se concentran en tres sabores que copan el 75 por ciento del mercado. El zumo de naranja acapara el 26 por ciento, el de piña el 24,6 por ciento y el de melocotón, el 23,4 por ciento.

Fuente: Asozumos.

Sector aguas emvasadas

Grupo Leche Pascual es vocal de la Junta Directiva de la Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Emvasada (Aneabe). Aneabe agrupa a más de cien marcas españolas que representan el 98% del volumen de negocio de “envasado de agua” en sus diferentes categorías, minerales naturales, de manantial y potables preparadas.

Desde el punto de vista legislativo, Aneabe ha realizado un seguimiento de los **dos Reales Decretos de aguas emvasadas**, aprobados a finales de año, que obedecen a la conveniencia de separar en dos normas independientes la regulación de las aguas minerales naturales y aguas de manantial, por un lado, y de las aguas preparadas, por otro. Hasta ahora esta normativa se contenía en una única disposición. Leche Pascual ha apoyado la reforma y la división clara de las calidades de agua.

En los últimos tiempos se han extendido algunas corrientes de opinión que ponen en duda las bondades de las aguas minerales emvasadas, arguyendo un supuesto coste medioambiental derivado de las actividades de la industria frente al consumo del agua

del grifo o el uso de filtros domésticos. En 2008 Aneabe puso en marcha un **Plan de comunicación con el objetivo de valorizar las aguas emvasadas y proteger la imagen del sector**. Como principales logros de este plan destacan la creación del Instituto de Investigación Agua y Salud, un plan de relaciones institucionales para consolidar la imagen del sector, encuentros con los medios de comunicación y edición de material divulgativo.

Como punto más destacable durante 2010, a propuesta de Grupo Leche Pascual, se ha trabajado en un compromiso medioambiental del sector, llamado **“2015 naturalmente”**, cuyo objetivo fundamental es fortalecer la imagen de seriedad y responsabilidad en materia medioambiental del sector ante las administraciones públicas. El borrador ha sido presentado al Secretario de Estado de Medio Rural y Agua.



Sector ovoproducto

Grupo Leche Pascual ha estado representado en 2010 en las tres asociaciones más características del sector del ovoproducto: la [Asociación de Productores de Ovoproducto \(Inovo\)](#) en la que ostenta la presidencia, [la Asociación de Fabricantes de Huevo \(Aseprhu\)](#) y [la Organización Interprofesional del Huevo \(Inprovo\)](#), a cuyas respectivas juntas directivas pertenece Leche Pascual. Además, la compañía es miembro del [Instituto de Estudios del Huevo](#), entidad que persigue la defensa de la imagen del huevo y el fomento de su correcta manipulación.

La [legislación sobre bienestar animal](#), exigible desde enero de 2012, implica, entre otras obligaciones, sustituir las jaulas actuales de gallinas por otras llamadas enriquecidas, más grandes y provistas de accesorios que hoy no son obligatorios. A lo largo de 2010 se ha discutido entre el sector y el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino en qué situación llegará el sector a 2012. Cabe destacar que las jaulas de la granja de Santa Cruz de Leche Pascual ya están acondicionadas, con la consiguiente ventaja competitiva.

Asimismo, Inovo ha trabajado en 2010 conjuntamente con el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino para lograr la financiación del [primer estudio de ovoproducto en España](#), que permitirá contar con datos estadísticos mucho más completos del sector. A su vez, esta asociación ha elaborado la [Guía de Buenas Prácticas de ovoproducto](#) que recoge las exigencias legales para garantizar la seguridad e higiene de los ovoproductos.



Sector soja

Como novedad del año 2010 dentro de la política sectorial de Leche Pascual destaca la adhesión a la [Asociación de Productores Europeos de Alimentos Naturales a base de Soja \(Ensa\)](#), un sector muy relevante para la compañía, líder del mercado español en el producto de las bebidas de soja.

Leche Pascual ha pasado a formar parte de la junta directiva de Ensa, colaborando con otras empresas en asuntos como la aplicación al sector del Reglamento de Alegaciones. Otro de los ejes de actuación, al igual que en la mayor parte de asociaciones, ha consistido en la implementación de acciones de comunicación para defender la sostenibilidad ambiental de los productos de soja.

Grupo Leche Pascual se adhirió en 2010 a la [Asociación de Productores Europeos de Alimentos Naturales a base de Soja \(Ensa\)](#).



