

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2010-11

SGP Grup



1.	Carta del director general	4
2.	Alcance del informe	6
3.	Cifras clave	7
4.	Perfil y estructura	8
4.1.	Las marcas de SGP Grup.....	8
4.2.	Estructura organizativa.....	9
5.	Estrategia de gestión	11
5.1.	Misión, visión y valores.....	11
5.2.	Gestión de la responsabilidad social y compromiso.....	12
5.3.	Acuerdos, compromisos, distinciones y premios.....	12
5.4.	Comunicación y diálogo con los grupos de interés.....	14
5.5.	Ética y derechos humanos.....	15
6.	I+D+i	16
6.1.	Innovación transversal.....	16
6.2.	Investigación y desarrollo. Alea!.....	17
7.	Clientes	19
7.1.	Calidad interna y el servicio.....	19
7.2.	Satisfacción de los clientes.....	19
7.3.	Gestión de incidencias. Atención al cliente.....	20
7.4.	El Portal de Centauro. La Tienda <i>on-line</i>	21
7.5.	Fidelización de clientes.....	21
7.6.	Internacionalización. La expansión de la empresa.....	23
7.7.	Balance objetivos de empresa 2010-2011.....	25
7.8.	Objetivos de empresa 2012.....	26
8.	Equipo humano	27
8.1.	Estabilidad.....	28
8.2.	Igualdad de oportunidades, conciliación de la vida personal y laboral y beneficios sociales.....	29
8.3.	Formación de valor añadido.....	30
8.4.	Prevención de Riesgos Laborales.....	30
8.5.	Objetivos.....	32
9.	Medio ambiente	33
9.1.	Consumo de energía y agua.....	35
9.2.	Emisiones de gases efecto invernadero.....	36
9.3.	Gestión de residuos y gestión de aguas residuales.....	37
9.4.	Objetivos.....	38
10.	Grupos de Interés	39
10.1.	Acción social y implicación con la comunidad.....	39
10.2.	Relaciones Asociativas.....	39
10.3.	Objetivos.....	40
10.4.	Relación con empresas proveedoras y contratadas.....	40
11.	Economía	42
11.1.	Indicadores económicos.....	42
11.1.	Objetivos.....	42

12. Tabla de indicadores del Global Reporting Initiative (GRI)..... 44

1. Carta del director general

La actual situación económica está incidiendo con relevancia sobre la estructura productiva de nuestro país, no es solo una realidad a nivel estatal sino que la situación está repercutiendo en todos los países industrializados de nuestro entorno. Todo y ésta situación desalentadora, muchas empresas continúan apostando por la responsabilidad social como mecanismo de gestión empresarial y como una manera de aportar valor añadido a sus actividades.

Los cambios estructurales del país, así como la incertidumbre de los mercados hacen que la gestión de la responsabilidad social en las empresas se adecúe a nuevos tiempos. En este sentido, es necesario focalizar y priorizar muy bien las inversiones y también minimizar los costes. Desde SGP Grup creemos que el principal compromiso con la responsabilidad social es poder mantener y garantizar la viabilidad económica de la empresa sin olvidar la función social que ejerce nuestra actividad sobre el territorio.

En esta tercera edición del informe de sostenibilidad, os queremos presentar el balance de empresa para el periodo 2010 y 2011.

Este periodo se inició con gran entusiasmo por nuestra parte al recibir y ser galardonados con la *Placa President Macià 2010* en la categoría política de responsabilidad social empresarial, distinción que otorga el *Departament de Treball*.

En el transcurso de estos dos años se han producido toda una serie de cambios que han tenido como objetivo la mejora interna de nuestros procesos. Se han iniciado dos líneas de asesoramiento externo; la primera dirigida al departamento comercial, dando continuidad a la ya iniciada en 2009, y focalizada en las operativas de trabajo de las áreas de marketing, *Call-center* y nuestro equipo de comerciales.

La segunda línea de asesoramiento está dirigida al establecimiento de un sistema de trabajo por objetivos a todos los niveles de empresa con la finalidad de implicar a todos los trabajadores y trabajadoras en la consecución de los fines generales de la empresa.

En el ámbito ambiental, durante estos dos años hemos instalado la tercera caldera de biomasa en nuestras instalaciones hecho que nos ha permitido reducir los costes asociados al consumo de gasoil y la reducción de emisiones de CO₂ a la atmósfera. En el 2011, Bionet puso en marcha el servicio de recogida de cadáveres de pequeños animales con el objetivo de poder ofrecer un servicio más a nuestros clientes del sector veterinario.

Desde SGP Grup hemos continuado colaborando y trabajando en I+D en el marco del sector porcino como un hecho intrínseco en el ADN de la empresa, estableciendo un convenio con el IRTA *Institut de Recerca i Tecnologia Alimentària* con el objetivo de conocer la trazabilidad genética de nuestros sementales. En este ámbito, hemos optimizado la producción de nuestros centros de inseminación focalizando la productividad en las instalaciones de Ripoll y Espinelves.

Quiero destacar el grado de implicación que ha tenido la empresa con la sociedad y sus grupos de interés durante estos dos años en materia de responsabilidad social; ponencias, intercambios de experiencias, coloquios, ferias, etc. siempre con la finalidad y el compromiso de aprender y apostar por la gestión responsable.

Con esta breve presentación he querido sintetizar la trayectoria de estos dos últimos años. El contenido de esta edición refleja el trabajo hecho y nuestra trayectoria empresarial con el objetivo de darla a conocer y crear referentes que nos ayuden a progresar en un futuro inmediato.

Josep Puigdollers i Masallera
Director General

2. Alcance del informe

Un año más, desde Servicios Genéticos Porcinos S.A, os hacemos partícipes de nuestro informe de sostenibilidad que incorpora el impacto ambiental, económico y social de nuestra actividad en el periodo 2010 y 2011. El carácter bianual de la presente edición tiene como objetivo poder dar respuesta y mayor información a proyectos, iniciativas y acciones desarrolladas más allá del transcurso de un año.

Los datos publicados corresponden al periodo comprendido entre el 1 de enero de 2010 y el 31 de diciembre de 2011.

La cobertura del presente informe corresponde a todas las marcas comerciales de SGP Grup y sus equipamientos, en un contexto de sostenibilidad que considera los impactos de la actividad del Grupo tanto a nivel local como global.

El informe se ha elaborado en conformidad con las indicaciones y principios que establece la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* versión 3.0 del Global Reporting Initiative, estándar internacional para la elaboración de este tipo de informes.

Según esta guía, la memoria tiene un **nivel B de aplicación autodeclarado**.



Punto de contacto:

Servicios Genéticos Porcinos S.A

Finca "El Macià"

08510 Les Masies de Roda (Barcelona)

Daniel Rodrigues, Responsable de Sistemas de Gestión y RSC

Correo electrónico: rsc@gepork.es

3. Cifras clave

PERFIL COMERCIAL	
	159.529 pedidos realizados
	8.571 incidencias recibidas
	3,2 (Escala 1 a 4) grado de satisfacción de clientes
	7 jornadas de familiarización con 339 clientes
	7 ferias donde las marcas de SGP Grup han participado con <i>stand</i>
	5 ferias visitadas por las marcas de SGP Grup

PERFIL AMBIENTAL	
	263 Mwh de energía eléctrica consumida
	1.775 Mwh de energía en gasoil
	533 Mwh de energía en biomasa
	5.587 m3 de agua consumida
	559 T CO2 emitidas
	70.140,69 € en costes e inversiones ambientales

PERFIL ECONÓMICO	
	7.404.099,21 € presupuesto 2011
	62.250 € en subvenciones Adm. Pública
	46.964.061,95 € ventas netas para el 2011
	2,96% de impagados respecto la facturación
	420.033 € inversión en innovación 2011
	91% objetivos de ventas cumplidos

PERFIL SOCIAL	
	94 Personas en la plantilla de la empresa
	57% de mujeres en la plantilla
	2,13% de la plantilla con alguna discapacidad
	2% Tasa de absentismo
	83,54 € Inversión en formación por trabajador/a
	11 alumnos acogidos en prácticas
	2 Campañas sociales de implicación con los trabajadores/as

4. Perfil y estructura

Servicios Genéticos Porcinos, S.A., SGP Grup en adelante, es una empresa de la comarca de Osona fundada en el año 1979 y especializada en ofrecer servicios integrales en el ámbito veterinario.

La sede principal se encuentra en la Finca "El Macià", localizada en el municipio de Les Masies de Roda, comarca de Osona, y dispone de dos centros de reproducción: "El Grèvol" y "Can Virosta" en los municipios de Espinelves y Ripoll, respectivamente.

Ámbito de actuación

El ámbito de actuación de SGP Grup es principalmente Cataluña, Aragón y Baleares, siendo uno de sus retos la expansión al resto de España y la exportación a mercados emergentes.

Productos y servicios

- Genética: dosis seminales porcinas para la inseminación artificial y animales.
- Salud animal: distribución de medicamentos para animales de producción y de mascotas
Alimentación: distribución de alimentación para animales de compañía
distribución de alimentación para animales de producción (marca propia y otros).
- Equipamiento: distribución de material y equipamiento para explotaciones ganaderas y centros veterinarios.
- Accesorios: distribución de todo tipo de productos para animales de compañía y producción de artículos con marca propia Milú.
- Recogida de residuos especiales ganaderos y sanitarios
- Servicio y asesoramiento en el control de plagas
- Analítica de aguas y servicio de microbiología
- Recogida de cadáveres de pequeños animales.

Mercados y tipología de clientes

Las marcas de SGP Grup dan cobertura a diversos segmentos de mercado como ganaderos, fábricas de pienso, cooperativas, centros veterinarios, veterinarios de caballos, tiendas especializadas en animales de compañía, y nuevos sectores de la mano de Bionet y sus servicios integrales de bioseguridad.

4.1. Las marcas de SGP Grup

Actualmente SGP Grup presenta una actividad diversificada a través de cuatro marcas comerciales.

GEPORK

Gepork es una empresa de genética y inseminación porcina que distribuye en 24h dosis para la inseminación porcina, medicamentos, equipamiento y pienso lactoiniciador para las explotaciones ganaderas. La marca está presente en el mercado desde hace 34 años, lo que supone un elevado grado de consolidación.

Productos

- Medicamentos para animales de producción
- Genética porcina
- Dosis de semen porcino
- Alimentación (marca propia y otros)
- Material y equipamiento para explotaciones ganaderas

Gepork mantiene un programa de selección y difusión genética utilizando reproductores de alta calidad procedentes del su propio programa de selección o de núcleos de selección externa en el caso de sementales finalizadores. Las razas disponibles en los centros de reproducción pueden ser razas maternas (Landrace, Largewhite, Duroc) o bien razas finalizadoras (Pietrain NN, Pietrain NP, Pietrain PT, Híbrid Materboar, Híbrid Duxpi).

BIONET

Bionet, creada hace 13 años, tiene por objetivo controlar y proteger ante posibles infecciones que amenazan a las explotaciones ganaderas y centros de animales. Su cartera de servicios, permite dar cobertura a todas las necesidades de control y tratamiento de las diferentes vías de entrada y salida de los agentes biológicos infecciosos en estos centros.

Servicios

- Gestión de residuos
- Laboratorio de análisis
- Servicios de Prevención y Control de Plagas

Des del 2011 Bionet colabora con la empresa Canis para ofrecer a nuestros clientes el servicio de recogida de cadáveres de pequeños animales, dirigido a clínicas veterinarias.

CENTAURO

La actividad de Centauro, presente en el mercado desde hace 20 años, es la distribución de productos para centros veterinarios y veterinarios especialistas en solo 24 h. Es una empresa gestionada por veterinarios y para veterinarios que cuenta con una amplia oferta de productos, 7.500 referencias.

LA COMPANYIA

En el 2004 se creó La Companyia que ofrece productos de alimentación y accesorios destinados a pequeños animales y distribuidos para tiendas especializadas, llegando a 800 tiendas especializadas, muchas de éstas con la incorporación de peluquería canina.

La Companyia cuenta con la marca propia Milú, de accesorios para perros y gatos (cunas, casetas, etc.) creada en 2008. Milú se caracteriza por el diseño, el confort para el animal y la fabricación con materiales de alta calidad. Así mismo se dispone de la autorización pertinente para la distribución de productos veterinarios oficiales bajo la licencia del FC Barcelona.

4.2. Estructura organizativa

Des del punto de vista jurídico, SGP Grup está constituida por dos sociedades: Servicios Genéticos Porcinos, S.A. y Centre Veterinari de Vic, S.L. El 47,88% de las acciones de la primera sociedad corresponden a Josep Puigdollers i Família, S.A. y Servicios Genéticos Porcinos, S.A. posee la totalidad de las acciones de la segunda sociedad. La gestión de ambas es común y se centraliza a través de SGP Grup.

