

SPB

---

Memoria de  
**Responsabilidad  
Social Corporativa**  
2015



Network Spain  
**WE SUPPORT**

**Nombre: Suavizantes y Plastificantes Bituminosos. S.L. (en adelante, SPB)**

**Domicilio Social:** Pol. Ind. Castilla, vial 6, 46380 Cheste (Valencia).

**Número de empleados en 2015:** 429

**Ámbito de actuación:** Nacional (Valencia y Sevilla)

**Actividad:** Fabricación de Productos de Limpieza para el Hogar

**CIF:** B46020541

[www.spb.es](http://www.spb.es)

**Persona de contacto**

**Nombre:** Ana Isabel Talens Monzó.

**Cargo:** Gerente de Salud y Dirección de Personas.

**Dirección postal:** Pol. Ind. Castilla, vial 6, 46380 Cheste (Valencia).

**Teléfono:** 962512085, 962512938

**Fax:** 962512135, 962512938

**Correo electrónico:** [anabel.talens@spb.es](mailto:anabel.talens@spb.es)

Muy señores nuestros,

El año 2015 ha sido un año muy bueno. No solo afianzamos nuestra posición como una de las empresas líderes en el sector de la fabricación de productos de limpieza, parafarmacia y cosmética, sino que un año más seguimos creciendo. Este crecimiento viene provocado por la suma de muchos factores, entre los que destacamos el mayor activo que dispone la empresa, sus PERSONAS.



Miguel Burdeos, Presidente y Director General SPB.

Trabajamos por mejorar nuestros resultados de satisfacción en la compañía, ya que un buen clima de trabajo es una ventaja competitiva.

Para tener un buen ambiente, es básico tener un entorno laboral saludable. Es una premisa que impulsa proyectos innovadores en SPB. En 2014 anunciamos la creación de Fórmula Wellness, cuyo objetivo es que cada trabajador sea agente de su propia salud y la empresa ofrezca los facilitadores que lo hagan posible.

Este reto ambicioso y apasionante sigue enriqueciéndose con la participación de todos los trabajadores/as y de nuestros stakeholders colaborando en ser una mejor empresa, innovadora y más eficiente, contando con personas que valoran el bienestar. Y hablamos de salud a unos niveles diferentes, hablamos de bienestar completo. Estando sanos y felices somos más productivos, más eficientes y más creativos.

Durante el año 2015 seguimos creyendo de la importancia de la inversión en I+D+i. Contamos con 40 investigadores en plantilla, que nos permiten estar a la vanguardia de las tendencias, dar soluciones eficaces y de calidad.

Si por algo se ha caracterizado SPB ha sido por la reinversión del beneficio. Apostamos por la inversión como un catalizador que acelere nuestra competitividad y nos siga situando como empresa de primer nivel.

Durante el año 2015 hemos visto grandes hitos en temas medioambientales, entre ellos los acuerdos alcanzados en la COP 21 celebrada en París sobre el cambio climático, por lo que desde SPB seguiremos con nuestra mejora de procesos, reducción de mermas, y optimización de la producción para generar el menor perjuicio posible a nuestro planeta y contribuir de esta forma a conseguir el objetivo fijado de no superar el aumento de las temperaturas en 1,5°C.

Esperamos que a través de esta memoria, con la cual renovamos nuestro compromiso con Pacto Mundial y sus diez principios, podamos dar respuesta a vuestras inquietudes.

¡Gracias por confiar en nosotros!

Miguel Burdeos Baño.

