

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, 8 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.

Carta del Presidente



La empresa es una de las mayores instituciones sociales y su actuación no puede limitarse a una misión exclusiva relacionada con la maximización de los beneficios.

Durante el año 2009 se ha intensificado la crisis económica. La evolución de nuestra economía en este ejercicio, además, se ha caracterizado por la retracción del consumo, ya que, de forma bastante generalizada, las familias han decidido optar por el ahorro como respuesta al endeudamiento y la incertidumbre, anulando este tradicional motor de crecimiento.

Por otro lado, no es menos cierto que en este nuevo modelo económico marcado por la creciente globalización de los mercados, cada vez se pone más de manifiesto la mayor influencia de las empresas en la sociedad y su impacto en lo económico, lo social y lo ambiental. La empresa es una de las mayores instituciones sociales y su actuación no puede limitarse a una misión exclusiva relacionada con la maximización de los beneficios.

¿Cómo combinar en la gestión de la empresa dos situaciones de tan difícil encaje? De un lado, las limitaciones económicas en el día a día derivadas de la recesión. Y frente a éstas, la necesidad de mantener una relación responsable y sostenible con el entorno, acorde con el peso de las corporaciones en la comunidad.

En Grupo Leche Pascual defendemos un modelo corporativo que de respuesta a una concepción a largo plazo de la empresa, de su gestión y de sus valores constitutivos. No se trata de realizar procesos externos o de maquillaje, sino de evolucionar hacia conceptos más interactivos con lo que nos rodea, acompaña y hace posible, como las personas, los clientes, los proveedores o las instituciones, el entorno y el medio ambiente.

A pesar de las dificultades Grupo Leche Pascual ha seguido manteniendo en 2009 una consistente orientación social, basada en la gestión responsable de su cadena de valor: desde las iniciativas para contribuir al desarrollo de los proveedores de materias primas, la búsqueda de la excelencia en los procesos, la colaboración y la ayuda al cliente o el esfuerzo por transmitir mensajes responsables al consumidor. Todo ello, defendiendo un modelo sólido de gestión de personas, así como un tratamiento cuidadoso del medio ambiente.

En 2009 podemos destacar la labor formativa dirigida a los ciudadanos y consumidores del Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud y del Centro de Investigación en Valores (CIVSEM); la aprobación del primer Plan de Sostenibilidad Ambiental de Grupo Leche Pascual; el desarrollo de un modelo de gestión de personas basado en nuestros valores

corporativos, así como en un estilo de dirección definido; la apuesta por el deporte olímpico con el patrocinio de los nuevos planes ADO y ADOP; o la consolidación del sistema integrado de gestión en nuestros procesos, especialmente industriales. Toda esta actividad ha estado supervisada por la Comisión de Responsabilidad y Acción Social del Consejo de Administración, el organismo encargado de velar dentro de Grupo Leche Pascual por la aplicación de este modelo sostenible de gestión empresarial.



Tomás Pascual Gómez-Cuétara
Presidente del Grupo Leche Pascual



Misión

La Misión de Leche Pascual es ser el líder en la innovación, producción y comercialización multicanal de alimentos sanos y saludables de calidad apoyados en marcas sólidas.

Visión

Leche Pascual aspira en los próximos años a reforzar su liderazgo en el sector de la alimentación, mediante la consolidación de su línea de negocio actual, la diversificación hacia nuevos productos y la potenciación del área de hostelería, asegurando un crecimiento continuado en el canal detallista y buscando la independencia en sus operaciones.



Valores

Avanzamos hacia el futuro sin perder nuestra identidad.

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.

Análisis DAFO en materia de sostenibilidad en 2009



Debilidades

- Impacto de la crisis económica en la capacidad de incrementar la innovación.
- Debilidad del consumo en 2009.
- Necesidad de concreción de estrategias de responsabilidad social corporativa en relación con algunos grupos de interés.

Amenazas

- Desventaja competitiva derivada del crecimiento de la marca de la distribución en muchos sectores en los que opera Grupo Leche Pascual.
- Problemas estructurales del sector ganadero.
- Incertidumbre del coste de la energía y dependencia energética del exterior.