Miembros de la Junta de Accionistas

- | | |
|----------------------------------|-------------------------|
| - Josep Puigdollers i Família SA | - Profinga |
| - Josep Puigdollers Masallera | - Agustí Camprodon Ylla |
| - Gemma Vivet Dordal | - Enric Vivet Dordal |
| - Jordi Riba Casellas | - Dato Pack, S.A. |

Administrador: Josep Puigdollers Masallera

Presidente: Josep Puigdollers Masallera

Secretario: Agustí Camprodon Ylla

COMITÉ ESTRATÉGICO

Composición: director general, directora de Operaciones y director de Unidades de Negocio, los cuales reúnen el 92% del accionariado de la propiedad. El porcentaje restante se encuentra en manos de accionistas independientes. Se reúnen cada trimestre.

COMITÉ DE RESPONSABLES DE DEPARTAMENTO

Composición: directora de operaciones, director de Unidades de Negocio y responsables de cada departamento de la empresa.

Funciones: Es un espacio de comunicación entre departamentos que aglutina temas transversales. También es un órgano que actúa como instrumento de seguimiento de las actividades de la empresa.

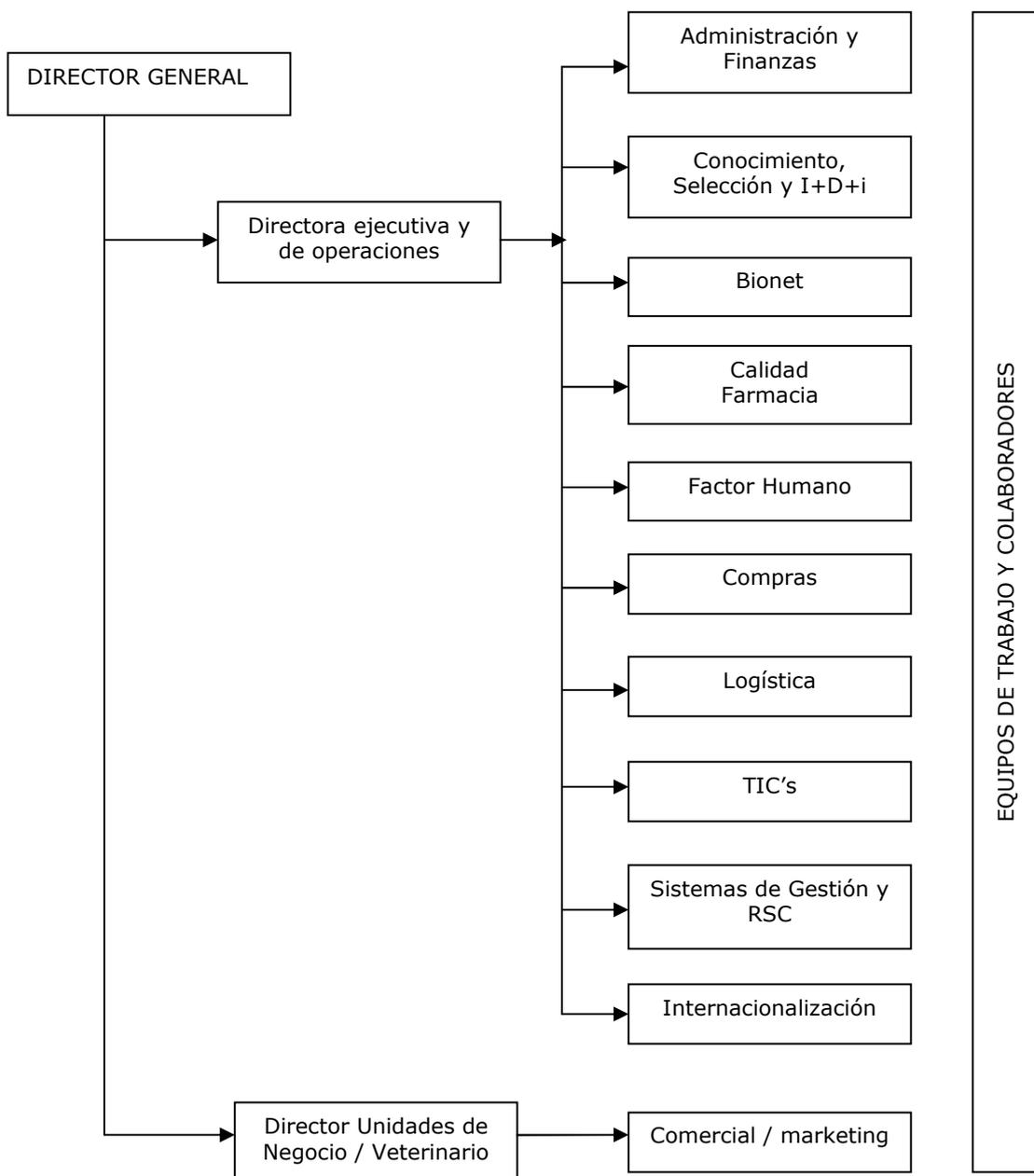
COMITÉ DE LIDERAZGO COMERCIAL

Composición: director de las unidades de negocio y el responsable de ventas, miembros del Comité Estratégico, gestores de producto, coordinadores del Call-center y el conjunto de comerciales. Se reúnen una vez al mes.

REUNIONES DE SEGUIMIENTO DEPARTAMENTAL

Composición: Directora de operaciones y cada responsables de departamento.

Funciones: Actúa como instrumento de seguimiento de cada departamento por parte de la dirección de la empresa. Se evalúan los presupuestos, la gestión de procesos y mejoras de cada departamento.



5. Estrategia de gestión

5.1. Misión, visión y valores

La misión de SGP Grup, como veterinarios, referentes en genética porcina y empresa líder en distribución, es la de proveer a sus clientes de los mejores productos y de las soluciones que aporten más valor. La empresa se basa en la cultura de la innovación continua y de la responsabilidad social, buscando la mejor rentabilidad empresarial, para conseguir su misión.

La visión de SGP Grup es la de ser una empresa con vocación internacional, líder en soluciones veterinarias integrales en el ámbito nacional y referente para clientes del Grupo en trazabilidad, innovación y conocimiento, para crear valor económico y social de forma sostenida.

Los valores sobre los cuales se sustenta la misión y visión son los siguientes:

- Voluntad de servicio al cliente, basado en un trato específico y personalizado, procurando alcanzar el grado de satisfacción y el incremento de valor deseado por éste.
- La conciencia de equipo, fomentando el sentimiento de pertinencia de las personas que trabajan en la empresa a través de una buena comunicación interna y el despliegue de sus competencias individuales.
- Actitud positiva ante el cambio, con la perseverancia y el espíritu emprendedor necesario para la consecución de los objetivos de la organización. Afrontar con ilusión y entusiasmo los retos de la competitividad.
- La creatividad y la innovación como fuente de desarrollo de la cultura de la calidad, en un entorno en el cual la planificación estratégica, la flexibilidad y la rentabilidad lleguen a ser las principales coordenadas para llevar a cabo nuestro modelo de excelencia empresarial.
- La integridad, la coherencia y el comportamiento ético, especialmente con las personas, el medio natural y la sociedad, de acuerdo con la propia estrategia de responsabilidad social y los principios que establece el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- El aprendizaje continuo, la valoración de la experiencia y la gestión del conocimiento.

De forma integral, la interiorización de la misión, visión y valores de SGP Grup y la vocación de servicio en el mercado, comprometen a SGP Grup a:

- Garantizar la satisfacción de sus clientes, externos y internos, que constituyen la razón de la su existencia.
- Preservar la integridad de su conducta, especialmente con la salud pública y el medio ambiente.
- Promover la relación entre personas, sean trabajadores/as, colaboradores/as, proveedores o clientes.
- Estimular la innovación y la flexibilidad como elementos generadores de ventajas competitivas.
- Satisfacer la exigencia en la consecución de los retos empresariales.

El eje principal de la estrategia del Grupo es la orientación integral al cliente y, consecuentemente, su compromiso en aportar al mercado soluciones innovadoras que permitan hacer frente a los retos del presente y del futuro.

El capital humano y tecnológico constituye el principal valor añadido de SGP Grup. La economía del conocimiento y la concepción global del mercado serán determinantes para el desarrollo de este proyecto empresarial.

5.2. Gestión de la responsabilidad social y compromiso

SGP ha integrado la responsabilidad social en su planificación estratégica y se presenta como una ventaja competitiva y una oportunidad para incrementar el valor añadido de la empresa. Asumiendo el compromiso de integrar las preocupaciones y expectativas de los grupos de interés, trabajar para la mejora continua de la gestión responsable de los recursos económicos, sociales y ambientales.

El Departamento de Sistemas de Gestión y RSC es responsable de dirigir la estrategia de responsabilidad social, además de los ámbitos de calidad, medio ambiente y prevención de riesgos laborales.

Objetivos de responsabilidad social

- Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- Crear riqueza de la manera más eficaz posible.
- Respetar los derechos humanos con unas condiciones laborales dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral y el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.
- Procurar la continuidad de la empresa y, si es posible, conseguir un crecimiento razonable.
- Respetar el medio ambiente evitando en la medida de lo posible cualquier tipo de contaminación, minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos.
- Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos.
- Defender la cultura, la lengua y la identidad catalana.

5.3. Acuerdos, compromisos, distinciones y premios

Programa RSE.PIME. 2009



SGP Grup fue una de las 30 empresas catalanas que participó en el Programa RSE.PIME, el objetivo del cual era la implantación de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas de Cataluña. El programa se inició a finales de 2008 y finalizó a mediados de 2010.

El programa, impulsado por el *Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya* en colaboración con el *Consell General de Cambres de Catalunya*, tenía por objetivo facilitar herramientas y procedimientos de mejora en la gestión económica, social y ambiental a partir de la implantación de valores responsables en la cultura empresarial.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact). 2009



En 2009, SGP Grup inició el proceso de adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas para impulsar la responsabilidad social en la empresa, asumiendo así los 10 principios que contempla. Éste fue un compromiso más a favor de una relación ética, justa y comprometida.

Con este compromiso la empresa da respuesta, con carácter anual, a los 10 principios que rigen este acuerdo.

Semana de la Responsabilidad Social. 2010 - 2011



SGP Grup ha participado y colaborado en todas las ediciones de la Semana de la Responsabilidad Social de Catalunya, aportando información, presentando buenas prácticas de gestión, etc. Este acontecimiento, se organiza anualmente des del 2010 y SERVICIOS GENÉTICOS PORCINOS ha sido siempre una de las empresas invitadas a todas las ediciones.

Durante cuatro días se organizan, en el marco de estas jornadas, conferencias, charlas, actividades i intercambios en *pro* de la gestión responsable.

Portal RScat de la Generalitat de Catalunya. 2010



Coincidiendo con la presentación oficial del portal *RScat de la Generalitat de Catalunya* y el *Consell de Relacions Laborals*, Servicios Genéticos Porcinos fue una de las empresas invitadas a presentar su experiencia en el marco de este nuevo programa.

RScat es un portal que pretende ser un espacio de intercambio de experiencias, aportaciones y relación entre autoridades, sindicatos, empresas y organizaciones en *pro* de la gestión responsable.

Medalla i Placa
al treball



Placa President Macià. 2010

La política de Responsabilidad Social desarrollada por SGP Grup ha sido galardonada con la distinción *Placa al treball President Macià 2010*, en la categoría de Responsabilidad Social Corporativa. Este galardón fue entregado conjuntamente a 30 personalidades de la sociedad catalana y a 8 empresas en diferentes categorías meritorias. La distinción fue entregada en manos del muy honorable Presidente de la Generalitat el Sr. Josep Montilla.

Publicación de "Buenas prácticas en la Pyme" en la revista Corresponsables. 2011



Los Premios Corresponsables son organizados por la Fundación Corresponsables con el objetivo de reconocer las mejores prácticas en Responsabilidad Social y Sostenibilidad en todo tipo de organizaciones y

empresas. SGP Grup, fue empresa candidata con la buena práctica propuesta: *Reducción en la producción de purines en explotaciones porcinas de sementales* y que fue publicada en la revista de la fundación.

L'Observatori de la Responsabilidad Social de las Empresas. 2011



L'Observatori de la Responsabilitat
Social de les Empreses

L'ORSEC pretende recopilar la opinión, los valores, las políticas y las buenas prácticas de Responsabilidad Social que desarrollan las empresas y organizaciones de Catalunya para poder analizar, difundir y hacer el seguimiento global de su aplicación. SGP Grup, colaboró con el *Observatori* publicando su informe de sostenibilidad en este portal de divulgativo.

5.4. Comunicación y diálogo con los grupos de interés

SGP Grup se orienta a conseguir un alto nivel de relación e implicación con los grupos de interés y así dar respuesta a sus inquietudes y necesidades utilizando múltiples canales de comunicación y diálogo.

Sobre el marco de la implantación de la estrategia de responsabilidad social, SGP Grup ha identificado sus grupos de interés.