## Índice

1.	Introducción: .....	6
2.	Perfil de la compañía.....	7
2.1	Misión y valores.....	7
2.2	Actividad, ámbito de actuación y centros de trabajo. ....	8
2.3	Modelo de negocio y marcas. ....	10
2.4	Forma Jurídica y gobierno corporativo. ....	11
2.5	Equipo Directivo, organigrama y áreas funcionales de dirección. ....	12
2.6	Comités SPB.....	13
2.7	Estructura de la plantilla. ....	14
2.8	Asociacionismo.....	16
2.9	Estándares de calidad.....	18
3.	La Responsabilidad Social Corporativa.....	19
3.1	LA RSC en SPB.....	19
3.2	Objeto de la RSC: Los grupos de interés. ....	19
4.	La RSC a través del <b>rendimiento económico</b> .....	22
4.1	Valor económico generado y distribuido.....	22
4.2	Acciones de creación de valor económico en el entorno local.....	23
4.3	Ayudas económicas otorgadas por instituciones públicas.....	24
4.4	Creación de valor en los clientes: Índice de satisfacción. ....	24
5.	La RSC a través de <b>responsabilidad con la sociedad y la compañía</b> . ....	25
5.1	Empleo local y programas de inserción socio laboral. ....	25
5.2	Protección de Derechos humanos, cumplimiento de códigos éticos respecto explotación infantil y trabajos forzados.....	25
5.3	Rechazo a la corrupción y competencia desleal. ....	26
5.4	Compromiso, empleo estable y retención del talento. ....	27
5.5	Formación de la plantilla.....	28
5.6	La apuesta por la mejora de la comunicación:.....	29
5.6.1	Comunicación Interna: .....	29
5.6.2	Comunicación Externa:.....	31
5.7	Prevención de riesgos laborales y fomento de hábitos saludables: <i>Proyecto Fórmula Wellness</i> . ....	34
5.7.1	<i>Los Grupos de Interés</i> . ....	34
5.7.2	<i>Resumen Acciones Fórmula Wellness 2015</i> . ....	35

5.8	Cumplimiento normativo en materia de seguridad: protocolos y etiquetado.....	46
6.	La RSC a través del <b>respeto al medioambiente</b> .....	48
6.1	Actuaciones Medioambientales llevadas a cabo durante 2015: .....	49
6.2	Consumos energéticos.....	50
6.3	Consumos de agua, vertidos y fuentes de captación.....	51
6.4	Materiales utilizados.....	51
6.5	Gestión de Residuos:.....	52
7.	Conclusiones.....	53
8.	Anexo 1: Perfil de la memoria.....	54
8.1	Índice GRI.....	55
9.	Anexo II. Fe de errores memoria 2014.....	59

## 1. Introducción:

---

En la memoria de 2014 realizábamos un repaso de los principales hitos de la RSC desde la publicación del libro verde de la Comisión Europea. De esto ya hace casi 15 años, y hemos visto un avance por parte de muchas compañías en seguir promulgando la necesidad de actuar de una forma ética, moral, correcta y teniendo en consideración todas las partes.

Este avance ha venido acompañado por el empuje de diferentes organismos públicos, tanto nacionales como internacionales. Entre estos avances marcaremos dos grandes hitos en 2015 que han llegado de la mano de la ONU logrando acuerdos importantes y que indican que el mundo está cambiando y que cada día es más necesario la implicación de todos los actores, entre ellas las empresas.

Por un lado nos encontramos con la aprobación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, “El 25 de septiembre de 2015, 193 líderes mundiales se comprometieron con 17 Objetivos Mundiales para lograr 3 cosas extraordinarias en los próximos 15 años. "Erradicar la pobreza extrema. Combatir la desigualdad y la injusticia. Solucionar el cambio climático. Los objetivos mundiales podrían lograr estas cosas. En todos los países. Para todas las personas”<sup>1</sup>

Por otro lado nos encontramos con el acuerdo de la COP21, este acuerdo llegó el “12 de diciembre de 2015, donde los 195 países participantes lograron por consenso un pacto global, el Acuerdo de París, para reducir las emisiones como parte del método para la reducción de gases de efecto invernadero. Los miembros acordaron reducir sus emisiones de carbono "lo antes posible" y hacer todo lo posible para mantener el calentamiento global "muy por debajo de 2 grados Cº”<sup>2</sup>

Creemos importante remarcar nuestra voluntad de hacer lo que este en nuestra mano, para lograr conseguir entre todos que estos dos grandes acuerdos mundiales alcanzados durante el año 2015 sean una realidad en el futuro.

Es por ello que un año más queremos presentar nuestra memoria con el objetivo de informaros sobre nuestra actividad, y compartir nuestros avances con todos los grupos de interés, así como ofrecer una visión de progreso del año 2015, renovando de esta forma nuestro compromiso con los diez principios de Pacto Mundial.

---

<sup>1</sup> Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/Objetivos\\_de\\_Developmento\\_Sostenible](https://es.wikipedia.org/wiki/Objetivos_de_Developmento_Sostenible)

<sup>2</sup> Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/XXI\\_Conferencia\\_sobre\\_Cambio\\_Clim%C3%A1tico](https://es.wikipedia.org/wiki/XXI_Conferencia_sobre_Cambio_Clim%C3%A1tico)

## 2. Perfil de la compañía.

### 2.1 Visión, Misión y valores.

**Nuestra visión** se traduce en contar con una estructura y experiencia que nos permita liderar y anticiparnos al futuro del sector, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de nuestros consumidores.