Fortalezas

- Compromiso con el proyecto empresarial de la familia Pascual Gómez-Cuétara, con órganos y procedimientos de **gobierno corporativo** sólidos.
- Desarrollo de las políticas de acción social y compromiso con la comunidad: **Instituto Tomás Pascual Sanz y CIVSEM**.
- Ampliación de políticas enfocadas a las personas: **Empresa Familiarmente Responsable**.
- Destacada presencia y liderazgo en las **políticas sectoriales**, así como visibilidad y representación de la empresa en todos los niveles de la Administración.
- **Apoyo al sector primario**: extensión de los contratos homologados con los proveedores de leche como referencia para dotar de estabilidad al sector y políticas de asesoramiento y ayuda.



Oportunidades

- **Adaptación de la cadena de suministro** al nuevo escenario del mercado como base para el crecimiento sostenido de Leche Pascual.
- **Apuesta por la Excelencia**: implantación del Sistema Integrado de Gestión, inicialmente en la cadena de suministro, y posterior extensión a todas las áreas de la compañía para reforzar el crecimiento.
- Diseño del **Plan de Sostenibilidad** de Grupo Leche Pascual para afrontar el futuro desde la perspectiva medioambiental.
- Puesta en marcha del sistema de **gestión de riesgos corporativos** para la identificación y clasificación de riesgos por áreas y los consiguientes planes de actuación.

Orígenes



Grupo Leche Pascual, empresa familiar y cien por cien española, en 2009 ha cumplido su cuarenta aniversario en el sector alimentario y, coincidiendo con esta celebración, recibió en noviembre de 2009 de manos de la Ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino el galardón como mejor Industria Alimentaria de nuestro país en 2008.

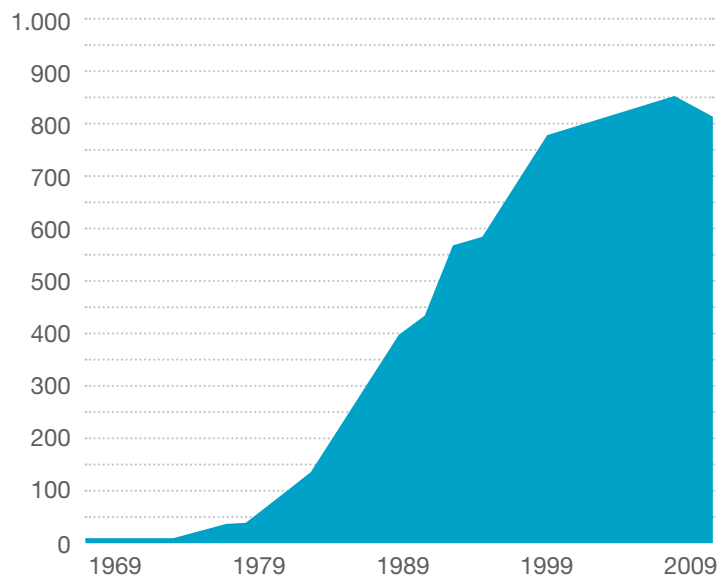
Tomás Pascual Sanz, que durante la posguerra comenzó a trabajar a los doce años vendiendo bocadillos en la estación de Aranda de Duero (Burgos), había conseguido una notable reputación como distribuidor de alimentos y fabricante de piensos en la zona, cuando, en 1969 la Central Lechera que existía en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

Desde la aparición de la leche uperizada en brik, la historia de Leche Pascual ha sido una continua apuesta por la innovación y la calidad en el sector de la alimentación. Ha pasado en pocos años de ser una empresa monoproducción a la diversificación del negocio, manteniendo siempre su objetivo: la producción de alimentos de valor añadido para la salud a través de una continua inversión en tecnología.

Desde la aparición de la leche uperizada en brik, la historia de Leche Pascual ha sido una continua apuesta por la innovación y la calidad en el sector de la alimentación.

Evolución de la facturación

millones de euros



100%
Española

+40 años
en el sector
alimentario

Galardón
Mejor Industria
Alimentaria en
España
2008





Hitos de responsabilidad social corporativa y buen gobierno



1973

- Creación un equipo de veterinarios y asesores al ganadero, que actualmente está compuesto por más de 100 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.



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.



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

- En 2009 se ha aprobado el Plan sostenibilidad 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.