Grupo de interés	Canal de comunicación
Equipo humano	<ul style="list-style-type: none"> - Contacto directo - Tablón de anuncios - Intranet - Correo electrónico - Teléfono - Guía de acogida - Entrevista de salida - Reuniones periódicas - Convención anual - Jornada puertas abiertas - Informe de sostenibilidad
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Contacto directo - Servicio televenda - Página web - Jornadas de familiarización - Equipo comercial - Comunicaciones de marketing - Ferias y congresos - Encuesta de satisfacción - Reuniones - Correo electrónico - Teléfono y fax
Empresas proveedoras	<ul style="list-style-type: none"> - Contacto directo - Reuniones - Página web - Teléfono y fax - Correo electrónico - Encuestas de satisfacción - Cuestionario de evaluación de proveedores - Extranet - Equipo comercial - Ferias y congresos - Jornadas de familiarización - Informe de sostenibilidad
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> - Contacte directo - Reuniones - Página web - Correo electrónico - Teléfono - Jornadas de formación - Informe de sostenibilidad
Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> - Contacte directo - Reuniones - Página web - Informe de sostenibilidad

Comunidad científica	<ul style="list-style-type: none"> - Contacte directo - Reuniones - Correo electrónico - Teléfono - Página web - Ponencias - Conferencias - Pósters en congresos - Publicaciones especializadas
Administración pública	<ul style="list-style-type: none"> - Contacte directo - Reuniones - Correo ordinario - Correo electrónico - Teléfono - Jornadas

5.5. Ética y derechos humanos

La gestión ética y el respeto a los derechos humanos son una parte esencial e integrante de la actividad de SGP Grup.

Para garantizar las pautas de un comportamiento ético y apropiado de la empresa, SGP Grup dispone de un Código Ético que contempla los principios que han de guiar la conducta de todas las personas que forman el Grupo. Por otro lado, la cultura de empresa también establece las bases a seguir para cualquier persona que forme parte del equipo humano del Grupo, además de reflejar los valores de la empresa y su manera de ser, la importancia de las personas y el que se espera de ellos.

Tal y como queda recogido en la política de SGP Grup, el respeto a los derechos humanos es un criterio fundamental en las decisiones de inversión y/o adquisiciones del Grupo.

6. I+D+i

SGP Grup trabaja para mejorar continuamente, innovar en todos los ámbitos de la empresa y desarrollar la cultura y sistemática de la innovación en todos los niveles del Grupo. La innovación se entiende como la reinversión constante del modelo de negocio porque sea económicamente rentable, respetuoso con el medio ambiente y generador de confianza entre los clientes.

	Año 2010	Año 2011
Inversión total en innovación (€)	379.182,00	420.033,00

6.1. Innovación transversal

Para generar ventajas competitivas, SGP Grup apuesta por una actividad permanente de innovación que permita incorporar nuevos conocimientos y tecnología y que se materializa en iniciativas, acciones y productos innovadores dirigidos a mejorar la actividad y la atención al cliente.

Mensajería instantánea

Instalación del sistema de mensajería instantánea como aplicación integrada en la centralita de la empresa. Permite una comunicación inmediata entre usuarios y permite visualizar las llamadas perdidas de una extensión. Esta aplicación ha contribuido a reducir el tráfico de correo interno en la empresa.

Posicionamiento de empresa

Participación en el proyecto Kynetec, como plataforma para conocer el posicionamiento de nuestra empresa con respecto otras del sector. Esta plataforma es receptora de datos de las empresas del sector de la distribución veterinaria y nos permite visualizar como fluctúa.

Transmisión datos productividad granjas

Utilización de un DigitalPen del programa Pigcham para transmitir los datos de productividad de las granjas hasta un terminal fijo en las oficinas desde donde son descargados los datos. Los datos se pueden enviar desde una Blackberry. Esta operativa nos permite evitar los desplazamientos desde granjas hasta las oficina centrales.

Nuevos productos con valor añadido puestos en el mercado

Victor Gel Moscas

Se trata de un producto novedoso por su presentación en gel. Este insecticida a diferencia de otros se puede eliminar fácilmente con agua, no se acumula en el medio ambiente, es libre de sustancias organofosforadas y es muy efectivo.

Dogs Rocks

Son unas piedras que se venden en paks de tres unidades y que introducidas en el bebedero del animal con agua, hacen que los orines del perro o gato reduzcan su concentración de nitrógeno y por tanto elimina el riesgo de manchar las superficie como alfombras, parquet o césped. Es un producto 100% natural y no afecta al metabolismo del animal.

Desratizaciones ecológicas

Con vocación de aportar soluciones innovadoras al sector del control de plagas, Bionet testó un control de ratas ecológico. El funcionamiento se basa en la colocación de trampas mecánicas que almacenan las capturas en un contenedor con productos conservantes para que no se pudran a corto plazo. Con este nuevo sistema se elimina el uso de rodenticidas y de cualquier otro producto tóxico para animales o personas.

6.2. Investigación y desarrollo. Alea!

La investigación y el desarrollo son aspectos inherentes en la actividad de SGP Grup y fundamentales para su crecimiento y competitividad. Su desarrollo ha consolidado la capacidad técnica que permite detectar y dar respuesta a las necesidades del sector respecto aspectos técnicos relacionados con la genética, trazabilidad y bioseguridad.

Alea! Centro Tecnológico de la Vida Animal

Las tareas de investigación y desarrollo se llevan a cabo desde Alea! nuestro centro tecnológico dirigido al ámbito porcino.



Objetivos de Alea!

- Posicionarse como centro de referencia de reproducción asistida porcina, donde se realicen proyectos de investigación propios destinados a satisfacer las inquietudes de los clientes y del mercado.
- Posicionar a la empresa como líder del sector potenciando las actividades de I+D+i que actualmente ya se están desarrollando.
- Obtener un producto diferenciado por la su calidad.
- Aprovechar la oportunidad de innovar para el cliente.
- Atender las necesidades de los clientes con relación a la determinación de parámetros de selección genética y mejorar la calidad de la carne en canal.
- Aportar nuevos conocimientos y asumir las necesidades del sector realizando proyectos conjuntamente con universidades y centros de investigación.
- Generar una sinergia de conocimientos que permitan a la empresa la diversificación de sus productos y servicios en campos diferentes a los actuales.

Actividad de Alea!. Trayectoria período 2010-2011.

Proyecto 1+0=10, Genética Aplicada al servicio del cliente.

El proyecto ha tenido como objetivo obtener la combinación híbrida de razas porcinas para poder extraer la máxima rentabilidad para una explotación ganadera. Esto ha sido posible al estudio de la trazabilidad genética en granjas experimentales.

En este sentido, la genética maternal de la empresa irlandesa *Hermitage* se ha demostrado como la mejor combinación posible para la línea paternal *Pietrain* de origen alemán y ampliamente desarrollada por Gepork. Todas las pruebas realizadas han evidenciado que los lotes resultantes de aplicar esta combinación presentan niveles muy elevados de homogeneidad, de prolificidad y de crecimiento. El índice de conversión, así mismo, y el porcentaje de magro presentan también resultados óptimos.

Presentación del proyecto y networking en el 21º IPVS Vancouver (Canadá)

Alea! como centro tecnológico presentó el proyecto de investigación; *Trazabilidad y evaluación genética para la mejora de la calidad de productos del porcino*, en el 21º Congreso de Veterinaria Porcina organizado en Vancouver.

El proyecto presentado tenía como objetivo desarrollar e implementar un sistema de trazabilidad individual en todo el proceso de producción del porcino, desde los núcleos de cerdas reproductoras hasta que el producto final llega a matadero, a nivel de lomo y jamón cocido. Han participado el IRTA (*Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentària*), la UAB (Facultad de Veterinaria) y la empresa Extrapernil de Vic.

Encuentro Científico Empresarial Europa - América Latina. Ciudad del Saber. Panamá.

El encuentro tenía como finalidad promover la política de la Unión Europea de apoyo a América Latina, incrementando el intercambio comercial en el área de I+D+i y en nuevas tecnologías. A la vez se creó un espacio de intercambio y negociación con la finalidad de establecer posibles negocios entre empresas de ambos lados del atlántico en los sectores TIC y Biociencias, y también poder establecer colaboraciones entre Parques Científicos y Tecnológicos para buscar lazos de cooperación, intercambio de experiencias y oportunidades de realizar proyectos conjuntos.

Proyecto Evaluación de los sementales Pietrain de Gepork

Conjuntamente con el IRTA (*Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentària*) se ha llevado a cabo este proyecto que consiste en la realización de testeos de los hijos de nuestros sementales para determinar cómo transmiten a la descendencia los parámetros genéticos para los cuales han sido seleccionados.

Visita del Conseller d'Innovació a nuestras instalaciones

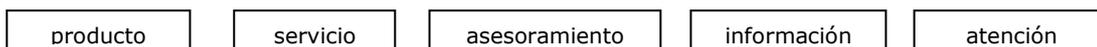
En enero de 2010 el *Conseller d'Innovació, Universitats i Empreses*, el Sr. Josep Huguet, visitó las instalaciones de la empresa. El Conseller quiso conocer de primera mano los orígenes de la empresa y los principales proyectos de futuro y valoró muy positivamente la creación del espacio Alea! como Centro Tecnológico muy enfocado hacia el ámbito de la investigación animal.



7. Clientes

SGP es una empresa con una orientación total hacia el cliente. Por ello, la atención activa hacia sus necesidades es primordial con el objetivo de conseguir la máxima calidad y la mejora continua y ofrecer soluciones innovadoras que permitan afrontar los retos del presente y futuro.

SGP Grup, líder en el sector de la distribución veterinaria en España, cubre de manera integral las necesidades de los clientes, siendo ésta la principal aportación de valor añadido del Grupo con respecto a la competencia:



Para adecuarnos a las necesidades y especificaciones de los diferentes tipos de clientes, cada marca dispone de personal comercial diversificado según la tipología de cliente, permitiendo así buscar la mejor solución para satisfacer y ofrecer el mejor producto y servicio al cliente.

El factor clave para alcanzar los objetivos de mejora en la atención al cliente es la implicación de todas las personas que forman el Grupo.

7.1. Calidad interna y el servicio

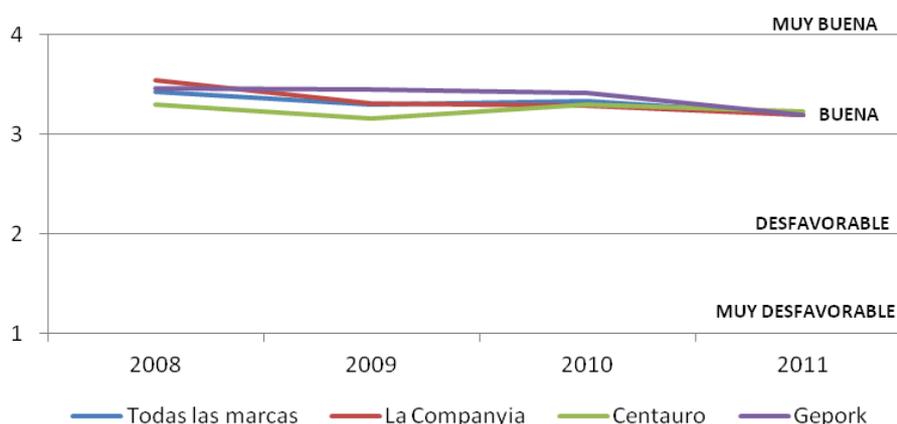
Con el objetivo de garantizar la mejora continua y la satisfacción de los clientes, desde el año 2001 SGP Grup dispone de un sistema de gestión de la calidad certificado según la norma ISO 9001. Éste integra las actividades de producción de dosis seminales, la distribución de productos zoonosanitarios y material veterinario, los servicios para la bioseguridad y los centros de reproducción.

En estos últimos años hemos ido incorporando a este sistema de calidad criterios medioambientales y de prevención de riesgos laborales con la intención de poder alcanzar un Sistema de Gestión Integrado en un futuro.