**Nuestra misión** es proporcionar a los clientes los productos de limpieza del hogar, cuidado personal y parafarmacia, más competitivos en calidad y precio, con el compromiso de respetar el medio ambiente y la seguridad de nuestros empleados/as, velando por su cuidado, salud y bienestar.

Los valores de la compañía son:

**TRABAJO EN EQUIPO:** Participar hacia una meta común, cooperando con los /las demás, apoyando el punto de vista que favorece al grupo y aceptando el rol que cada uno/a desempeñamos en cada momento.

**ADAPTACIÓN AL CAMBIO:** Garantizar con éxito la detección de necesidades del mercado, impulsar rápidamente los proyectos y ejecutarlos.

**DESARROLLO PROFESIONAL:** Manteniendo cada uno/a de nosotros/as una actitud positiva en nuestro trabajo y total predisposición a la profesionalización para así desarrollarnos en lo que nos suponga un estímulo y un reto interesante.

**ORIENTACIÓN AL CLIENTE:** Queremos merecer la confianza de las familias que compran nuestros productos. Para ello, ofrecemos la máxima calidad y seguridad del producto trabajando con eficacia y eficiencia.

**ORIENTACIÓN A LOS RESULTADOS:** Nuestro objetivo es trabajar con los mejores estándares de excelencia y ello nos motiva a esforzarnos para alcanzar las metas y objetivos marcados.

**RESPONSABILIDAD SOCIAL:** Trabajamos guiados por el objetivo de aportar valor y acercamiento en nuestro entorno, resaltando la seguridad, la salud y el medio ambiente e I+D+i.



## 2.2 Actividad, ámbito de actuación y centros de trabajo.

En SPB, nos dedicamos a la fabricación y envasado de productos de limpieza del hogar, limpieza industrial, cuidado personal y parafarmacia. Todos los productos son diseñados y gestionados desde el Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico y elaborados en nuestros diferentes centros de producción.

El ámbito de actuación es nacional. Actualmente, se trabaja con 895 proveedores, de los cuales el 89.4 % son de ámbito nacional. Señalar que realizamos compras, no significativas por volumen respecto al total de las compras, en otros lugares como Alemania, Bélgica, Francia, Suiza, Portugal o Países Bajos.

En 2015, hemos tenido una cifra de negocio de 111 millones de euros, comercializando más de 252 millones de litros de producto, 163 millones de unidades de producto, y contribuyendo con cerca de 1,8 millones en el pago de impuestos.

En la actualidad, contamos con cuatro plantas de producción distribuidas entre Valencia y Sevilla, tres plantas en el término municipal de Chestre, a 25 km de Valencia, y una en Huévar del Aljarafe, a 30 km de Sevilla, todas coordinadas desde las oficinas centrales y el Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico ubicados en el Polígono Industrial de Chestre.

A continuación, se describen cada uno de estos centros de trabajo.



### **Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico.**

Con una superficie aproximada de 3.000 m<sup>2</sup>, en este centro inaugurado en 2010 trabajan 102 personas.

Además de las oficinas centrales, también disponemos de los laboratorios de I+D+i, aulas de formación, anfiteatro, salas multiusos, sala creatividad y biblioteca, entre otros espacios.

**SPB1.**

**Localización: Cheste, Valencia.**

La fábrica matriz y la mayor de todas las plantas de Valencia. Cuenta con una plantilla de 141 personas. Dispone de un total de 22.860 m<sup>2</sup> de parcela, 15.950 m<sup>2</sup> construidos y divididos en varias secciones: cosméticos, productos de limpieza industrial, productos de limpieza doméstica... En este centro se centraliza la producción de la mayor parte de nuestras referencias. Además, se ubica la sala blanca para la producción de productos cosméticos y sanitarios.



**SPB2**

**Localización: Cheste, Valencia.**

Inaugurada en 2003 y con una plantilla de 79 personas, este centro de más de 9700 m<sup>2</sup> de parcela, 6612 m<sup>2</sup> construidos. Está especializado principalmente en la fabricación de lejías y desatascadores. Además, en la misma planta se emplaza una sección para la elaboración de los propios envases.

