

BONES PRÀCTIQUES RSE

KH Lloreda



Sector d'activitat:

Productes neteja

Activitat de l'empresa:

Producció i comercialització de productes de neteja domèstica

Localitat:

Canovelles (Vallès Oriental)

Plantilla:

88 (2006)

Facturació anual:

28'5 M€ (2006)

Pàgina web:

www.khlloreda.com

Promotors de l'experiència:

Josep Maria Lloreda, president
Xavier Carruesco, dir. del SIG
mail@khlloreda.com



Josep Maria Lloreda, president
de KH Lloreda

“Comportament responsable amb les parts interessades a partir d'un Codi Ètic i el Sistema Integrat de Gestió”

Descripció de l'empresa

KH Lloreda SA és una empresa familiar de segona generació que va iniciar l'activitat el 1949. Inicialment es va dedicar als recobriments metàl·lics i va arribar a ser una de les empreses més importants a nivell estatal en el sector. La necessitat de netejar les peces que arribaven dels clients, els va portar, davant la manca de productes específics, a formular els seus propis productes de neteja. Precisament, en comprovar-se'n l'eficàcia, aquests productes es van començar a comercialitzar, primer en el sector industrial/comercial, i més endavant en el mercat de gran consum. De mica en mica, la fabricació de recobriments metàl·lics va perdent pes, i cap als anys 90 fan un canvi d'estratègia de negoci per dedicar-se exclusivament als productes de neteja per a la llar i el sector industrial/comercial.

Amb el temps, KH Lloreda ha esdevingut líder en el mercat espanyol de netejadors de cuina i llevataques amb els productes KH-7 Quitagrasas i Sin Manchas, i estan immersos en un procés d'internacionalització pel sud d'Europa en països com Portugal, França o Grècia.

Data o període de l'experiència

Encara que KH Lloreda sempre ha tingut en compte el comportament ambiental, podem situar l'inici a l'any 2001 en què l'empresa va definir la seva política ambiental i va començar algunes bones pràctiques, per passar a certificar-se en la ISO 14.001 al 2002. Posteriorment va anar ampliant la visió de la seva responsabilitat davant la societat i les diferents parts interessades i va incorporar el concepte d'RSE.

Objectius

KH Lloreda treballa amb el compromís de continuar oferint als seus consumidors i clients productes professionals d'alta eficàcia per a la neteja respectant sempre el medi ambient i col·laborant amb l'entorn. Amb aquesta intenció, es planteja un model de gestió de la Responsabilitat Social de l'empresa d'acord amb el propi Codi Ètic i en el marc del Sistema Integral de Gestió.

Ambit Ressor

- General RSE (sistema de gestió) i també:
- Medi Ambient
- Conciliació

Impacte del sector

La producció i la utilització de productes de neteja ja siguin industrials com domèstics ha comportat al llarg del segle XX un gran impacte ambiental com a conseqüència de la seva extensió i grau d'ús en les societats desenvolupades, afectant especialment les aigües residuals tant industrials com domèstiques, però amb altres impactes pocs anys enrere desconeguts com el de certs aerosols en la capa d'ozó.

Per això, la Unió Europea s'ha plantejat la introducció de criteris que tenen per objectiu reduir-ne l'impacte ambiental i prevenir els riscos per al medi o la salut humana relacionats amb l'ús de substàncies perilloses; a més de difondre informació per a un millor ús per part dels consumidors. Entre les mesures per a disminuir-ne l'impacte ambiental, seria important limitar la quantitat d'ingredients nocius, disminuir la quantitat de detergents utilitzats o reduir els residus d'envasos.

Descripció de l'experiència

“KH Lloreda té implantat un Sistema Integrat de Gestió on s'integren els aspectes de qualitat, medi ambient, seguretat i salut, i ètica”

Motivacions

KH Lloreda ha estat una empresa amb visió de futur que va saber modificar el rumb de la seva orientació en relació als productes. Aquesta mateixa visió els va portar a explorar nous mercats com a destinació dels seus productes. Per al mercat europeu, les característiques ambientals del producte seran cada cop més rellevants, fet que ja fa anys que van saber captar bé.

Però el seu compromís responsable no ve solament determinat per una determinada exigència del mercat, sinó que, amb un fort lideratge de la presidència, han intentat captar les expectatives de les diferents parts interessades, també dels seus públics interns. De fet, fa prou temps ja es feien altres accions que formarien part de la Responsabilitat Social de l'Empresa, però sense saber-ho o sense dir-ne així.