SECTORES

Asociaciones a las que ha pertenecido Grupo Leche Pascual en 2010

Grupo Leche Pascual ha tenido relación en 2010, bien colaborando puntualmente o participando directamente como asociado, con casi treinta asociaciones e instituciones tanto sectoriales, como empresariales, a las que se ha aportado una cantidad de 392.842 euros.

Colaboración con 27 asociaciones.

392.842 euros aportados.



Seminario sobre el sector de los zumos y néctares

En noviembre se celebró en el hotel Vinci Soho de Madrid el seminario "Calidad e innovación en el sector de los zumos y néctares". La jornada estuvo organizada por la Asociación Española de Autocontrol de Zumos y Néctares (AEAZN) y la Asociación Española de Fabricantes de Zumos (Asozumos), ambas presididas por Leche Pascual.



Jornada de formación en la prevención de riesgos laborales en Aneabe.

PRINCIPALES ASOCIACIONES EMPRESARIALES A LAS QUE HA PERTENECIDO GRUPO LECHE PASCUAL EN 2010	APORTACIÓN (€)
AECOC	26.432
ASOCIACIÓN EMPRESARIAL ARANDA Y LA RIBERA	2.181
PROMARCA. ASOC. ESPAÑ. EMP. PRODUCTOS MARCA	30.900
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANUNCIANTES	6.165
ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA EMPRESA FAMILIAR DE MADRID	900
AUTOCONTROL. ASOC. PARA LA AUTORREGUL. DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL	9.000
CENTRO ESPAÑOL DE LOGÍSTICA	1.065
CÍRCULO DE EMPRESARIOS	6.250
CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL MADRID CEIM-CEOE	6.710
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES (CEOE)	22.342
CONFEDERACIÓN ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL DE CASTILLA-LEÓN (CECALE)	3.900
CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE ANDALUCÍA	6.010
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA	6.000
EMPRESA FAMILIAR DE CASTILLA-LEÓN	2.160
INSTITUTO DE LA EMPRESA FAMILIAR	29.000
ECOEMBES	5.092
FORO DE LA NUEVA ECONOMÍA	5.500
TOTAL	169.607

PRINCIPALES ASOCIACIONES SECTORIALES A LAS QUE HA PERTENECIDO GRUPO LECHE PASCUAL EN 2010	APORTACIÓN (€)
ANEABE	63.376
ASOC. ESP. AUTOC. ZUMOS NECTARES (AEZN)	18.000
ASOC. ESP. FABRICANTES DE ZUMOS (ASOZUMOS)	13.666
ASOCIACIÓN DE DISTRIBUCION Y ENVASES DE AGUA COOLER (ADEAC)	2.120
ASOC. ESPAÑOLA IND. DE OVOPRODUCTOS (INOVO)	1.612
INSTITUTO DE ESTUDIOS DEL HUEVO	2.526
AZTI (INSTIT. TECNOLÓGICO PESQUERO)	2.300
FEDERAC. NAC. DE INDUSTRI. LÁCTEAS	68.356
FUNDACIÓN ALIMENTUM	25.742
EUROPEAN NATURAL SOYFOODS ASSOCIATION	25.537
TOTAL	223.235

INDICADORES GLOBAL REPORTING INITIATIVE (Versión 3.0)

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2010 DE LECHE PASCUAL
1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	
• Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia	pág.....6-7
• Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	pág.....52-53
2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	
• Nombre de la organización	pág.....32
• Principales marcas productos y/o servicios	pág.....24
• Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos	pág.....25-27
• Localización de la sede principal de la organización	pág.....32
• Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria	pág.....29-31
• Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	pág.....32
• Mercados servidos	pág.....32-33
• Dimensiones de la organización informante	
» N° de empleados	pág.....32
» Ventas netas	pág.....32
» Capitalización total	pág.....32
» Productos y servicios	pág.....24 y 32
» Propiedad	pág.....64-71
• Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria	pág.....26-29
» En el tamaño	
» En estructura de capital	
• Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo	pág.....34-39
3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA	
• Perfil de la Memoria	
» Periodo cubierto por la información contenida en la memoria	pág.....8-9
» Fecha de la memoria anterior más reciente	2010
» Ciclo de presentación de memorias	Anual
» Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido	pág.....235