**SPB3**

**Localización: Cheste, Valencia.**

Principal planta de fabricación de envases. Inaugurada en 2004, dispone de una parte destinada a los envases de plástico y otra a la fabricación de, principalmente, fregasuelos. Cuenta con una plantilla de 51 personas y una superficie de 5.226 m<sup>2</sup> de parcela, y 3854 m<sup>2</sup> construidos.



**SPB SEVILLA.**

**Localización: Huévar del Aljarafe, Sevilla.**

Centro de producción inaugurado en 2007, con 25.000 m<sup>2</sup> de parcela, 11.000 m<sup>2</sup> construidos y una plantilla aproximada de 56 personas.

Cuenta con dos líneas de producción de lejías, una línea de amoniacos y fregasuelos y otra para productos de limpieza específicos, más una sección para la fabricación de todos los envases plásticos consumidos en la planta.

Del centro de Huévar del Aljarafe destaca el almacén totalmente automatizado.

## 2.3 Modelo de negocio y marcas.

El modelo de negocio está basado en la fabricación de productos y comercialización bajo la marca de distribución (MDD). Somos interproveedores de la cadena de supermercados valenciana Mercadona desde el año 2000, se ha construido una alianza estratégica basada en la confianza, los acuerdos a largo plazo, la capacidad y economías de escala y resultados compartidos. Actualmente, fabricamos productos para las marcas **Bosque Verde** y **Deliplus** en la categoría de detergencia y parafarmacia. El 96,5% del total de las ventas de SPB corresponden a Mercadona, con una implantación en el territorio nacional de más de 1521 supermercados<sup>3</sup>.



(\*) Cabe señalar que durante años SPB ha mantenido la marca Cleanity, para la división SPB dedicada a ofrecer soluciones de limpieza e higiene en el sector industrial, enfocada fundamentalmente a la industria alimentaria.



<sup>3</sup> Dato memoria Anual Mercadona 2014.

## 2.4 Forma Jurídica y gobierno corporativo.

SPB está constituida en la forma jurídica de Sociedad Limitada, siendo los socios, las siguientes sociedades limitadas:

- **GRAMAMI, S.L** con un 55.34% del capital suscrito.
- **JUANCARMALU, S.L**, con un 22.33% del capital suscrito.
- **CAPALSON, S.L**, con un 22.33% del capital suscrito

El órgano de administración de la sociedad lo compone la figura de Administrador Único, siendo este Miguel Burdeos Baño, que a su vez, ocupa el cargo ejecutivo de Director General.

Como conducta de buen gobierno, la Junta General de socios se reúne trimestralmente donde se debate la estrategia de la compañía, los resultados económicos alcanzados y la política de dividendos.

La función del Director General se concreta en las siguientes actuaciones:

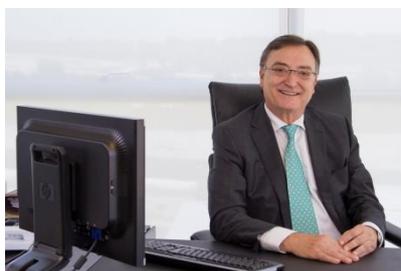
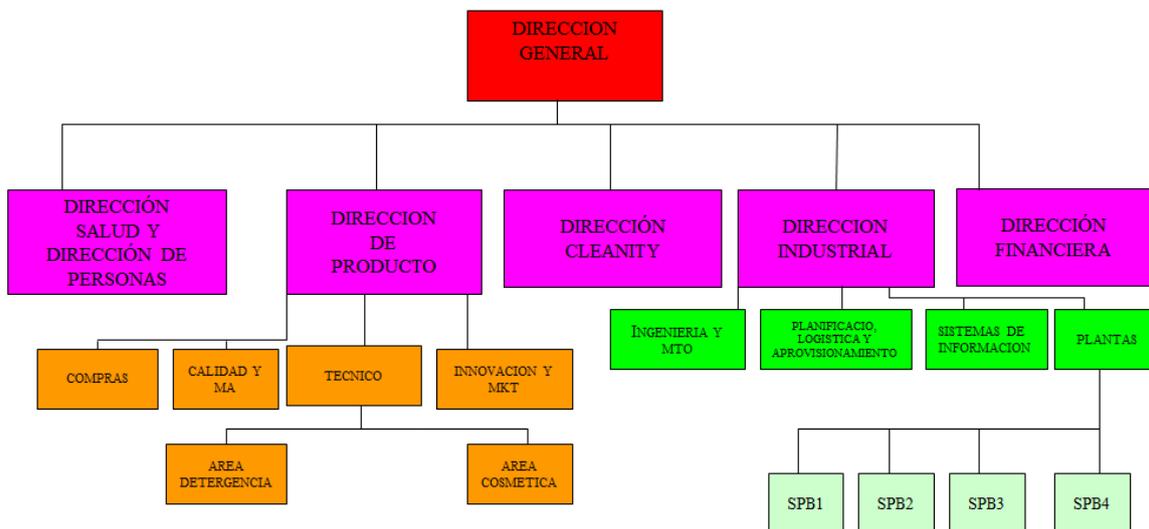
- El diseño y seguimiento de la estrategia general de la compañía.
- Establecer y mantener las adecuadas relaciones internas y externas, la estructura, la plantilla, respondiendo a la filosofía y la rentabilidad pretendida por la empresa.
- Decidir y seguir la política financiera.
- Impulsa el cumplimiento legal, así como las normas y procedimientos de la compañía.
- Impulsar la RSC para generar valor en todos los grupos de interés de la compañía.