7.2. Satisfacción de los clientes

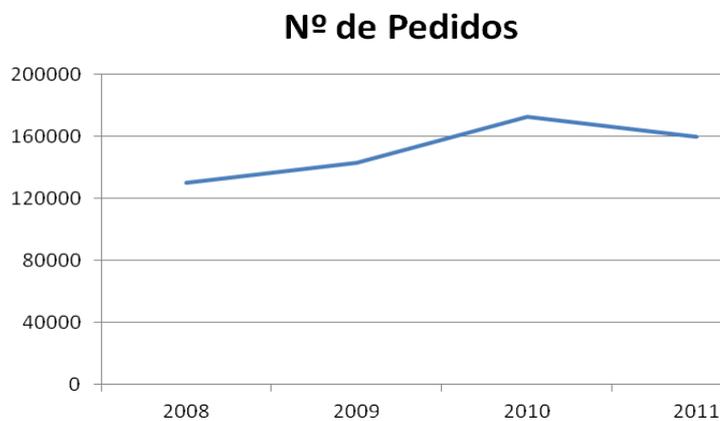
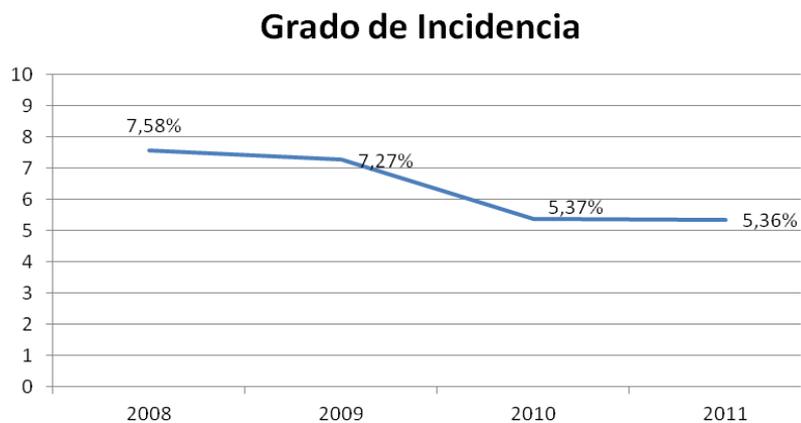
Un paso más en la voluntad de conseguir la máxima satisfacción de los clientes y su fidelización, es el sistema de evaluación del grado de satisfacción de los clientes establecido en el marco de la ISO 9001. Este sistema se basa en encuestas que se envían a una muestra de clientes estratificada por marcas y zonas y cuyo contenido se adecua a la tipología de cliente según su actividad.

Satisfacción del Cliente



7.3. Gestión de incidencias. Atención al cliente

Contemplado en el sistema de gestión de la calidad, disponemos de un sistema de gestión de incidencias de los clientes con un tiempo medio de respuesta de entre 24 y 48 horas. Todas las incidencias están tipificadas de manera que se conoce el motivo, quién la ha recibido y de qué cliente gracias a la gestión derivada de SAP.



Las incidencias que son recibidas desde el servicio de televenta y/o a través de los comerciales son desviadas al Departamento de Calidad desde donde se realiza la gestión y resolución de estas. Des del 2010 se lleva a cabo un sistema de control estadístico de las incidencias, con el objetivo de poder controlar la evolución de éstas y los resultados de las medidas adoptadas. Mensualmente, el Departamento de Calidad se reúne con la Dirección para realizar el seguimiento de estos datos.

7.4. El Portal de Centauro. La Tienda *on-line*

Des de finals de 2010 los clientes de Centauro tienen operativo el espacio web donde, a parte de poder realizar sus pedidos, pueden consultar amplia información.

Sobre la base del programa SAP, esta herramienta *online* ha sido desarrollada de manera que el usuario puede consultar el estado de los pedidos realizados, descargar sus facturas y navegar libremente por el amplio catálogo de Centauro.

Con más de 8.000 referencias de productos y unas 500 promociones activas la herramienta web es capaz de mostrar toda esta información actualizada al minuto y con todas las particularidades de cada cliente. Se define como un espacio web a medida del usuario donde, entre otras cosas, se podrá acceder fácilmente a los 150 productos que más ha consumido durante el último año o registrar su pedido tipo.



7.5. Fidelización de clientes

Con el objetivo de fidelizar a nuestros clientes, SGP Grup organiza jornadas técnicas y está presente en ferias de relevancia para el sector. Estas iniciativas permiten la participación de clientes en la mejora de los servicios, recogiendo sus necesidades y percepciones a través de las encuestas de satisfacción específicas.

Jornadas de formación para clientes

Con el objetivo de establecer vínculos con los clientes y potenciar las relaciones profesionales, anualmente se organizan diferentes jornadas sobre temas de interés para nuestros clientes. La temática es variada en función del perfil de cliente.

Estas jornadas persiguen los siguientes objetivos:

- Dar a conocer la empresa a posibles nuevos clientes.
- Compartir una experiencia en un entorno de proximidad que posibilita conocer mejor al cliente y ganar su confianza.
- Diferenciar a SGP Grup del resto de empresas del sector para obtener una ventaja competitiva respecto a la competencia, basada en una relación de calidad con los clientes.



La ubicación privilegiada de la Finca "El Macià", en la *Plana de Vic*, es un atractivo a la hora de llevar grupos de clientes a las instalaciones, dando proximidad a la empresa y facilitando las relaciones con los clientes. Estas jornadas también son una buena ocasión para establecer relaciones entre profesionales del mismo sector propiciando así contactos comerciales interesantes.

En el período 2010-2011 se han realizado un total de 7 jornadas que han contado con la participación de 339 asistentes.

Marca	Número de Jornadas	Número de Asistentes	Media asistentes por sesión
Gepork	4	284	71
Centauro	3	55	18
Total	7	339	45

La mayor parte de las jornadas suelen estar financiadas, totalmente o parcialmente, por empresas proveedoras que buscan la promoción de productos o bien tienen interés en organizar acciones conjuntas con SGP Grup.

Para conocer el grado de satisfacción de cada jornada, a través de una encuesta, se evalúa el grado de satisfacción del cliente, los aspectos a mejorar y las temáticas para sesiones futuras.

Asistencia a Ferias y Congresos

Con el objetivo de dar a conocer la marca, establecer contactos con clientes actuales y nuevos y posicionarse en el mercado, SGP Grup participa en ferias de ámbito estatal y europeo.

Relación de ferias donde las marcas de SGP Grup han participado con expositores

Marca	Feria	Año	Lugar
Gepork	FIMA	2011	Zaragoza
Gepork	Mercat del Ram.	2010-2011	Vic
Gepork	Europorc	2010-2011	Vic
Gepork	Eurovacum	2010-2011	Vic
Centauro	PROPET - Vet Madrid	2010-2011	Madrid
Centauro	AVEPA	2010	Barcelona
Centauro Equus	Equus Girona	2010	Girona

SGP Grup también participa en ferias como visitante para conocer proveedores y novedades del sector, y establecer relaciones comerciales.

Relación de ferias estatales que las marcas de SGP Grup han visitado

Marca	Feria	Año	Lugar
Centauro Equus	SICAB	2010-2011	Sevilla
Centauro Equus	Equus Girona	2011	Girona
Centauro – La Companyia	ZOOMARK	2011	Bologna (Italia)
La Companyia	IBERZOO	2011	Barcelona
Gepork	EUROTIER	2011	Hannover

7.6. Internacionalización. La expansión de la empresa.

El Departamento de Internacionalización se creó entre el 2009-2010 aprovechando la vocación internacional que, des del inicio, SGP Grup refleja en sus relaciones con proveedores, fabricantes y contactos de Europa y otros continentes.

El Departamento de Internacionalización siempre ha sido un departamento unipersonal que ha tenido dos objetivos principales: por un lado, buscar productos nuevos y gestionar las compras con proveedores extranjeros; y por otro, ampliar los contactos y la red de clientes en mercados internacionales.

Nuestro proyecto inicial de expansión territorial se centró en la Unión Europea, se preseleccionaron algunos *mercados-objetivo* por su proximidad geográfica. Éstos fueron Italia, Portugal, Francia, Hungría y Polonia.

Se analizaron las diversas estrategias de introducción en cada uno de estos mercados y los diversos canales de distribución posibles, ya que los actores, las necesidades de los clientes y la estructura del sector también son diferentes en cada uno de estos. Después de llevar a cabo diversos estudios de mercado y viajes de prospección con la colaboración de ACC10 y la *Cambra de Comerç*, se decidió ampliar esta selección. Por tanto, en una 2ª fase, y mucho más conocedores de los mercados internacionales, nos focalizamos hacia mercados más lejanos, tanto des del ámbito geográfico como cultural y que, actualmente, son países con un gran potencial. Nos referimos a la zona del sureste asiático y América del sur.



Actividad del Departamento, 2010-2011

Visita de la Directora del Centro de Negocios de Portugal. Marzo 2010

Una delegación de Centro de Negocios de Portugal visitó las instalaciones de la empresa y en concreto el laboratorio del Centro de Inseminación con el objetivo de conocer el proceso de producción y trazabilidad de las dosis seminales.

Asistencia al Congreso BSAVA de Birmingham. Abril 2010

Una delegación de la empresa asistió al Congreso BSAVA de Inglaterra con la finalidad de encontrar nuevos proveedores. El viaje se aprovechó también para visitar los 2 distribuidores más importantes de productos de pequeños animales con el objetivo de compartir sinergias y conocer su modelo de negocio.

Viaje de prospección a Hungría. Junio 2010

En el Marco del programa NEX PIPE y en colaboración de la Oficina de ACC10 de Budapest, viajamos a Hungría para establecer contactos con clientes potenciales.

Viaje de prospección a Italia. Julio 2010

Tanto la Responsable de Internacionalización como el técnico de Sanidad animal viajamos a Italia con el objetivo de visitar diversas empresas del sector porcino del norte del país interesadas en conocer Gepork y sus productos y para analizar las posibilidades conjuntas de negocio.

Asistencia a la Feria Eurotier de Hannover. Noviembre 2010

Representantes de diversos departamentos de la empresa viajaron a Alemania para visitar la feria Eurotier, siendo éste uno de los acontecimientos del sector con más poder de convocatoria. Tanto en Europa como en el resto del mundo.

Asistencia a la Feria VIV Rusia de Moscú. Mayo 2011

Con la finalidad de ampliar contactos hacia el este de Europa, viajamos a Rusia para conocer la feria VIV Rusia. Es una feria de dimensiones reducidas pero con un potencial importante en estos mercados.

Asistencia al Congreso OIPORC. Junio 2011

Aprovechando la celebración del Congreso internacional OIPORC celebrado en Évora, que reunía personalidades del sector porcino de los países suramericanos, una delegación de SGP Grup se desplazó a Portugal para establecer contactos con veterinarios y asociaciones de productores y conocer el desarrollo del sector en países potenciales como Colombia, Méjico y Uruguay.

7.7. Balance objetivos de empresa 2010-2011

OBJETIVOS CONSEGUIDOS

1. Sistema de control de incidencias
2. Mejora de la infraestructura tecnológica
3. Implantación mensajería interna
4. Cuadro de gestión empresarial. Controlling
5. Plan de Promoción Internacional
6. Plan de Comunicación Interna
7. Pla de Marketing
8. Publicación informe sostenibilidad
9. Puesta en marcha del nuevo almacén
10. Nuevo servicio de recogida de cadáveres
11. Optimización sistema de devoluciones a proveedores
12. Proceso de consultoría *Call Center*
13. Minimización costes plan de formación
14. Proyecto de evaluación por objetivos
15. Incremento de los activos económicos
16. Reducción de facturas emitidas y conseguir el cierre mensual
17. Reducción de las dosis no comercializables
18. Mantener la efectividad en el servicio de entregas
19. Reducir la media de días de cierre en incidencias de compras
20. Potenciar los servicios de tratamiento en control de plagas
21. Incrementar la obertura de Bionet hacia clientes nuevos



OBJETIVOS NO CONSEGUIDOS / EN MARCHA

1. Implantación de todos los portales SAP
2. Sistema de indicadores TIC
3. Potenciar las actividades de I+D+i
4. Profundizar en la gestión interna de proveedores
5. Ampliar la cartera de productos de control de plagas
6. Incrementar el índice de repetición de compras de los productos Bionet per parte de los clientes
7. Incrementar los activos económicos del Centro de Inseminación
8. Reducir las incidencias asociadas a la comercialización de dosis seminales
9. Mejorar el control y gestión de impagados
10. Reducir los días de estoc de las mercancías



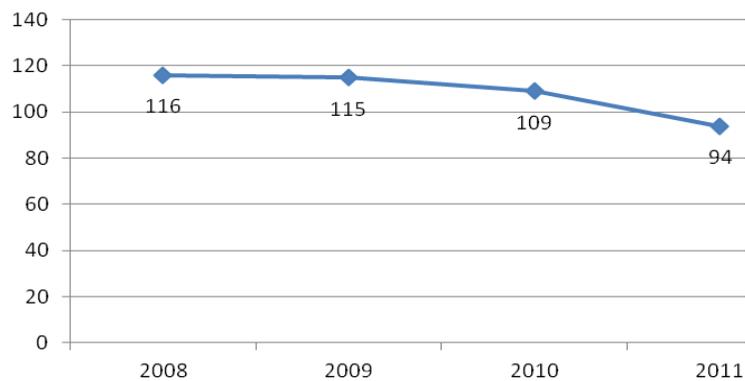
7.8. Objetivos de empresa 2012

Objetivos 2012
Redacción nuevo Plan de Desarrollo de Bionet
Incrementar clientes en el servicio de recogida de cadáveres
Reducir queries de BI a las estrictamente necesarias + cuadro de gestión para comerciales (25% reducción)
Plan de Viabilidad del Centro de Distribución de Medicamentos de Humana
Consolidar el procedimiento de evaluación por objetivos que se inició en el 2011 para valorar a los trabajadores/as de forma objetiva.
Facturación de 36.657.266 €
Reducción facturas emitidas – 30% respecto el 2011
Gestión de impagos superior al 80% de casos y % de impagos respecto la facturación inferior al 2,50%
Conseguir la venta de 480.000 dosis de semen, o una facturación equivalente a 1.400.000 €.
Dosis caducadas por debajo del 1,5% de la producción total
Reducir las incidencias con afectación a cliente a un 0,30%
Fomentar y establecer las relaciones comerciales con otros distribuidores. Alianza empresarial.
Expansión Global del Grupo con priorización de los productos (F.C. Barcelona)
Plan de marketing 2012

8. Equipo humano

En línea con los valores de SGP Grup, la gestión del equipo humano se basa en conseguir la satisfacción y el enriquecimiento profesional del equipo humano, como factores esenciales en un contexto de innovación constante. Así, el Grupo persigue la implicación activa y el desarrollo de las capacidades de las personas, reforzando tanto el trabajo en equipo como el individual.