Marcas



Lácteos

- Leche Pascual
- Leche Pascual Calcio
- Leche Pascual Essential
- Leche PMI
- Leche Frixia
- Batidos Pascual
- Nata Pascual
- Mantequilla Pascual

Funcionales

- Yosport
- Masvital
- Pascual Funciona (Bifrutas a partir de 2010)

Soja

- Vivesoy
- Vivesoy bebida con sabores
- Untable soja
- Postres Vivesoy
- Vivesoy Zumos

Yogures y postres

- Yogures Pascual Desnatados
- Yogures Pascual Sabores
- Yogures Pascual Bífidos
- Yogures Pascual con Frutas
- Yosport
- Natillas, flan y arroz con leche Pascual

Zumos

- Zumos Pascual
- Zumosol
- Zumosol Selección
- Néctar Zumosol Ligero
- Néctar Zumosol Clásico
- Zumosol Selección
- Zumosol Ligero
- Pascual Dinamic

Aguas

- Bezoya
- Pascual Nature

Ovoproducto

- Huevo líquido
- Tortillas

Otros

- Cereales
- Confituras
- Gaseosa PMI
- Heinz
- Agua Pedrás

Estructura y organización



Estructura operativa de la organización:
principales divisiones y entidades operativas.

Tres Direcciones Ejecutivas:

- Generación de la demanda.
- Satisfacción de la demanda.
- Planificación y Desarrollo: Soporte y Estrategia.

Dirección Corporativa y Ejecutiva:

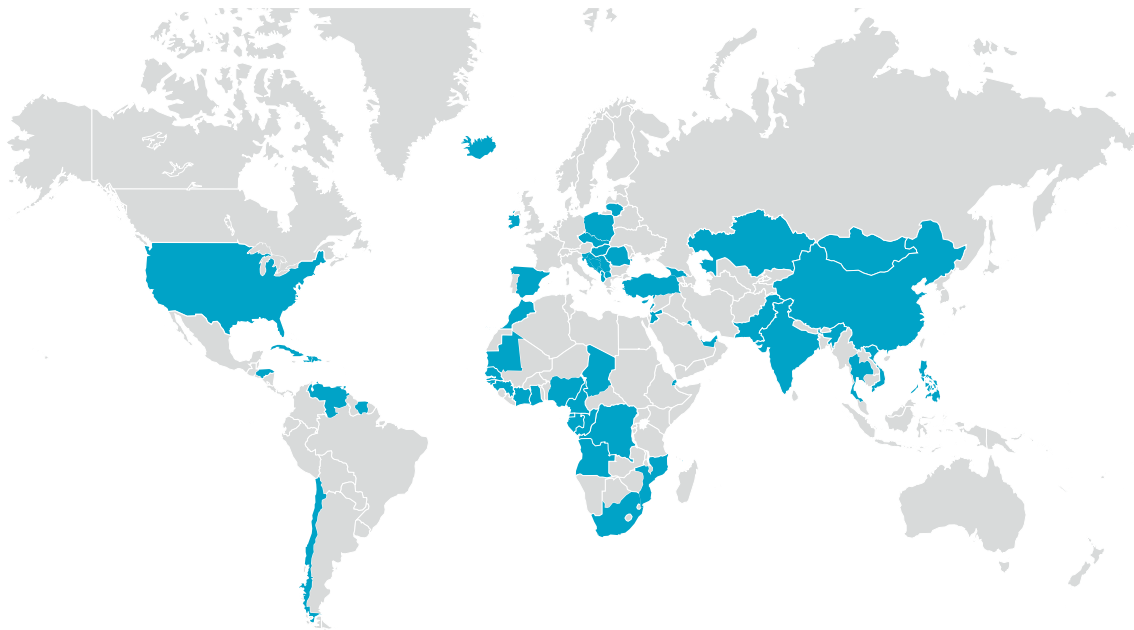
Área Financiera, Servicios Corporativos y supervisión empresas del Grupo.

Dirección Corporativa de Personas y Excelencia

División Internacional

Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas

Desde 1992 el Grupo Leche Pascual ha estado presente en casi un centenar de países, desde China a EE.UU, pasando por la India, Africa Occidental o Rusia. En 2009 la compañía ha iniciado las gestiones para el desarrollo de varios proyectos de internacionalización con socios de reconocido prestigio. Leche Pascual empezó exportando yogures, y hoy, aunque siguen siendo el principal producto internacional, la gama se ha extendido enormemente: productos funcionales (ViveSoy, Funciona...), zumo de naranja directo, postres lácteos, ovoproducto, etc...