Miguel Burdeos junto Elisabhet Rodriguez y Joaquin Melendez.

## 2.5 Equipo Directivo, organigrama y áreas funcionales de dirección.

Actualmente, la compañía está compuesta por más de 400 personas, estructurados bajo cinco áreas funcionales: Dirección Industrial, Dirección de Cleanity, Dirección financiera, Dirección de Producto y Dirección de Salud y Personas. Estas a su vez, se subdividen en diferentes gerencias.



**Miguel Burdeos**  
Presidente y Director General



**Anabel Talens**  
Dirección Salud y personas



**Gracia Burdeos**  
Dirección Producto



**Mariam Burdeos**  
Dirección Cleanity.



**Jose Cabanes**  
Dirección Industrial



**Josep Navarro**  
Dirección Financiera

## 2.6 Comités SPB.

Además de la estructura organizativa por áreas funcionales, disponemos de una serie de comités transversales cuyo objetivo se centra en garantizar determinados cumplimientos de normas o procedimientos. A continuación, se presentan cada uno de ellos:

### **Comité de Calidad, Seguridad y Salud Laboral, Medioambiente e I+D+i.**

Este Comité es el responsable de revisar, el Sistema de Gestión de Calidad, Seguridad y Salud Laboral, Medioambiente e I+D+i. La revisión es mensual e incluye la evaluación de las oportunidades de mejora y necesidad de efectuar cambios en el Sistema de Gestión. Son miembros permanentes del Comité, la Dirección General, Dirección de Producto, Dirección Industrial, Dirección Financiera, Dirección Salud y Personas, Gerencia de Compras, Gerencia de Planificación, Logística y Aprovisionamiento, Gerencia de Calidad y Medio Ambiente, y Gerencia de Marketing.

### **Comité de Igualdad.**

Comité encargado de la elaboración, seguimiento y difusión del Plan de Igualdad y todas las acciones que comprende. Está integrado por dos personas del Dpto. Salud y Personas y dos personas del Comité de Empresa. Tiene una periodicidad de convocatoria trimestral.

### **Comité de Formación.**

Este Comité evalúa, vigila e impulsa el Plan de formación anual, y también gestiona el fondo de formación de la Fundación Tripartita. Está formado por dos representantes del Dpto. de Salud y Personas y por dos miembros del Comité de Empresa. Tiene una periodicidad de convocatoria trimestral.