Plantilla media equivalente



En 2010 la plantilla de trabajadores se redujo un 6% y lo hizo un 14% en el 2011. Este decrecimiento necesario, nace en el hecho de garantizar la viabilidad económica de la empresa, invertir en eficiencia y poder hacer frente a los requerimientos externos del mercado. Con cifras de 2011, la nacionalidad de la plantilla de trabajadores/as era en un 98% del país.

Perfil de la plantilla

Franja edad trabajadores/as	2010			2011		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Hasta 25 años	5	3	8	3	3	6
De 26-35 años	18	31	49	16	27	43
De 36-45 años	14	16	30	9	15	24
De 46-55 años	4	8	12	6	7	13
Más de 55 años	8	2	10	6	2	8
TOTAL	49	60	109	40	54	94

A partir de la tabla anterior podemos visualizar que la plantilla de trabajadores de la empresa se caracteriza por presentar un perfil joven (la franja principal se sitúa entre los 26 y 45 años) y paritaria con respecto hombres y mujeres.

Desde Servicios Genéticos Porcinos se apuesta por la integración de discapacitados en el mundo laboral. Durante el periodo 2010-2011 un 2,44% de la plantilla de trabajadores presentaba algún tipo de discapacidad. Este dato se ha incrementado un 64% con respecto el 2008.

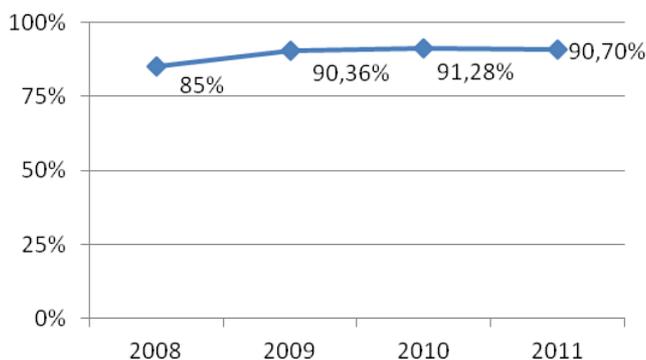


	2010	2011
Porcentaje de personal con alguna discapacidad	2,75%	2,13%

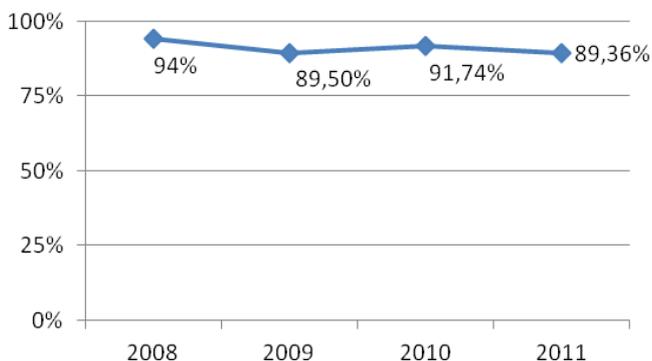
8.1. Estabilidad

Uno de los objetivos de la gestión del equipo humano es la priorización de la contratación de carácter indefinido para estabilizar la plantilla. Así, el porcentaje de personas trabajadoras con contrato indefinido sigue una tendencia al alza en los últimos años hasta situarse en 2011 en un 90,7%. Un 89,36% de la plantilla trabaja a jornada completa.

Plantilla con contrato indefinido

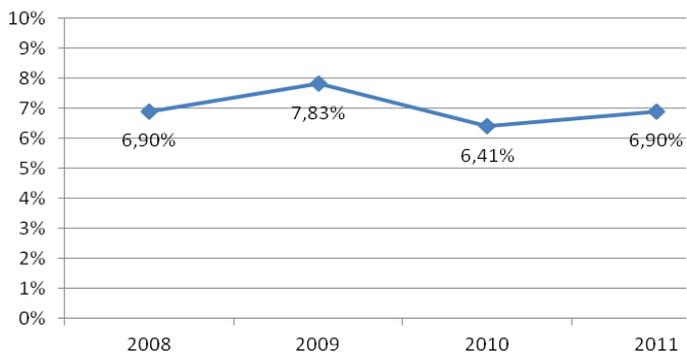


Plantilla con jornada completa



En cuanto a las bajas voluntarias, podemos comprobar que se mantienen con una cierta estabilidad a lo largo de los últimos 4 años. Cabe destacar que algunas de las bajas recibidas en los dos últimos años han sido para poder dar continuidad y/o ampliar la formación de los mismos trabajadores.

Rotación no deseada



8.2. Igualdad de oportunidades, conciliación de la vida personal y laboral y beneficios sociales

Desde SGP Grup creemos muy importante establece medidas de conciliación de la vida laboral y personal de nuestros trabajadores. En este sentido, somos partidarios de personalizar las medidas de conciliación en función de las necesidades de cada trabajador.

Fomento de la igualdad

El fomento de la igualdad forma parte de la política de responsabilidad social de la empresa. En 2011 el 57% de la plantilla estaba constituida por mujeres. La política retributiva no hace discriminación de género y el salario más alto de la plantilla es 3,4 veces superior al salario más bajo.

Coincidiendo con el día de la mujer trabajadora se han llevado a cabo campañas de comunicación interna que refuerzan y fomentan la igualdad de género. Algunas acciones que se han desarrollado para el período 2010-2011 han sido la Campaña Mujeres Ilustres a través de la Intranet de la empresa y la difusión de posters sobre la igualdad de género.

Medidas de conciliación

- Adaptabilidad de los horarios laborales en función de las necesidades personales de las personas trabajadoras, mediante la flexibilidad horaria o las reducciones de jornada.
- Jornada intensiva durante el mes de agosto.

Beneficios sociales

Los beneficios sociales dan cobertura a todas las personas trabajadoras exceptuando aquellas que están en período de prueba. Estos beneficios son comunicados mediante trípticos

- Ayudas de hasta el 50% del importe para cursar estudios de especialización o postgrado.
- Descuentos en establecimientos diversos de la comarca, que incluyen, electrodomésticos, estética, idiomas e informática entre otros.
- Servicio de comedor dirigido a todas las personas que deseen quedarse a comer en la empresa.
- Formación en idiomas (inglés) para todas las personas trabajadoras y de manera totalmente subvencionada.

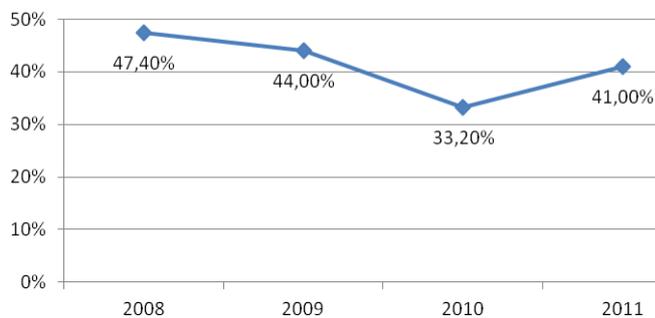


8.3. Formación de valor añadido

La formación es un elemento clave para ofrecer el mejor servicio y garantizar la calidad en un entorno innovador. En el periodo 2010-2011, la inversión en formación de valor ha sido de 27.126 € con una cobertura del 33% y 41% respectivamente de la plantilla. En este sentido, se excluye de este porcentaje la formación dirigida a prevención de riesgos laborales, formación implícita en el lugar de trabajo y contemplada a través de un indicador diferente.

Se entiende por formación de valor añadido, aquella que aporta nuevos conocimientos y eficiencia al lugar de trabajo.

% Plantilla que ha recibido formación de valor añadido



	2009	2010	2011
Porcentaje de inversión en formación de trabajadores/as con respecto a la masa salarial de éstos	0,72%	0,59%	0,28%
Inversión en formación (€/ trabajador/a)	206,42€	176,82€	83,54€

La inversión en formación durante el periodo 2010-2011 se ha visto reducida considerablemente debido a la política de contención de gastos motivada por la situación económica actual. En este sentido, durante este periodo se han buscado vías de financiación con el objetivo de poder seguir garantizando la formación al trabajador.

Entre las alternativas de financiación destacamos la formación subvencionada, gratuita y la formación interna realizada por los mismos trabajadores con conocimiento sobre la materia.

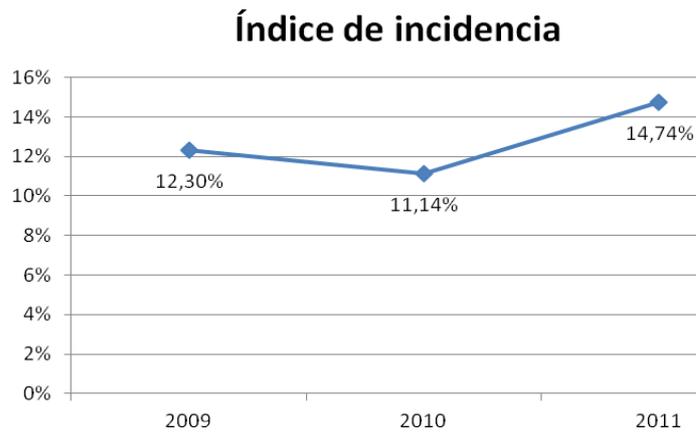
8.4. Prevención de Riesgos Laborales

Para la gestión de los aspectos relacionados con la seguridad y la salud del equipo humano, des del Departamento de Sistemas de Gestión se trabaja para aplicar las medidas necesarias para garantizar el cumplimiento de la normativa vigente. Por ello, periódicamente se evalúan los riesgos de la empresa, para ajustarse al crecimiento de la empresa. Así, se dispone de un Plan de acciones preventivas i correctoras que evolucionan de acuerdo con las actualizaciones de la evaluación.

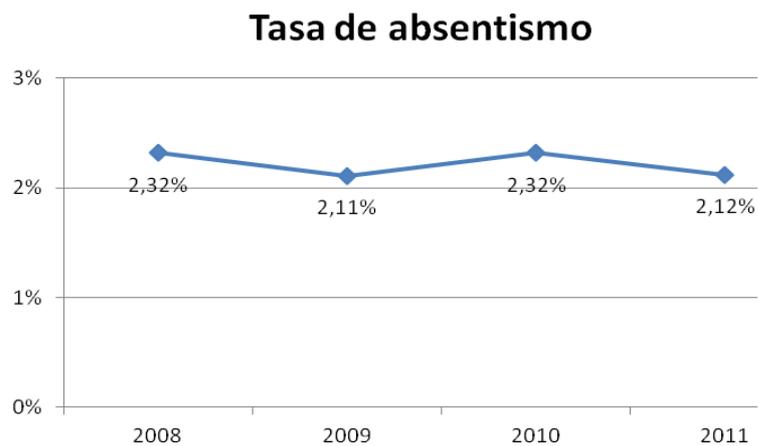
Actualmente no existe un Comité de Seguridad y Salud, pero la persona responsable del Departamento de Sistemas de Gestión actúa como trabajador designado en materia de prevención y según los requerimientos de la Ley de prevención y riesgos laborales.

Indicadores de prevención

El índice de incidencia reflejado en el gráfico solo contempla los accidentes por causas laborales sin tener en cuenta las bajas por contingencias comunes. En el 2011 el índice de incidencia se ha incrementado respecto al 2010. Este incremento ha recaído en incidentes leves del personal de almacén.