AMÉRICA

- EE.UU.
- Cuba
- República Dominicana
- Trinidad y Tobago
- Chile
- Barbados
- Haití
- Santa Lucía
- Honduras
- Venezuela
- Surinám

EUROPA

- España
- Polonia
- Irlanda
- Rumania
- Rep. eslovaca
- Islandia
- Yugoslavia
- Chipre
- Malta
- Albania
- Lituania
- Bosnia-Herz.
- Mónaco

ÁFRICA

- Angola
- Cabo Verde
- Gabon
- Nigeria
- Ghana
- Costa de Marfil
- Chad
- Guinea Bissau
- Mozambique
- South Africa
- Guinea ecut
- Djiboti
- Mayotte
- Camerun
- Congo
- R.D.C.
- Guinea
- Senegal
- Mauritania
- Marruecos

ASIA Y ORIENTE MEDIO

- India
- China
- Isl. Maldivas
- Jordania
- Hong Kong
- Libano
- Filipinas
- Georgia
- Pakistán
- Vietnam
- Tailandia
- Turquía
- Kazajistán
- Singapur
- E.A.U.
- Mongolia
- Kuwait

OCEANÍA

- Polinesia Francesa

Actualmente está presente en más de 70 países:

- **Europa:** proyecto de comercialización de zumo Pascual en diversos países, además de contar con una delegación en Portugal.
- **Asia:** comercializando productos en países de Oriente Medio y desarrollando nuevos mercados en el sudeste asiático.
- **África:** especialmente a través de los yogures de larga vida, adaptándolos a los gustos del consumidor africano, como en Angola, país en el que Pascual es la marca líder del mercado de yogures.
- **América:** 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 del mundo que puede exportar yogures a dicho país. También está presentes en numerosos países centro y sudamericanos.



En la División Internacional trabaja un nutrido grupo de profesionales:

- 17 empleados en las áreas de logística, marketing y comercial en las Oficinas Centrales.
- 5 compañeros en la Delegación Comercial de Portugal.

Leche Pascual en la feria de Anuga:

cerca de 200 empresas del sector agroalimentario presentaron sus novedades en Colonia (Alemania). Grupo Leche Pascual estuvo ubicado en el pabellón del ICEX con su gama de productos de exportación: yogures, zumos, Funciona, Yosport y Vivesoy.



Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.

En el ejercicio 2009 la crisis se ha agudizado, sobre todo para las empresas que basan su estrategia en la marca. En este entorno, Grupo Leche Pascual a pesar de un descenso de las ventas, sigue trabajando en las mismas líneas estratégicas con el objetivo de mejorar la generación de caja y de la rentabilidad: apuesta por la marca y adecuación de la cadena de suministro.

- Por un lado, la **racionalización del portfolio de productos** implica la focalización de las ventas y el esfuerzo en aquellas marcas de mayor valor añadido, como Funciona, Pascual, Vivesoy o Bezoya.
- Por otro, las **adaptaciones en la cadena de suministro** han continuado en 2009, alcanzando, en la mayor parte de los casos acuerdos estratégicos para asegurar el futuro de las personas y las instalaciones.

Algunos acuerdos para optimizar el funcionamiento de activos industriales estratégicos han sido los siguientes:

- » Consolidación en el mes de marzo del acuerdo alcanzado a finales de 2008 con la empresa holandesa Refresco para el alquiler de la zona de envasado de la planta de zumos de Palma del Río (Córdoba).
- » Alianza con la empresa francesa Andros en Frixia para asegurar el crecimiento de la planta. La nueva sociedad Andros-La Serna S.L. pasará a ocuparse de la actividad que se desarrolla en Frixia y contará para ello con el mismo equipo de personas que lo venían haciendo hasta el momento. Este acuerdo refuerza el máximo aprovechamiento de las capacidades tanto humanas como técnicas e industriales.
- » Acuerdo de alquiler para optimizar las instalaciones de producción de envases en PET de Tresacapas (Segovia). Implica la cesión en alquiler de las instalaciones de producción de preformas y tapones de la fábrica segoviana, siendo APPE el proveedor único en cuanto a las necesidades de material PET para los productos del grupo de leche, zumos y agua e Inplast Manufacturas el fabricante exclusivo de tapones.