### **Comité de Empresa y de Seguridad y Salud.**

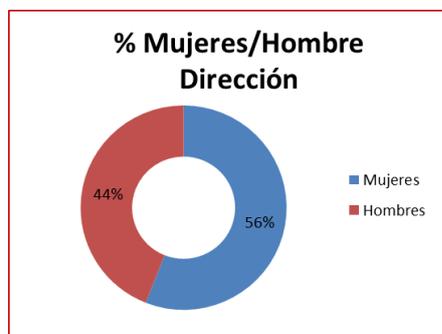
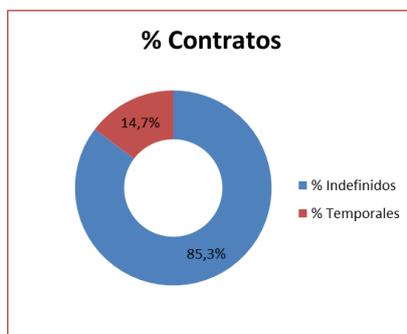
Comité encargado de hacer el seguimiento mensual de la evolución de la empresa y de sus sistemas organizativos, así como de los indicadores acordados sobre la vigilancia del bienestar, salud y formación de la plantilla. Este comité está formado por tres representantes del Comité de Empresa y tres representantes de la compañía. Su convocatoria tiene una periodicidad mensual.

## 2.7 Estructura de la plantilla.

La plantilla de SPB está compuesta por 429 personas, de las cuales el 85,3% de los contratos son indefinidos, con un total de 366 personas, frente a un 14,7% que son contratos temporales, un total de 63 personas. Respecto a la evolución anual, hay que destacar que, se ha aumentado la plantilla un 5 % durante el año 2015, manteniéndose unos porcentajes muy similares en los tipos de contratos respecto el año 2014 habiéndose disminuido un 0,4 % de los contratos indefinidos frente a los temporales. Resaltando que SPB sigue apostando por relaciones duraderas con sus personas a través de contratos estables.

Por otra parte, el 80,97% de la plantilla se sitúa entre 30 y 50 años, un 14,6%, menos de 30 años y un 5,41% más de 50 años. Respecto a la igualdad, en 2015, el 33,5% de la totalidad de la plantilla son mujeres frente a un 66,5% de hombres.

	SPB 2014	SPB 2015		
	Total	Hombres	Mujeres	Total
<b>Total Contratos indefinidos</b>	<b>350</b>	<b>238</b>	<b>127</b>	<b>366</b>
<b>Total Jornada completa</b>	<b>349</b>	<b>237</b>	<b>126</b>	<b>363</b>
<30 años	36	32	8	40
30-50 años	296	186	117	302
>50 años	17	19	2	21
<b>Total Jornada parcial</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<30 años	0	0	0	0
30-50 años	1	1	1	1
>50 años	0	0	0	0
<b>Total Contratos temporales</b>	<b>58</b>	<b>47</b>	<b>16</b>	<b>63</b>
<b>Total Jornada completa</b>	<b>58</b>	<b>46</b>	<b>16</b>	<b>62</b>
<30 años	13	14	4	18
30-50 años	44	30	12	42
>50 años	1	2	0	2
<b>Total Jornada parcial</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<30 años	0	0	0	0
30-50 años	0	0	0	0
>50 años	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>408</b>	<b>285</b>	<b>144</b>	<b>429</b>



## Índice rotación:

	SPB 2014	SPB 2015		
	Total	Hombres	Mujeres	Total
<b>Nuevas contrataciones</b>	<b>70</b>	<b>51</b>	<b>21</b>	<b>73</b>
<30 años	13	17	4	21
30-50 años	55	32	17	49
>50 años	2	2	0	2
<b>Bajas</b>	<b>58</b>	<b>56</b>	<b>25</b>	<b>82</b>
<30 años	11	16	4	20
30-50 años	46	36	20	56
>50 años	2	5	1	6
<b>Ratio Rotación</b>	<b>15,64%</b>	<b>18,88%</b>	<b>16,26%</b>	<b>18,01%</b>
<30 años	24,52%	34,84%	33,96%	34,67%
30-50 años	14,69%	15,59%	14,46%	15,17%
>50 años	9,53%	17,46%	28,14%	18,52%

$$\text{Ratio Rotación} = \frac{\frac{E + S}{2}}{N^{\circ} \text{ Empleados}} \times 100$$

E= Promedio Entradas.  
S= Promedio Salidas.  
Nº Empleados = Promedio total.



Equipo Innovación y Marketing.

## 2.8 Asociacionismo.

El asociacionismo lo consideramos una parte integrante del buen gobierno y de la Responsabilidad Social Corporativa. Por ello, desde SPB formamos parte de diferentes asociaciones e instituciones públicas y/o privadas con la finalidad de estar en la vanguardia de buenas prácticas, favorecer e impulsar sinergias, buscar nuevas alianzas, incrementar la reputación e imagen de la compañía y colaborar en el desarrollo del tejido empresarial, y específicamente el sector industrial.