Accions, fases del procés i participants

L'any 1998 van incorporar un sistema de gestió de la qualitat, en un context de creixement en què es feien necessaris fluxos ben definits. El fet que la implantació i els resultats fossin un èxit, juntament amb la consciència ambiental del fundador de la companyia, van propiciar el següent pas, que fou el sistema de gestió ambiental. Així gradualment van anar conformant el Sistema Integrat de Gestió (SIG) de què disposen avui dia, i que suposa un encaix funcional per a fer operativa la seva concepció ètica.

Així, avui KH Lloreda té implantat un SIG on s'integren els aspectes de qualitat, medi ambient, seguretat i salut, i ètica. Cadascuna d'aquestes àrees s'ha desenvolupat a partir de la implantació i certificació de les següents normes de referència:

- **Qualitat:** ISO 9001:2000: Norma implantada i certificada el 1998 y adequada als nous requisits el 2004.
- **Medi Ambient:** ISO 14001:1996: Norma implantada i certificada el 2002 i adequada als nous requisits durant el 2005.
- **Seguretat i Salut:** OHSAS 18001:1999: Norma implantada i certificada el 2004.
- **Ètica:** SGE21:2005 Norma implantada i certificada el 2006.

L'element més rellevant de la bona pràctica d'aquesta empresa és la integració dins el seu sistema de gestió i els seus valors, fet que es va veure reforçat a partir del 2004 amb l'elaboració d'un Codi Ètic propi. Així mateix el reconeixement obtingut amb les ecoetiquetes per als seus productes, l'elaboració interna de la Memòria de Sostenibilitat i l'RSE aplicada a les polítiques de Recursos Humans configuren uns altres puntals per a la coherència i integritat del seu model.

L'Etiqueta ecològica

La Unió Europea va crear, l'any 1992, el sistema voluntari de l'Etiqueta ecològica. Inicialment, el seu àmbit d'aplicació es limitava als productes. A partir del mes de setembre de 2000, aquest mecanisme comunitari es va ampliar als serveis, i garanteix als consumidors la correcció ambiental tant dels productes com dels serveis, amb independència de les afirmacions publicitàries.

L'Etiqueta ecològica representa haver complert uns criteris ambientals selectius, transparents i amb prou informació i base científica perquè els consumidors i usuaris puguin triar aquells productes o serveis que la incorporen. Amb aquesta elecció, els consumidors s'asseguren de triar les opcions que redueixen els efectes ambientals adversos i contribueixen a l'ús eficaç dels recursos. A més, aquests productes són de gran qualitat i efectius, equiparables a d'altres existents al mercat.

L'Etiqueta ecològica és un distintiu oficial que, a Catalunya, atorga la Generalitat mitjançant el seu organisme competent: la Direcció General de Qualitat Ambiental del Departament de Medi Ambient.

Anàlisi Cicle de Vida (ACV)

Al 2003 es va enllestir l'ACV del KH-7 *Quitagrasas*, per tal de quantificar les càrregues ambientals associades a llarg de tot el cicle, des de l'extracció de matèries primeres, passant per la fabricació i finalitzant en el tractament dels diferents residus generats.

Ecoetiqueta

A l'any 2003 van obtenir l'Etiqueta ecològica de la Unió Europea per al desgreixador KH7. Aquest producte, considerat el desgreixador líder en el mercat espanyol, amb una quota superior al 50%, pertany a la categoria de productes de neteja de cuines i banys.

KH Lloreda és la **primera empresa del sector** de neteja i detergents de tot Catalunya i tot l'Estat espanyol que aconsegueix l'Etiqueta ecològica de la Unió Europea. Fins a la data, a la UE, l'havien obtinguda 148 empreses (9 a Catalunya, 14 a l'Estat espanyol).

Codi d'Ètica

Al 2004 es va elaborar un Codi d'Ètica, en el qual es destaquen aspectes com a) el compliment de la legislació; b) la transparència i la veracitat; c) la no discriminació; i d) el compromís amb el medi ambient, la seguretat i la salut de les persones de l'empresa. El codi va ser validat tant pel Comitè de Direcció com pel Comitè d'Empresa, i forma part del pla d'acollida de les noves incorporacions.