Otros, para ajustar capacidad productiva a la demanda, buscando siempre una alternativa sostenible:

- » ERE en la fábrica de leche de Outeiro de Rei (Lugo), medida imprescindible para agrupar la producción y acercarla a los mayores centros de consumo peninsulares, además de tendente a impulsar los formatos en botella, los de mayor crecimiento en el mercado de leche, elaborados en las plantas de Leche Pascual de Aranda y Gurb. A finales de 2009 se consiguió un acuerdo de futuro para esta planta, con la sociedad Alimentos Lácteos, S.A, formada por cooperativas gallegas que mantiene el empleo en Outeiro de Rei.
- » Ajuste en el complejo industrial lácteo de Aranda de Duero.
- » Cierre de la planta embotelladora de agua mineral natural de Ribagorza en Graus (Huesca).
- » Cese de la actividad de producción de zumos de la planta de Cidou (Francia), adquirida en 2007. Las circunstancias de la crisis y su influencia en el mercado alimentario, en concreto en el francés, han motivado que las imprescindibles inversiones previstas para desarrollar adecuadamente la enseña Cidou en Francia no hayan podido asumirse.
- Asimismo, desde la [perspectiva comercial](#), Grupo Leche Pascual y Heinz han firmado un acuerdo por el que Leche Pascual comienza a distribuir una parte importante de la gama de salsas que fabrica Heinz Ibérica, principalmente, en el canal de hostelería.

La coherencia en el mantenimiento y gestión de las acciones estratégicas ha permitido un aumento del EBITDA de alrededor del 10% hasta llegar a los 80 millones de euros.





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 2009:	807 millones € (Grupo TEYPE: 904 millones)
Presencia internacional:	+60 países
Empleo directo:	+2.471 (Grupo TEYPE: 2.728 personas)
Inversión en formación:	1 millón €
Red comercial:	+800 personas
Estructura logística:	+2,3 MM palets de larga distancia +622.000 palets de corta distancia
Fábricas:	8
Delegaciones Comerciales:	20
Leche recogida:	583 MM litros (798 ganaderos)
Agua envasada:	406 MM litros
Naranja exprimida:	146 MM kg
Huevos procesados:	15 MM kg
Patata utilizada:	2,2 MM kg
Soja transformada:	5,9 MM kg

MAGNITUDES 2009

	Fact.(MM€)	Plantilla media
Grupo Leche Pascual	807	2.471
Núter (participación 25%)	249	565
La Quinta	59	170
Peache	33	52
Correduría	1	6
GRUPO CORPORATIVO TEYPE	904	2.728

Delegaciones y Plantas



Sistema Integrado de Gestión:
Certificaciones ISO 9000 y 14000,
ISO 22000 BRC y OSHAS.

Premios y distinciones en 2009

Reputación corporativa



Grupo Leche Pascual, premio a la mejor Industria Alimentaria 2008 por parte del Ministerio de Medio Ambiente.

La Ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino entregó en noviembre de 2009 los premios Alimentos de España. Grupo Leche Pascual fue galardonado como Mejor Industria Alimentaria, en reconocimiento a su labor y trayectoria empresarial dentro del sector de la alimentación, así como otros aspectos relacionados con su preocupación y respeto por el medio ambiente.



Leche Pascual avanza ocho posiciones dentro de las compañías con mejor reputación en el ranking Merco.

Grupo Leche Pascual se situó en 2009 entre las cien empresas más valoradas según el ranking Merco, el monitor de reputación corporativa más importante de España. En el ranking general de empresas, Grupo Leche Pascual se coloca en el puesto 56 de las compañías españolas con mejor reputación, ascendiendo ocho plazas frente al año pasado. Tomás Pascual Gómez-Cuétara ocupa la posición 49 en el ranking de empresarios con mejor imagen.



Merco personas 09: Grupo Leche Pascual sube cinco puestos y se sitúa en la posición 71.

Grupo Leche Pascual ha ocupado el primer lugar de la lista en las empresas familiares de alimentación y el tercero en el sector de la alimentación tras Danone y Coca Cola. El pasado año, Grupo Leche Pascual se situó en la posición 76 en el ranking global. Mercopersonas es un monitor empresarial de reputación corporativa que desde el año 2001 publica la lista de las 100 mejores empresas para trabajar en España, en base a encuestas realizadas a universitarios, trabajadores de empresas, antiguos alumnos de escuelas de negocio, población general y directivos de RRHH.