En 2015, SPB, a través de su Director General, forma parte, entre otras, de las siguientes asociaciones:

Tipo	Asociación	Rol
Sectorial	<b>ADELMA:</b> Asociación Nacional de Empresas de Detergentes y Productos de Limpieza	Presidente.
	<b>CED:</b> Comité Español de Detergencia de Tensioactivos y afines.	Miembro Junta Directiva.
	<b>QUIMACOVA:</b> Asociación Química y Medioambiental del sector Químico de la Comunidad Valenciana.	Presidente.
Asociación Empresarios	<b>Cámara Comercio Valencia</b>	Miembro del Pleno y Vicepresidente de la Comisión de Industria, Energía y Medioambiente.
	<b>CEV.</b> Confederación Empresarial Valenciana	Vicepresidente.
	<b>AVE</b> (Asociación Valenciana de Empresarios)	Asociado.
	<b>AED</b> (Asociación Española Directivos)	Miembro
	<b>CEOE</b> (Confederación Española de Organizaciones Empresariales)	Miembro Comisión I+D+i.
	<b>IVEFA</b> (Instituto valenciano para el estudio de la empresa familiar)	Asociado
Universidad e Investigación	<b>FVEA:</b> Fundación Valenciana de Estudios Avanzados	Patrono.
	<b>Cátedra de Cultura Directiva y Empresarial en la Universidad Politécnica de Valencia</b>	Patrono y Director de la Cátedra.
	<b>Consejo Social Universidad Politécnica de Valencia</b>	Miembro del Pleno. Vocal Comisión asuntos académicos.
	<b>Consejo Gobierno Universidad Politécnica de Valencia.</b>	Miembro.
	<b>Consell Valencià de la Innovació</b>	Miembro



**Miguel Burdeos, Presidente y Director General SPB, primer empresario en recibir la medalla al Mérito Profesional Gascó Oliag. Concedida por el Colegio Oficial de Químicos de la Comunidad Valenciana “en reconocimiento a su sobresaliente trayectoria profesional en el mundo de la industria Química, así como la destacada presencia en organizaciones empresariales tanto de la C. Valenciana como de ámbito nacional”.**



**Gracia Burdeos, Directora de Producto en SPB, jurado premios Jaime I al compromiso Social.**

## 2.9 Estándares de calidad.

- **OHSAS 18001:2007**, especificación de evaluación reconocida internacionalmente para sistemas de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.
- **ISO 14001** Sistema de Gestión ambiental, forma parte de una serie de Normas internacionales de gestión medioambiental aplicables a cualquier organización.
- **ISO 9001** Implantación de Sistemas de Calidad, norma internacional de gestión de la calidad aplicable a cualquier tipo de organización de cualquier sector de actividad.
- **BRC**, normativa establecida por la Asociación de Minoristas Británicos o British Retail Consortium (BRC), Durante el 2014 se certificaron SPB2, SPB Sevilla, uniéndose a SPB 1 que se certificó en 2013.
- **Marca AISE, Charter de sostenibilidad de los detergentes**, el Charter de sostenibilidad de los detergentes ha sido diseñado con el objetivo de integrar salud, seguridad y medio ambiente a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos relacionados con el sector de jabones, detergentes y productos de limpieza.
- Durante el año 2015, SPB decidió no renovar la certificación UNE 166002.



## 3. La Responsabilidad Social Corporativa.

---

### 3.1 LA RSC en SPB.

Durante el año 2015, SPB decidió dar un paso más y comprometerse con Pacto Mundial, pasando de ser firmantes a socios de la red.

Dentro de los tres ejes en los cuales se rige la Responsabilidad Social Corporativa, durante los últimos años, y continuando con esa tendencia en 2015, hemos seguido trabajando en:

- El **cuidado y protección de las personas**. En la compañía hemos implantado medidas dirigidas al cuidado de la salud, la protección frente a posibles riesgos laborales, una comunicación bidireccional y una respuesta frente necesidades concretas del empleado.
- El **programa de voluntariado corporativo**. Es uno de los más longevos en materia social.
- En **materia de medioambiente**, en SPB continuamos con el compromiso de reducir al máximo los impactos negativos de nuestros procesos, difundiendo progresivamente una cultura de ahorro energético, de reducción de residuos y reducción del consumo de agua.
- Y finalmente en **materia económica**, durante el 2015 hemos realizado un retorno del 90,4 % del total de facturación, una creación de 21 puestos de trabajo siendo el salario medio mensual en SPB de 2.174,40 €

Finalmente, señalar que una de las claves en el desarrollo de la sostenibilidad en SPB es la involucración de la plantilla con una actitud proactiva y un fuerte respaldo de la dirección para valorar y posteriormente implementar las diferentes acciones.