Per indicació del mateix president de la companyia, el SIG és una responsabilitat que implica a tothom que treballa a l'empresa, i és responsabilitat de tots i totes conèixer i aplicar el Codi d'Ètica i notificar pels canals establerts les accions que el poguessin alterar o violar en algun sentit.

Per a dotar el Codi d'un marc permanent, es va crear un **Comitè d'Ètica** que es reuneix semestralment, i que basa el seu funcionament en el seguiment i l'anàlisi de certs indicadors. En aquest sentit, l'empresa va promovent l'obtenció de dades periòdicament, com és el cas dels dos estudis que s'han elaborat en els darrers quatre anys sobre el clima laboral, i que permeten dissenyar unes polítiques de recursos humans més ajustades a la realitat i observant les expectatives i inquietuds d'aquestes parts interessades.

Flexibilitat i conciliació

KH Lloreda disposa d'un equip humà molt jove i amb un equilibri quasi perfecte pel que fa al gènere. En previsió de les necessitats familiars de la plantilla es van plantejar-se de disposar d'un **centre d'atenció a la infància** dins les seves pròpies instal·lacions, i al 2004 s'inaugurava aquest recurs denominat "El Niu", que ja ha pogut prestar el servei a més de 12 famílies. La gestió del centre depèn d'una escola d'educació infantil Arlequí i està totalment finançada per l'empresa.

Una altra mesura per a facilitar la conciliació de la Vida Laboral i Familiar va ser l'establiment d'uns **horaris flexibles**, que fan possible entrar entre les 8 i les 9 per tal que cadascú s'organitzi de la manera com millor pugui compaginar les diferents necessitats. Així mateix, els divendres i també durant els mesos juliol i agost es fa **jornada intensiva** de 8 a 15 hores.

Pel que fa a la inserció laboral de col·lectius amb dificultats, malgrat que en algun moment sí que han cobert una plaça ara no hi tenen cap persona tot i que compleixen la llei (Lismi) amb les mesures alternatives.

“El nostre comportament amb les parts interessades haurà de ser honest i íntegre, seguint les pautes marcades pel nostre Codi d'Ètica”

Com afecta altres parts interessades, empreses proveïdores, etc.

Respecte als temes ambientals, inicialment es van centrar en la fàbrica, però ben aviat van superar totes les proves ja que el traspàs al riu era mínim donat que totes les aigües de la fàbrica, excepte els sanitaris, es reutilitzaven. Com que l'impacte major es donava en els envasos (i també en els usuaris) la seva “política verda” va anar reorientant-se des de l'atenció en els processos de la fàbrica a l'atenció en les empreses proveïdores.

És per això que avui fan avaluacions en un 50% de les seves empreses proveïdores de producte, respecte a matèries de qualitat, ambientals, seguretat i ètica, i aspiren a arribar al 100%. Les auditories a subcontractistes sempre les realitzen persones tècniques de l'empresa, ja que entenen que qualsevol incompliment ja sigui de qualitat, medi ambient, seguretat o ètica, els afectaria ben bé com si fos una planta productiva pròpia.

Aquest control està concebut com a mesura de control i per a tenir conseqüències ja que el Comitè de Compres que es reuneix cada quatre mesos ja no sols avalua la qualitat i els terminis de lliurament sinó altres aspectes vinculats a l'RSE. En qualsevol cas, no en fan una valoració sobre el compliment estricte o no sinó sobre la tendència i la voluntat, ja que pretenen anar conformant relacions de confiança que integrin de manera creixent l'RSE al llarg de la cadena.

D'altra banda, la comunitat més propera també surt beneficiada dels èxits de l'empresa, ja que la seva política d'**implicació en el territori** ha mantingut una constància en els darrers anys, expressant-se tant el patrocini d'esdeveniments esportius com culturals.

Visió i Vinculació estratègica

La concepció de l'RSE com una pota més del seu Sistema de Gestió ja és una mostra feaent del valor que l'empresa li atorga, vinculant-ho de manera molt clara als valors de la pròpia companyia tant internament a partir del Codi Ètic com en la producció a partir de les ecoetiquetes.

L'RSE a KH Lloreda hi té un paper estratègic ja que conforma un posicionament avantatjós en el mercat, especialment en la fase d'expansió a d'altres entorns culturals més exigents, alhora que la incorporació de criteris ètics en el model de relació amb les parts interessades i especialment amb les empreses proveïdores anirà conformant unes aliances estratègiques que reforçaran i faran més sostenible aquesta opció.