Encuesta exclusiva de la revista Castilla y León Económica: “Así piensan los empresarios”.

Leche Pascual ha sido elegida por el tejido empresarial castellano leonés como la empresa familiar más admirada de Castilla y León, y Tomás Pascual Gómez-Cuétara entre los cinco empresarios más influyentes de la región. Esta encuesta a destacados empresarios castellanoleoneses es la única de su género que se realiza en esta comunidad.



Según el tercer Barómetro de la familia realizado por GAD para la revista PADRES en 2009.

Las cinco marcas más nombradas por los consumidores como identificativas de su ámbito familiar han sido las siguientes:

- | | |
|------------------------------|-----------|
| 1. Danone | 11,1% |
| 2. Leche Pascual | 7% |
| 3. Central Lechera Asturiana | 4,8% |
| 4. Coca Cola | 4,5% |
| 5. Colacao | 4,1% |



Innovex es el índice de innovación para marcas y empresas de la empresa de estudios demoscópicos IPSOS.

Central Lechera Asturiana, Leche Pascual y Puleva lideraron en 2009 el sector lácteo. La innovación, en el sector de productos lácteos, tiene que ver principalmente con tres dimensiones relacionadas con la percepción que, en orden de importancia son la diversidad, en segundo lugar la salud y en tercer lugar los precios.

Reputación corporativa



Grupo Leche Pascual ha sido premiado por el diario La Gaceta de los Negocios,

junto con otras empresas representativas de Castilla y León. La entrega de los Premios a la Trayectoria Empresarial organizados para conmemorar el 20 Aniversario de la Gaceta de los Negocios en Castilla y León, estuvo presidida por Juan Vicente Herrera, Presidente de la Junta de Castilla y León.

Procesos



Grupo Leche Pascual, premio al mejor proyecto de innovación logística por su plataforma de Aranda de Duero.

El Centro Español de Logística (CEL) entregó sus premios anuales para el impulso y la promoción de la gestión logística en España. El Premio CEL Empresa en su edición de 2009, que reconoce a compañías cuyo trabajo haya supuesto una aportación relevante dentro del área de la cadena de suministro, ha correspondido a Grupo Leche Pascual, por su proyecto "Apolo" (Aranda Plataforma Operativa Logística).

Marcas y productos



Premios "Producto del Año" a tres productos de Leche Pascual:

botella de leche de 1.200 ml, Leche Pascual Calcio Desnatada con Hierro y Agua Mineral Natural Bezoya 500 ml. Sport Cap. El Producto del Año es un certamen donde unos 10.000 consumidores eligen, mediante su voto directo, los productos de consumo más innovadores del año. Se trata del reconocimiento del consumidor al esfuerzo que realizan las marcas, y sus equipos de marketing, en materia de innovación. El Gran Premio a la Innovación nació en Francia en 1987 y actualmente esta presente en 28 países de todo el mundo. En la actualidad se celebra la 10ª edición en España.



Bezoja, premiada en la VII edición de la Cata Internacional de Aguas dentro de la feria Termatalia.

Bezoja obtuvo el segundo puesto en la categoría de aguas de mineralización muy débil. La cata estuvo organizada por la Asociación Gallega de Catadores y el jurado estuvo compuesto por un panel internacional con expertos de Portugal, Italia, México y España.



Grupo Leche Pascual premio ASPID de plata por su campaña de ViveSoy.

Grupo Leche Pascual ha ganado el Premio ASPID de plata a la mejor campaña integral de productos de gran consumo dirigida a profesionales de la salud, por su campaña "ViveSoy" realizada por la agencia Innuo. Los premios Aspid son los de más solera y prestigio en el ámbito de la comunicación de salud en España y países de habla hispana. Este año, en su XIII edición, se han presentado más de 240 piezas a concurso y casi 50 agencias.

Consumidores



Premios XX Aniversario "La Rebotica". Entre los galardonados el Instituto Tomás Pascual Sanz para la Nutrición y la Salud.

El espacio socio-sanitario "La Rebotica", programa decano de la radio española, ha cumplido veinte años. Creado en 1990 por un grupo de profesionales de la comunicación y expertos en sanidad, el espacio alcanza las dos décadas de emisión ininterrumpida en diferentes cadenas de radio.