INDICADORES GLOBAL REPORTING INITIATIVE (Versión 3.0)

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2010 DE LECHE PASCUAL
• Alcance y cobertura de la Memoria	
» Proceso de definición del contenido de la memoria	pág.....9-10
» Cobertura de la memoria	pág.....9-10
» Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	pág.....9-10
» Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos	pág.....9-10
• Índice del contenido del GRI	
» Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria	pág.....228-233

4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
• Gobierno	
» La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización	pág.....60 y s.s.
» Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo	pág.....66
» Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos	pág.....67
» Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno	pág.....65-69
» Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	pág.....63-64
» Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos	pág.....68-69
» Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación	pág.....20-21, 74-81
» Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social	pág.....68-69
» Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social	pág.....68-69
• Compromisos con iniciativas externas	
» Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	pág.....72 y s.s.
» Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe	pág.....78-81
» Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya	pág.....227

INDICADORES GLOBAL REPORTING INITIATIVE (Versión 3.0)

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2010 DE LECHE PASCUAL
• Participación de los grupos de interés	
» Relación de grupos de interés que la organización ha incluido	pág.....9
» Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete	pág.....9-10
» Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés	pág.....9-10
» Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria	pág.....9-10

5. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO	
5.1 DIMENSIÓN ECONÓMICA	
• Información sobre el enfoque de gestión económica	
• Indicadores de desempeño económico	
<i>Desempeño económico</i>	
» Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático	pág.....84 y s.s.
» Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	pág.....140-141
<i>Impactos económicos indirectos</i>	
» Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie	pág.....202-209
» Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos	pág.....202-209
5.2 DIMENSIÓN AMBIENTAL	
• Información sobre el enfoque de gestión ambiental	
• Indicadores de desempeño ambiental	
<i>Materiales</i>	
» Materiales utilizados, por peso o volumen	pág.....97-101
» Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	pág.....98-99

INDICADORES GLOBAL REPORTING INITIATIVE (Versión 3.0)

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2010 DE LECHE PASCUAL
<i>Energía</i>	
» Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias	pág.....88
» Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	pág.....93
» Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas	pág.....92, 94-97
» Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas	pág.....94-97
<i>Agua</i>	
» Captación total de agua por fuentes	pág.....91
<i>Biodiversidad</i>	
» Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	pág.....103
<i>Emisiones, vertidos y residuos</i>	
» Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	pág.....92
» Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	pág.....92-93, 94-97
» Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	pág.....100-101
» Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	pág.....97-101
<i>Productos y servicios</i>	
» Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto	pág.....85-86 y 97-101
<i>Transporte</i>	
» Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	pág.....94-96

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2010 DE LECHE PASCUAL
5.3 DIMENSIÓN SOCIAL	
• Información sobre el enfoque de gestión de prácticas laborales y ética del trabajo	
• Indicadores de desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo	
<i>Empleo</i>	
<i>Salud y seguridad en el trabajo</i>	
» Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región	pág.....123
» Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	pág.....123,132
» Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal	pág.....140-141
<i>Relaciones empresa/trabajadores</i>	
» Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo	pág.....133-134
» Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	pág.....133-134
<i>Formación y educación</i>	
» Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales	pág.....126,129
<i>Diversidad e igualdad de oportunidades</i>	
» Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	pág.....123,132
• Información sobre el enfoque de gestión en relación con la sociedad	
• Indicadores de desempeño de sociedad	
<i>Comunidad</i>	
» Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades	pág.....184 y s.s.

INDICADORES GLOBAL REPORTING INITIATIVE (Versión 3.0)

TIPO DE INDICADOR	MEMORIA 2010 DE LECHE PASCUAL
<i>Política pública</i>	
» Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”	pág.....210 y s.s.
• Información sobre el enfoque de gestión de Responsabilidad sobre productos	
• Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos	
<i>Salud y seguridad del cliente</i>	
» Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación	pág.....162-167
» Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	pág.....80
<i>Etiquetado de productos y servicios</i>	
» Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos	pág.....174
» Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	pág.....80
» Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	pág.....161
<i>Comunicaciones de marketing</i>	
» Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios	pág.....174 y 178-183
» Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	pág.....80



Grupo Leche Pascual, S.A.

Avenida de Manóteras, 24. 28050

Madrid, España.

www.lechepascual.es

comunicacion@lechepascual.com



MEMORIA
RESPONSABILIDAD
SOCIAL **2010**