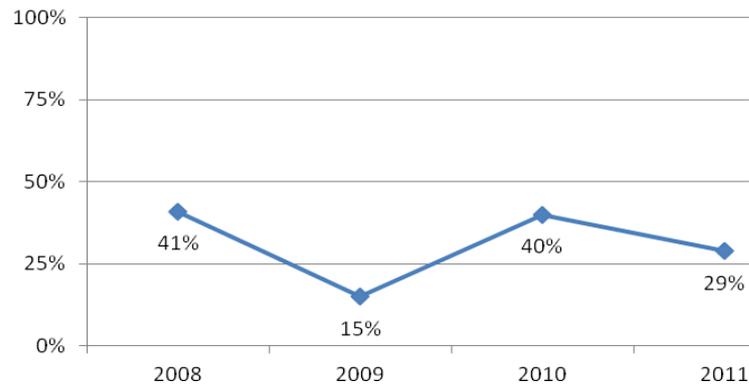


El índice de absentismo no presenta muchas oscilaciones en los últimos 4 años. Manteniéndose entre el 2% y el 2,3%.



SGP Grup imparte formación a través de PREVINT y ofrece la máxima información a la plantilla para garantizar la prevención en riesgos laborales.

Formación en PRL



El porcentaje de formación en PRL que reciben los trabajadores varía anualmente en función del perfil del lugar de trabajo. En este sentido, mientras que un perfil administrativo realiza la formación en intervalos de tres años, un perfil técnico de laboratorio o cuidador de granja la hace con periodicidad superior.

8.5. Objetivos

Objetivos planteados 2010-2011	Cobertura
Minimizar los gastos del Plan de Formación 2011	100%
Iniciar el proyecto de evaluación por objetivos	100%
Disminuir el absentismo laboral con respecto 2009	90%
Disminuir el índice de rotación no deseada con respecto 2009	100%

Objetivos planteados 2012
Consolidar el procedimiento de evaluación por objetivos iniciado en 2011 para valorar a los trabajadores/as de forma objetiva.
Continuar trabajando para mejorar los resultados de los indicadores de personal

9. Medio ambiente

El respeto por el entorno natural es un compromiso firme para SGP Grup. Consciente del impacto que su actividad tiene sobre el medio, el Grupo desarrolla acciones para disminuir el consumo de recursos y minimizar su huella ecológica.

El Entorno natural.

Sede Central. Finca "El Macià"

La sede central de SGP Grup está situada en una zona rural en la *Plana de Vic* rodeada de masías, campos y bosquetes. La Finca de unos 18.449 m² bordea un meandro del río Gurri, afluente directo del Ter. Pertenece al término municipal de Les Masies de Roda, Barcelona.



Centro de Inseminación El Grèvol

Se encuentra situada entre los espacios naturales del Montseny y Guillerries-Savassona. El centro ocupa una superficie de 1.293 m² y se encuentra rodeado de bosques de frondosas y abetos. Dispone de una capacidad para 120 sementales. Pertenece al término municipal de Espinelves. Girona



Centro de Inseminación de Can Virosta

Se encuentra dentro del Plan de Espacios de Interés Natural de las Sierras de Milany - Santa Magdalena y Puigsacalm - Bellmunt, en un entorno de la Red Natura 2000. Ocupa una superficie de 1.149 m² y dispone de una capacidad para 142 sementales. Pertenece al término municipal de Ripoll y próximo a Vallfogona de Ripollès. Girona.



Afección al territorio. Impactos ambientales.

La proximidad de los centros de trabajo a espacios naturales protegidos y con una cierta vulnerabilidad origina que se establezca un control permanente de la actividad sobre el territorio.

Los principales impactos detectados en el desarrollo de la actividad de la empresa son:

- Emisiones de CO₂ asociadas a la flota de vehículos de transporte comercial y distribución
- Consumo de agua y energía
- Producción de residuos

No se detectan impactos ambientales significativos sobre el suelo en ninguno de los centros de trabajo.

Gasto e inversiones ambientales

En el periodo 2010-2011 SGP Grup ha invertido 70.140,69 en acciones de mejora para la gestión de los aspectos ambientales.

Acciones de mejora	2010-2011 (€)
- Reciclaje de medicamentos caducados	3.493,23 €
- Transporte de lodos y mantenimiento de depuradora	2.042,34 €
- Proyecto de conexión agua red municipal	49.086,72 €
- Gestión de lodos EDAR en la planta de compostaje	3.531,11 €
- Realización de analíticas de aguas EDAR	809,20 €
- Reciclaje de cartón y papel	4.783,70 €
- Gestión de residuos ganaderos especiales	267,85 €
- Gestión de residuos sanitarios	165,72 €
- Costes asociados en material gestión de residuos	5.960,82 €
Total	70.140,69 €

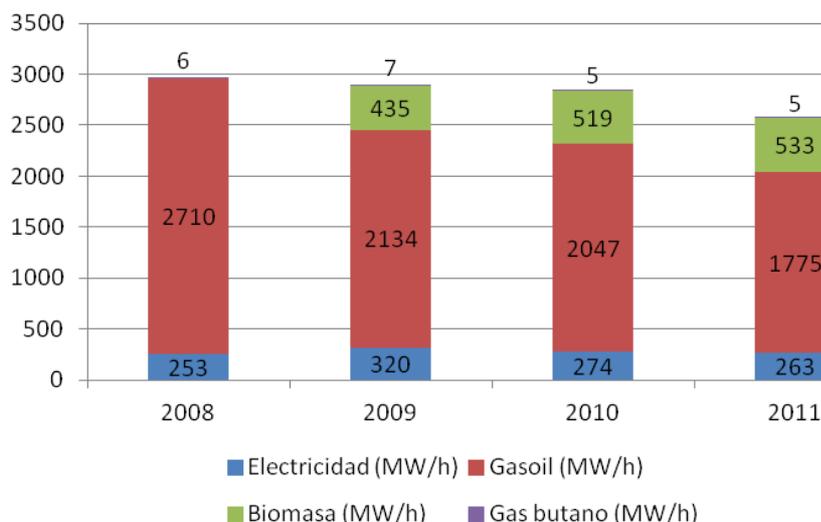
9.1. Consumo de energía y agua

Consumo de energía

Debido a la actividad logística de SGP Grup, el principal consumo energético es el consumo de gasoil relativo a la flota de transporte formada por 17 vehículos.

El consumo de gasoil representa entre el 80-90% del consumo total de energía. Respecto al consumo de gas butano, es prácticamente residual (300 kg/butano anuales) básicamente asociado a la cocina.

Consumo de Energía en las instalaciones de El Macià y los Centros de Inseminación



Tal i como se puede visualizar, a partir del 2009 entran en funcionamiento las calderas de biomasa de Can Virosta y El Macià, y se reduce el consumo de gasoil, utilizando una energía más limpia y neutra en referencia al balance de emisiones de CO₂.

Acciones para reducir el consumo de gasoil en el transporte y desplazamientos

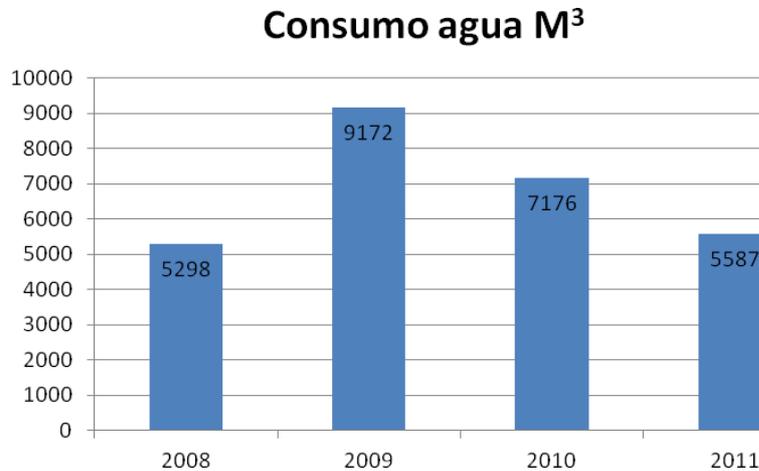
Aunque el transporte representa el principal consumidor de energía en la empresa, también es el ámbito que nos deja menos margen de actuación. No obstante, en el periodo 2010 – 2011 se han puesto en marcha una serie de acciones dirigidas a reducir estos consumos:

- Realización de cursos de conducción eficiente dirigidos a transportistas y comerciales, con el objetivo de adquirir buenos hábitos en la conducción y reducir el consumo de combustible. En el 2010 se beneficiaron un total de 19 trabajadores de esta formación.
- Plan de optimización de rutas de transporte para valorar la viabilidad de éstas en función del coste.
- Potenciar el uso de las nuevas tecnologías como la videoconferencia para evitar desplazamientos innecesarios.
- Optimizar los viajes por reuniones con destino común entre las personas de la empresa
- Adquisición de vehículos comerciales de bajo consumo y alto rendimiento.



Consumo de agua

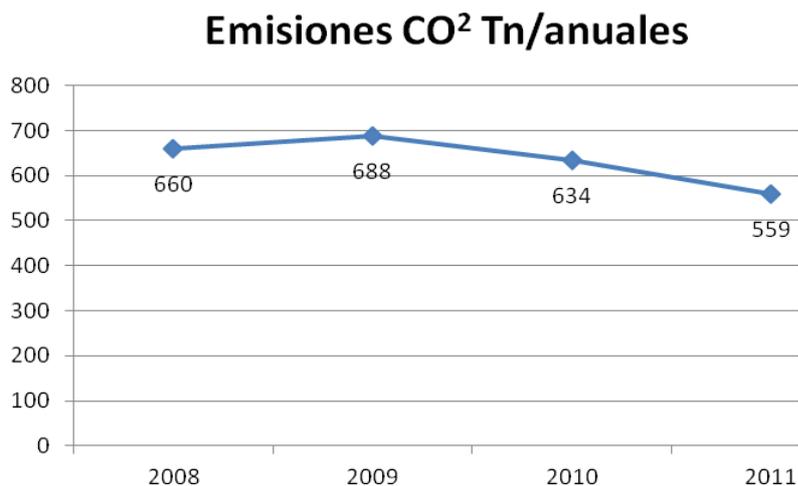
El 2011, las instalaciones de El Macià se conectaron a la red de agua municipal, esto ha permitido eliminar la dependencia externa de agua a través de cisternas.



A partir del 2009 el lavado de vehículos se realiza fuera de las instalaciones de la empresa. El consumo reflejado en el gráfico incluye el consumo en El Macià y los Centros de Inseminación.

9.2. Emisiones de gases efecto invernadero

Como empresa del sector de la distribución las principales emisiones de efecto invernadero son las asociadas al transporte. En este sentido, el 83% de las emisiones atmosféricas provienen de la flota de vehículos de distribución y vehículos comerciales.



Tn CO ₂ Emitidas al año	2010	2011
Electricidad	95.9	92.2
Gasoil	537	466
Butano	0.90	0.95
Total SGP Grupo	634	559

En los últimos dos años las emisiones de CO₂ se han reducido como consecuencia directa de la puesta en marcha de las calderas de biomasa y el plan de optimización de rutas entre otras actuaciones.

9.3. Gestión de residuos y gestión de aguas residuales

Para asegurar una correcta gestión de los residuos que genera la actividad de SGP Grup, se dispone de un gestor específico en función de la tipología de residuo que garantice el tratamiento más adecuado, y por tanto su reciclaje o aprovechamiento.

Residuos no peligrosos	2010	2011	Destino
Rechazo (Kg)	66.328	66.120	Vertedero
Papel oficinas (Kg)	2.160	2.100	Reciclaje
Papel y cartón del almacén (Kg)	23.230	16.760	Reciclaje
Envases (Kg)	195	187	Reciclaje
Pilas (Kg)	15	22	Reciclaje
Toners (Kg)	15	12	Reciclaje
Aceite de cocina (litros)	64	41	Reciclaje
Sanitarios Grupo II (asimilables a urbanos) (Kg)	2.228	2.364	Reciclaje
Fluorescentes (unidades)	59	68	Reciclaje

Residuos peligrosos	2010	2011	Destino
Sanitarios Grupo III (Kg)	13.243	12.772	Incineración
Ganaderos especiales (Kg)	15.930	16.650	Incineración
Medicamentos caducados (Kg)	560	1.680	Valorización/ inertización
Lodos de depuradora (Kg)	36.300	21.780	Compostaje

Eco puntos de residuos

Con el objetivo de fomentar la recogida selectiva entre los trabajadores, se han adecuado diferentes emplazamientos de la empresa con contenedores específicos para depositar residuos como pilas, envases, papel, móviles, etc.



Buenas prácticas ambientales en el material de oficina

- *Reutilización del cartón del almacén*
Una parte del cartón producido en el almacén es reutilizado en el proceso de preparación de pedidos. El cartón es triturado en una máquina y el producto resultante se utiliza como relleno de protección en las cajas de pedido.
- *Utilización de papel ecológico en oficinas*
Des de 2009 el papel que utilizamos en oficinas está certificado con el distintivo ecológico ECOLABEL. En los procesos de producción de este papel se ahorra un 30% de energía, un 45% de agua y un 71% de emisiones atmosféricas. La materia prima de este papel proviene de bosques de silvicultura.
- *Reutilización de material archivos y carpetas*
Con el objetivo de reducir el consumo de material nuevo de archivo como carpetas, archivadores o subcarpetas, una vez utilizado, se guarda en el almacén de papelería con la finalidad de que pueda ser reutilizado por otras personas que lo necesiten, evitando así la necesidad de comprar producto nuevo.
- *Reutilización de papel*
En muchos departamentos de la empresa el papel impreso por una sola cara es depositado en bandejas y se reutiliza como papel de notas de doble uso.