Explicación parámetros de la memoria

Período cubierto:
Enero-Diciembre 2009

Alcance y cobertura:

La memoria cubre las actividades realizadas por el Grupo Leche Pascual, S.A a lo largo de 2009 y relacionadas con sus principales grupos de interés:

- Presentación de la empresa: palabras del Presidente, señas de identidad y principales magnitudes del año 2009.
- Gobierno corporativo: estructura de gobierno, transparencia y autorregulación.
- Medio ambiente: materiales, energía, agua, emisiones, vertidos y residuos, aspectos generales.
- Excelencia y calidad: implantación de sistemas de calidad en todas las áreas de la empresa.
- Relación de Grupo Leche Pascual con sus principales grupos de interés: empleados, clientes, proveedores, consumidores, administraciones públicas, asociaciones sectoriales y comunidad en el sentido más amplio.

Principios seguidos para su elaboración

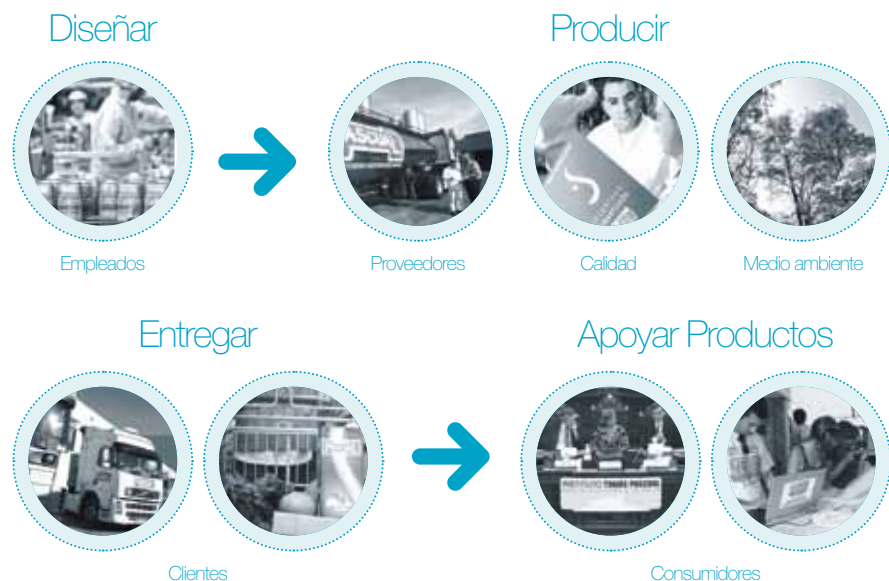
En la concepción y elaboración de la memoria se han aplicado los principios que establece la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad (G3) del Global Reporting Initiative.

El **principio de materialidad** está recogido en la memoria al exponerse los principales impactos sociales, medio ambientales y económicos de Leche Pascual en 2009.

También se aplica el **principio de participación de los grupos de interés** de la compañía, que responde a la gestión de la cadena de valor del Grupo Leche Pascual: la dirección de la familia propietaria Pascual Gómez-Cuétara; el compromiso con los proveedores de materias primas; la transformación en las plantas productivas atendiendo a criterios de excelencia medioambiental e industrial, la colaboración con los clientes, tanto la gran distribución, como el pequeño comercio; o la información a los consumidores, la gestión de las personas en la compañía, la relación con las administraciones públicas y el asociacionismo sectorial, para finalizar con la contribución a la comunidad en general a través de mecenazgos y patrocinios.



La cadena de valor de Leche pascual:



Igualmente, el **principio de sostenibilidad** se encuentra incorporado a la memoria del Grupo Leche Pascual por medio del compromiso con algunos valores generales sobre los que actúan las políticas de responsabilidad social corporativa.

Por último, también se ha tenido en cuenta el **principio de exhaustividad**, plasmado en la exposición suficiente y amplia de los contenidos sociales, medioambientales y económicos reflejados en esta memoria.

Otros principios del G3 han sido tenidos en cuenta para definir la calidad de la elaboración de la memoria del Grupo Leche Pascual. Así, se respeta el principio de equilibrio, 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.

GRUPOS DE INTERÉS





CENTRO
LEGGERE
PASCIA