Resultats obtinguts

Per a l'empresa:

L'empresa està més preparada per a fer front al futur i a les noves demandes i expectatives ambientals. Des d'un punt de vista de mercat, el fet de disposar de productes amb ecoetiquetes els ha permès penetrar en mercats tant exigents i competitius com el francès, on hi van poder tenir entrada precisament gràcies a l'ecoetiqueta, ja que les cadenes Carrefour i Auchan no disposaven de productes ecològics en aquesta gamma.

“És tot un referent que amb 9 milions de litres de desgreixadors i el 60% del mercat no es generin aigües residuals”

A nivell intern, els beneficis d'integrar els 4 sistemes de gestió en un únic sistema han estat:

- Alineament de les diferents polítiques i objectius de l'organització.
- Reducció de la documentació utilitzada.
- Reducció del temps i cost de manteniment del sistema.

Però a banda de la millora de l'eficiència de gestió, allò que més destaquen és la satisfacció i també la millora de l'autoestima de la gent de l'empresa, cosa que es pot apreciar en els estudis de clima laboral, on les polítiques d'RSE es valoren molt i on aspectes com la conciliació estan entre els punts més destacats.

Per a la societat i el medi:

La millora ambiental d'un producte líder de mercat suposa un impacte directe positiu per al medi alhora que implica un efecte respecte a la competència, que difícilment podran competir amb productes que no integrin criteris ambientals.

Així mateix, el suport a iniciatives socials o les polítiques de conciliació també conformen un impacte positiu a l'entorn ja que les famílies poden estructurar millor la dedicació als fills o no col·laborar en embussos de trànsit en hores punta.

Despeses

Mai han fet una anàlisi de costos ni una quantificació del que els suposa el conjunt de les polítiques de Responsabilitat Social, ja que entenen que són un conjunt d'opcions estratègiques que formen part indissociable del model d'empresa, a banda que impacten en el conjunt de la companyia.

En tot cas, val a ressaltar dos fets:

- a) el sistema de gestió ètica està integrat en el Sistema Integrat de Gestió de manera que els costos de gestió estan integrats plenament en un esforç compartit;
- b) la memòria de sostenibilitat forma part d'un procés internalitzat que no genera despeses externes.

Finalment, fer constar que les despeses en certificació i etiquetes han estat veritablement una inversió que ha de permetre que l'empresa sigui més competitiva en el futur.

Comunicació i èxits

Comunicació

Al tancament del 2006 han presentat la segona **memòria de sostenibilitat**, que cobreix el període 2004-05. El seu model d'RSE altament integrada al funcionament corporatiu els ha dut a elaborar internament aquest informe, que elaboren bianualment.

Cal fer notar que la comunicació de la seva RSE, quan es vincula directament a cada producte, es fa amb una discreció notable, com es pot observar del fet que la referència a l'ecoetiqueta estigui a la part posterior i no excessivament ressaltada. El motiu ve donat pel una certa creença entre el públic consumidor d'aquesta part d'Europa que un producte ecològic no pot tenir les mateixes

propietats i potència netejadora o desgreixadora que un altre de no ecològic. Davant el risc que la bona imatge ecològica pogués erosionar la imatge d'eficàcia van preferir no focalitzar aquesta qualitat.

Participació i reconeixement

KH Lloreda forma part del Club RSC de IESE (Fòrum d'empreses que aposten per un model Rendible i Sostenible). Darrerament, dins el reconeixement públic que han anat obtenint per aquest compromís, els han demanat diverses col·laboracions en la matèria com ara el suport en l'elaboració de Guies d'RSE, la revisió de continguts, qüestionaris, la inclusió com a Bona Pràctica, així com els reconeixements, entre els quals destaquem els següents:

- 28-10-03 La Generalitat de Catalunya els lliura l'Etiqueta ecològica de la Unió Europea pel desgreixador KH7
- 18-05-06 PIMEC els atorga el Premi Valors Humans de la Categoria Valors d'Empresa
- 16-11-06 Premi Pime de la III edició dels Premis Conètica d'RSE.

Més informació:

KH Lloreda www.khlloreda.com

Memòria d'RSE www.khlloreda.com/idioma/es/pdf/KH_memoria_2003.pdf

Ecoproductes i ecoserveis

http://mediambient.gencat.net/cat/empreses/ecoproductes_i_ecoserveis