Gestión de aguas residuales

La finca "El Macià" dispone de un sistema de depuración propio formado por una estación depuradora de aguas residuales. La instalación de depuración se complementa con un separador de hidrocarburos que tiene como objetivo recoger las pérdidas de gasoil de surtidor de combustible.

Todas las aguas residuales depuradas son vertidas al cauce público y se dispone del permiso de vertido pertinente por parte de la Agencia Catalana del Agua.

Desde 2011, al proceso de depuración se incorpora un activador biológico para incrementar la eficiencia de la depuración.

9.4. Objetivos

Objetivos planteados 2010-2011	Cobertura
Reducir el consumo de combustibles de transporte a través de medidas como la conducción eficiente	100%
Reducir las emisiones de CO2 entre un 20% - 25%	Reducción del 18%
Reducir el consumo de papel un 5%	Reducción del 3%
Impulsar una campaña para la recogida de aparatos electrónicos	100%

Objetivos planteados 2012
Incrementar el grado de eficiencia energética en las instalaciones a través de la instalación de iluminación eficiente, gestión de la energía reactiva y eficiencia en el confort térmico
Conseguir los índices de reducción de emisiones de CO2 y consumo de papel fijados para 2011

10. Grupos de Interés

10.1. Acción social e implicación con la comunidad

SGP Grup impulsa diversas iniciativas con el objetivo de contribuir al crecimiento de la comunidad local del entorno cercano, siendo éste uno de los principales criterios a considerar a la hora de apoyar proyectos. La empresa realiza el seguimiento de todos los proyectos impulsados, de manera que no se limita a la aportación económica.

Acciones de implicación social. Periodo 2010-2011
Acogida de alumnos de Comercio Exterior procedentes del centro INTAC VIC en nuestras instalaciones con el objetivo de conocer nuestro modelo de Plan de Internacionalización. 2010
Campaña recaudación económica a favor de Intermón Ayuda Humanitaria para ayudar a los damnificados por el terremoto sucedido en Haití. 2010
Participación en el Pregón de la Fiesta Mayor del Ayuntamiento de Les Masies de Roda. 2010
Participación en el proyecto promovido por el Ayuntamiento de Manlleu y la Delegación de la <i>Cambra de Comerç d'Osona</i> sobre la situación de los polígonos industriales de Osona Norte. 2010
Aportación económica a Cáritas – Cruz Roja dirigida a ayudar a colectivos desfavorecidos y/o con riesgo de exclusión social. 2010
Realización de la ponencia <i>Energia i Competitivitat</i> promovida por la <i>Cambra de Comerç de Sabadell</i> y dirigida a pymes sobre el nuestro plan de eficiencia energética. 2011
Campaña anual de fomento de la lectura entre los trabajadores facilitando el intercambio de libros con motivo de la diada de San Jordi. 2010-2011
Colaboración con la Protectora de Animales de Osona en la donación de comida y equipamiento para sus instalaciones. 2010-2011
Gestión de medicamentos con la Fundación Humanitaria Trueta a través de la cual se contribuye al desarrollo de proyectos de ayuda humanitaria en países en vías de desarrollo. 2010-2011
Acogida de alumnos en prácticas mediante convenio. Durante el periodo 2010-2011 se han beneficiado un total de 11 alumnos procedentes de los siguientes centros y organismos: IES Círvianum (Torelló), Colegio Escorial (Vic), Oficina Promoción Económica (Manlleu), Facultad de Osnabrück (Alemania), Ayuntamiento de Manlleu y SEFED Manlleu. La estancia media en la empresa ha sido de un mes.

10.2. Relaciones Asociativas

SGP Grup es una empresa plenamente arraigada en el territorio con el firme compromiso de contribuir, no solo al desarrollo económico, sino también al desarrollo sostenible del entorno y la sociedad. Por ello trabaja para establecer vínculos de cooperación y colaboración con diferentes agentes, como asociaciones empresariales y sectoriales, especialmente enfocadas en el desarrollo de iniciativas de innovación y mejora de los productos y servicios del Grupo.

La participación en estas asociaciones se centraliza en la figura del director general, el cual es miembro de las siguientes entidades:

- Junta de la delegación de Osona de la *Cambra de Comerç de Barcelona*
- Plenario de la *Cambra de Comerç de Barcelona*
- Comité Organizador de EuroPorc y EuroVacum (organizado por el Ayuntamiento de Vic)
- Agrupación de Empresas Innovadoras de la Carne de Cerdo de Catalunya
- Asociaciones de empresas comerciales/distribuidoras: AEMASA – AZEPZ – ASEMAZ
- Comisión Asesora de la Feria Expoáviga
- Lonja de Contratación del Porcino de Vic
- Jurado del Concurso de Canales Porcinas del *Mercat del Ram de Vic*
- Asociación Nacional del Porcino Selecto
- Agrupación de Empresas Innovadoras de la Carne de Cerdo de Catalunya INNOVACC

10.3. Objetivos

Objetivos planteados 2010-2011	Cobertura
Colaboración con otras empresas de la comarca en proyectos de interés social-ambiental	100%
Colaboración mediante aportación económica con entidades sociales del entorno cercano	100%
Campaña fomento de la lectura a nivel de empresa	100%
Campaña para difundir la igualdad de género en la empresa	100%
Proyecto de aplicaciones bactericidas del cobre	Desestimado

Objetivos planteados 2012-2013
Continuar con el desarrollo de campañas de acción social que permiten una implicación directa del trabajador con el soporte de la empresa
Colaborar con algún proyecto de desarrollo en países terceros.
Establecer vínculos de formación con la comunidad universitaria y/o científica
Divulgación de eventos de acción social a través de la Intranet de la empresa

10.4. Relación con empresas proveedoras y contratadas

SGP Grup es consciente del papel fundamental que tienen las empresas proveedoras y contratadas a la hora de ofrecer un servicio y producto de calidad y de garantizar su suministro para un buen funcionamiento de la actividad de la empresa. Así, SGP Grup mantiene una relación muy cercana con los proveedores y distribuidores, tanto por el tipo de intercambio comercial que realizan como por la contribución que algunos de estos han tenido en el crecimiento del Grupo.

Proveedores como socios estratégicos

Teniendo en cuenta la importancia que tienen los principales proveedores, SGP Grup fomenta unas relaciones similares a las de los socios empresariales. Por esto, el director general de SGP Grup viaja a menudo a Alemania donde ha establecido vínculos personales y profesionales con el exgerente de VAS, la asociación Alemana de la raza porcina *Pietrain*, de la cual Gepork comenzó a importar los primeros sementales, y con las familias de tradición ganadera, Rowner y Hamann.

Respecto a los acuerdos establecidos con multinacionales, como Pfizer, de la división de salud animal, ha generado una buena relación personal y ha permitido obtener unos resultados económicos positivos y ascendentes, y Hill's, de alimentación para perros, han sido estratégicos para el crecimiento y consolidación del Grupo y para al reforzar su presencia.

Procedimiento para homologación y evaluación de productos

Las compras se realizan siguiendo un procedimiento formal que homologa todos los productos y evalúa los proveedores en función de diferentes criterios. Las compras se diferencian según la tipología: compras de mercancías o productos de distribución externa y compras y servicios asociados a la actividad interna de la empresa.

Respecto a las mercancías, los criterios de homologación se basan en el cumplimiento de la legislación vigente, la disposición de certificados de norma, la calidad del producto, la calidad del servicio y la capacidad de comunicación y acuerdo bidireccional entre ambas partes.

Priorización de proveedores locales

Siempre que es posible, SGP Grup prioriza las compras en el mercado local; se trata mayoritariamente de las compras o servicios dirigidos a la actividad interna de la empresa. Así, la gran parte de los credores son de la comarca, por motivos de confianza, y básicamente se trata de servicios profesionales, mantenimiento, reparaciones, material de oficina, etc.

A nivel de mercancías, las características de los productos farmacéuticos y veterinarios obligan, en la mayoría de los casos, a trabajar con laboratorios de la península o a nivel europeo. En cualquier caso, tan solo un 2% de las mercancías son de origen internacional.

Criterios ambientales y sociales en la selección y/o evaluación de proveedores

A nivel de proveedores de grandes marcas nacionales y multinacionales, SGP Grup tiene un margen de actuación limitado ya que solo actúa como distribuidor del producto hacia el cliente. No obstante, sí que puede incidir sobre los credores de servicios. Así, en medida de lo posible y en función del tipo de servicio ofrecido, SGP Grup considera criterios ambientales y sociales. Algunos ejemplos son: los gestores de residuos que colaboran con causas sociales o las empresas de profesionales con responsabilidad ambiental en su servicio y/o actividad.

11. Economía

La gestión económica de SGP Grup está enfocada a conseguir el equilibrio económico y financiero. La empresa utiliza como herramienta de gestión económica los presupuestos anuales, que son aprobados por el Comité Estratégico y gestionados periódicamente por el Departamento de Administración y Finanzas.

	2009	2010	2011
Presupuesto	7.913.727 €	8.011.171 €	7.404.099 €

La situación económica de los últimos años ha comportado una reducción del presupuesto de la empresa asociado a la minimización de costes.

11.1. Indicadores económicos

Valor económico generado y su distribución

Agregado de SGP Grup (Servicios Genéticos Porcinos y Centre Veterinari Vic)

Variable	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Valor económico generado			
Ventas netas (€)	52.558.344,29	49.104.216,39	46.964.061,95
Valor económico distribuido			
Costes de explotación (€)	52.853.876,60	49.249.343,98	46.817.067,66
Costes salariales totales (€)	3.302.970,73	3.373.358,00	2.857.447,86
Donaciones/inversiones a la comunidad (€)	300	0	0
Beneficio neto antes impuestos (€)	-	-	-
Pagos a proveedores de capital (€)	-	-	-
Pagos a gobiernos	-	-	-
Cifra de negocio (€)	53.073.902,44	48.733.254,74	46.179.817,65
Subvenciones de administraciones (€)	170.000,00	47.408,00	14.842,00

11.1. Objetivos

Objetivos planteados 2010-2011	Cobertura
Plan de reducción de costes	100%
Reducción de facturas emitidas	100%
Optimización del cierre mensual	100%
Mayor control y gestión de impagados	43%
Alcanzar los objetivos de ventas planificadas para el 2011	91%
Operatividad del cuadro <i>Controlling</i> para el seguimiento presupuestario de cada departamento	100%

Objetivos planteados 2012-2013
Establecimiento de un sistema de cobro para la gestión de impagados, en función del nominal de los mismos con el objetivo de cubrir el coste que supone la contabilización, el seguimiento, abrir el aviso y enviar <i>sms</i> al comercial.
Cumplir el objetivo de ventas establecido para el 2012
Dar continuidad al Plan de reducción de costes
Establecer alianzas comerciales para incrementar las ventas y favorecer el crecimiento del Grupo

12. Tabla de indicadores del Global Reporting Initiative (GRI) y Principios del Pacto Mundial

Relación de indicadores GRI reportados para cada uno de los vectores económico, ambiental y social:

CONTENIDO	PÁGINA
1. Estrategia y análisis	
1.1.- Declaración del presidente.	3-4
1.2.- Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	3-4, 10-12
2. Perfil de la organización	
2.1.- Nombre de la organización.	7
2.2.- Principales marcas, productos y/o servicios.	7-8
2.3.- Estructura operativa de la organización, incluyendo las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos.	7-8
2.4.- Localización de la sede principal de la organización.	7
2.5.- Países en los que opera la organización.	7
2.6.- Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	8
2.7.- Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que engloba y el tipo de clientes/beneficiarios).	7
2.8.- Dimensiones de la organización que informa incluyendo el número de empleados, las ventas netas, la capitalización total y la cantidad de productos o servicios prestados.	7-8, 26, 41
2.9.- Cambios significativos durante el período cubierto por el informe en dimensión, estructura y propiedad de la organización.	*
2.10.- Premios y distinciones recibidas durante el periodo informativo.	11-12

3. Parámetros del informe	
Perfil del informe	
3.1.- Período cubierto por la información recogida en el informe	5
3.2.- Fecha del informe anterior más reciente.	5
3.3.- Cicle de presentación del informe	5
3.4.- Punto de contacto para cuestiones relativas al informe o a su contenido.	5
Alcance y cobertura del informe	
3.5.- Proceso de definición del contenido del informe.	5
3.6.- Cobertura del informe	5
3.7.- Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del informe.	*
3.8.- Información sobre negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente la comparación entre períodos y/o entre organizaciones.	33
3.9.- Técnicas de medida de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas a la recopilación de indicadores y resto de información del informe.	*
3.10.- Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información que pertenece a informes anteriores, juntamente con las razones que han motivado esta reexpresión.	Nota 1
3.11.- Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados al informe.	33

CONTENIDO	PÁGINA
Índice del contenido del GRI	
3.12.- Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en el informe.	43-49
Verificación	
3.13.- Política y práctica actual con relación a la solicitud de verificación externa del informe	Nota 2
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	
4.1.- Estructura de gobierno de la organización	8-9
4.2.- Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa un cargo ejecutivo	8
4.3.- Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos	8
4.4.- Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	13-14
4.5.- Vinculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el cumplimiento de la organización.	Nota 3
4.6.- Procedimientos implementados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	8-9
4.7.- 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 aspectos sociales, ambientales y económicos.	8-9
4.8.- Declaraciones de misión y valores desarrollados internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el cumplimiento económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	10
4.9.- Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del cumplimiento económico, ambiental y social, incluyendo riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a escala internacional, códigos de conducta y principios.	8-9, 11
4.10.- Procedimientos para evaluar el cumplimiento del máximo órgano de gobierno, especialmente con respecto al cumplimiento económico, ambiental y social.	8-9
Compromisos con iniciativas externas	
4.11.- Descripción de como la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	15-16, 18-19, 34

4.12.- Principios o programas sociales, ambientales i económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	11
4.13.- Principales asociaciones a las cuales pertenece y/o entes nacionales e internacionales a los cuales dé soporte la organización.	38
Participación de los grupos de interés	
4.14.- Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	13-14
4.15.- Base para la identificación y selección de grupos de interés con los cuales se compromete la organización.	13-14
4.16.- Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluida la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	13-14
4.17.- Principales preocupaciones i aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y de qué forma se da respuesta en el informe.	18

GRI	Descripción	PÁGINA
CUMPLIMIENTO ECONÓMICO		
Información sobre el enfoque de gestión económica		41-42
EC1 (P)	Valor económico directo generado y distribuido.	41
EC2 (P)	Consecuencia financiera y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización a causa del cambio climático.	34-35
EC3 (P)	Cobertura de las obligaciones de la organización que se deben a programas de beneficios sociales.	28, Nota 4
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas por parte de gobiernos.	41
EC5 (A)	Rango de las relaciones entre el salario inicial estandard y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	SD
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de costes correspondiente a proveedores locales.	40
EC7 (P)	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local	Nota 5
EC8 (P)	Desarrollo y impacto de las inversiones en infraestructuras y servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, <i>pro bono</i> , o en especie.	SD
EC9 (A)	Comprensión y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de estos	SD

	impactos.	
COMPLIMIENTO MEDIOAMBIENTAL		
Información sobre el enfoque de gestión ambiental		32-37
EN1 (P)	Materiales utilizados, por pes o volumen.	SD
EN2 (P)	Porcentaje de materiales utilizados que son materiales valorizados.	36
EN3 (P)	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	34
EN4 (P)	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	34
EN5 (A)	Ahorro de energía para la conservación y mejoras en la eficiencia.	34
EN6 (A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía, basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de estas iniciativas.	34
EN7 (A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones conseguidas con estas iniciativas.	34
EN8 (P)	Captación total de agua por origen.	35
EN9 (A)	Fuentes de agua que han estado afectadas significativamente por la captación de agua.	SD
EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	SD
EN11 (P)	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o áreas de alta biodiversidad no protegidas.	32-33
EN12 (P)	Descripción de los impactos más significativos sobre la biodiversidad, en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivadas de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de elevado valor en biodiversidad o zonas ajenas a las áreas protegidas.	33
EN13 (A)	Hábitats protegidos o restaurados.	Nota 6
EN14 (A)	Estrategias y acciones implementadas y planificadas por la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	34
EN15 (A)	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluías en la lista roja de la UICN y en listas nacionales, los hábitats que se encuentren afectados por las operaciones de la organización según el grado de amenaza	SD

	de la especie.	
EN16 (P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero.	35
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas, de gases de efecto invernadero.	Nota 7
EN18 (A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones conseguidas.	34
EN19 (P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en pes.	Nota 8
EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas a la atmosfera por tipo y peso.	Nota 9
EN21 (P)	Vertidos totales de aguas residuales, según naturaleza y destino.	37
EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	36
EN23 (P)	Número total y volumen de vertidos accidentales más significativos.	Nota 10
EN24 (A)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideren peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anejos I, II, III y VIII, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	36
EN25 (A)	Identificación, medida, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de aguas y aguas de escorrentía.	SD
EN26 (P)	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de este impacte.	34, 36-37
EN27 (P)	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la su vida útil, para categorías de productos.	SD
EN28 (P)	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Nota 11
EN29 (A)	Impactes ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados por las actividades de la organización, así como el transporte de personal.	SD
EN30 (A)	Desglose por tipo del total de costes y inversiones ambientales.	36
COMPLIMIENTO SOCIAL (PRÁCTICAS LABORALES)		

Información sobre el enfoque de gestión de prácticas y ética laborales		26-31
LA1 (P)	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de trabajo, por contracte y por región.	26-27
LA2 (P)	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	26-27
LA3 (A)	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a empleados temporales o a media jornada, desglosado por actividad principal.	28
LA4 (P)	Porcentaje de puestos de trabajo cubiertos por un convenio colectivo.	Nota 12
LA5 (P)	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si son notificaciones especificadas en los convenios colectivos.	Nota 13
LA6 (A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad y conjuntos de dirección - empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	29
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedad profesional, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región.	30
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a miembros de la comunidad con relación a enfermedades graves.	29, 31
LA10 (P)	Media de horas de formación anuales por empleado, desglosadas por categoría de empleado.	29
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomente la ocupación de los trabajadores y que les dé soporte en la gestión de su carrera profesional.	29
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que recibe evaluaciones regulares de cumplimiento y del desarrollo profesional.	Nota 14
LA13 (P)	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosados por sexo, grupos de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	28
LA14 (P)	Relación de salario entre géneros y por categoría profesional.	28
COMPLIMIENTO SOCIAL (DERECHOS HUMANOS)		
Información sobre el enfoque de gestión de los derechos humanos		14
HR1 (P)	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o	Nota 15

	que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	
HR2 (P)	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	Nota 16
HR3 (A)	Total de horas de formación de los trabajadores sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para las actividades, incluyendo el porcentaje de trabajadores formados.	Nota 17
HR4 (P)	Número total de incidencias de discriminación y medidas adoptadas.	Nota 18
HR5 (P)	Actividades de la compañía en las cuales el derecho de libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puede correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para dar soporte a estos derechos.	Nota 19
HR6 (P)	Actividades identificadas que comporten un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Nota 20
HR7 (P)	Operaciones identificadas de riesgo significativo al ser origen de episodios de trabajos forzados o no consentidos, y medidas adoptadas para contribuir a la su eliminación.	Nota 21
HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en políticas o procedimientos de la organización con respecto a derechos humanos.	Nota 22
HR9 (A)	Número total de incidentes relacionados con la violación de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Nota 23
COMPLIMIENTO SOCIAL (COMUNIDAD)		
Información sobre el enfoque de gestión con relación a la sociedad		38
SO1 (P)	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	SD
SO2 (P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a los riesgos relacionados con la corrupción.	Nota 24
SO3 (P)	Porcentaje de empleados formados en políticas de procedimientos anticorrupción de la organización.	Nota 25
SO4 (P)	Medidas adoptadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Nota 26
SO5 (P)	Posición en las políticas públicas y participación en el	Nota 27

	desarrollo de éstas y de actividades de <i>lobbismo</i> .	
SO6 (A)	Valor total de las aportaciones financieras y en especies a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Nota 28
SO7 (A)	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Nota 29
SO8 (P)	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Nota 30
CUMPLIMIENTO SOCIAL (RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS)		
	Información sobre el enfoque de la gestión de responsabilidad sobre productos	18-25
PR1 (P)	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las cuales se evalúan, para ser mejorados si conviene, los impactos que tienen estos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a estos procedimientos de evaluación.	15-16
PR2 (A)	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios a la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultados de estos incidentes.	Nota 31
PR3 (P)	Tipo de información sobre los productos y servicios que son requeridos por procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a estos requerimientos informativos.	18
PR4 (A)	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetaje de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultados de estos incidentes.	Nota 32
PR5 (A)	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	18
PR6 (P)	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de máquetin, incluidos en la publicidad, otras actividades promocionales y Patrocinios	Nota 33
PR7 (A)	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de máquetin, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio	Nota 34

	distribuidos en función del resultado de estos incidentes.	
PR8 (A)	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas con relación respecto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	
PR9 (P)	Coste de las multas que son significativas fruto del incumplimiento de la normativa con relación al suministro y uso de productos y servicios de la organización.	

*Especificado, cuando es necesario, en el informe

Nota 1: No ha habido reexpresión de la información con respecto informes anteriores

Nota 2: El informe no ha sido verificado externamente

Nota 3: No existe un vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el cumplimiento de la organización

Nota 4: No se ofrecen planes de pensiones ni similares a la plantilla

Nota 5: Todo el personal directivo proviene de la comunidad local

Nota 6: No se desarrollan actividades en hábitats protegidos o restaurados

Nota 7: No hay otras emisiones indirectas

Nota 8: No hay emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono

Nota 9: No hay emisiones de NO₂ o SO ni otras emisiones significativas en el aire

Nota 10: No se han producido vertidos accidentales.

Nota 11: No ha habido multas significativas ni sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental

Nota 12: El 100% de los lugares de trabajo están cubiertos por un convenio colectivo

Nota 13: El período mínimo y preaviso es el legalmente establecido para cada caso

Nota 14: Durante el 2010 y 2011 no se ha evaluado la satisfacción del equipo humano

Nota 15: No hay acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas sobre derechos humanos. La actividad de la empresa se desarrolla en España que forma parte de la OCDE y donde el respeto a los derechos humanos está legalmente garantizado.

Nota 16: No se ha analizado los principales distribuidores y contratistas en materia de derechos humanos

Nota 17: No se ha impartido formación relacionada con los derechos humanos

Nota 18: No se han producido incidentes de corrupción

Nota 19: No hay actividades en las cuales el derecho de libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda acarrear importantes riesgos

Nota 20: No hay operaciones que comporten un riesgo potencial de incidentes respecto a la explotación infantil

Nota 21: No hay operaciones con riesgo de ser origen de trabajos forzados o no consentido

Nota 22: No se dispone de personal de seguridad en la empresa

Nota 23: No se ha producido incidentes relacionado con violación de los derechos de los indígenas

Nota 24: No se han realizado todas las unidades de negocio en referencia a riesgos relacionados con la corrupción

Nota 25: No se han formado empleados en políticas de procedimientos anticorrupción

Nota 26: No se han producido incidentes de corrupción

Nota 27: SGP Grup no se posiciona en políticas públicas ni participa en el desarrollo de estas ni en actividades de *lobbismo*

Nota: 28: SGP Grup no ha efectuado aportaciones financieras ni en especies a partidos políticos o a instituciones

Nota 29: No han habido acciones para causas relacionadas con prácticas monopolísticas ni en contra la libre competencia

Nota 30: No ha habido sanciones ni multes significativas derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones

Nota 31: No ha habido incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a impactos de los productos y servicios a la salud y la seguridad.

Nota 32: No han habido incumplimientos de la regulación ni de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetaje de los productos y servicios

Nota 33: SGP Grup no se ha adherido a programas de cumplimiento de las leyes ni códigos voluntarios en comunicaciones de márketing

Nota 34: No se han producido reclamaciones con relación al respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes

Nota 35: No ha habido multas por incumplimiento de la normativa con relación al suministro y uso de productos y servicios.

Principios del Pacto Mundial

PRINCIPIO	PÁGINA
1. Las empresas deben dar soporte y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia	14
2. Las empresas deben asegurar que su actividad no es cómplice de la vulneración de los derechos humanos	14
3. Las empresas deben dar soporte a la libertad de afiliación y al reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva	En la empresa el 100% de los puestos de trabajo están cubiertos por un convenio colectivo
4. Las empresas han de fomentar la eliminación de toda forma de trabajo forzado o realizado bajo coacción	No hay operaciones identificadas como de riesgo significativo que originen episodios de trabajos forzosos o no consentidos Todas las actividades se desarrollan en el marco de la OCDE
5. Las empresas deben dar soporte a la erradicación del trabajo infantil	No hay actividad que comporte un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, Todas las actividades se desarrollan en el marco de la OCDE
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el trabajo y en la ocupación.	26, 28
7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente	15-17, 34, 37
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental	32-37
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente	15-17, 32-37
10. Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	14