### 3.2 Objeto de la RSC: Los grupos de interés.

Desde el inicio hemos tenido como foco de responsabilidad de referencia al empleado, los clientes y proveedores y la propiedad. Sin embargo, con el paso del tiempo hemos ido incorporando nuevos grupos de interés hasta llegar a la situación actual, donde se impacta sobre otros grupos de interés, como las administraciones públicas, la sociedad en general o el tejido empresarial.

A continuación, describimos los diferentes grupos de interés de SPB:

**Administraciones Públicas:** Desde la compañía colaboramos con la administración estatal y autonómica en el debate y la redacción de legislación relacionada con la industria química. Esta colaboración se realiza a través de las diferentes asociaciones a las que pertenecemos como QUIMICOVA, ADELMA y en representación de esta en FEIQUE.

En cuanto a la relación con la administración local, colaboramos con ella en la dinámica de las ciudades donde estamos implantados. Un ejemplo es, la priorización de contratación laboral o el patrocinio Deportivo, como es La Escuela Deportiva de la localidad de Cheste formada por cerca de 600 personas.

**Usuario/a final del producto (Consumidor/a):** En SPB tenemos el compromiso de satisfacer las necesidades de los usuarios/as de sus productos. Para ello impulsamos procesos de mejora continua e I+D que garanticen la mejor relación calidad-precio.

**Cliente (Distribuidor):** Es un importante grupo de interés, ya que establece un vínculo directo entre los usuarios/as y la compañía. Gracias a su confianza y recomendaciones, desde SPB proponemos y desarrollamos productos innovadores, dando solución a sus demandas.

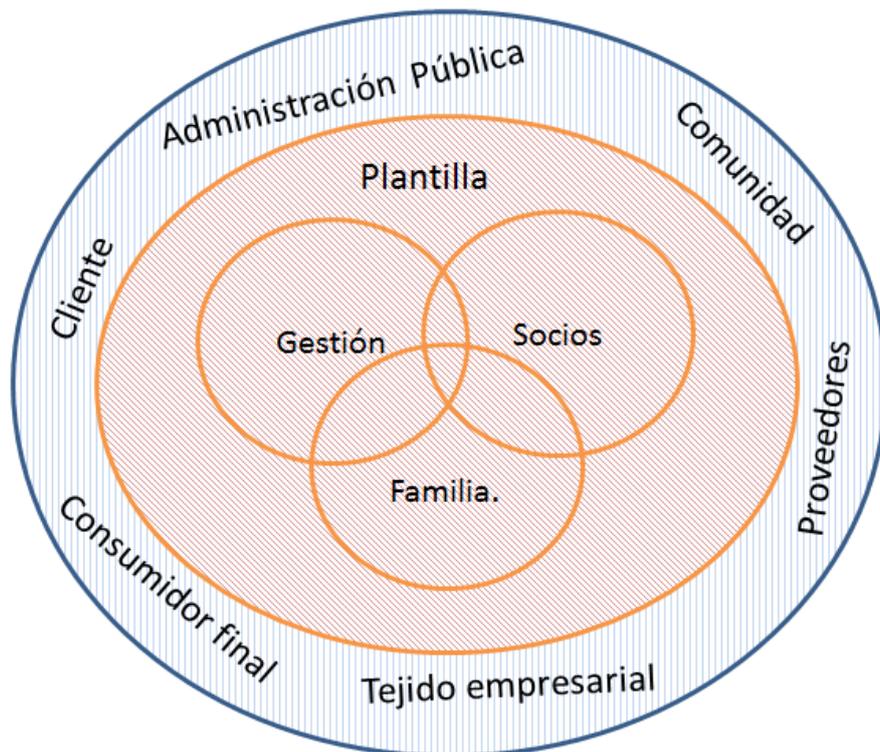
**Plantilla Empleados/as:** Grupo de interés de referencia. Gracias a ellos conseguimos año tras año mejorar nuestros procesos, reforzar nuestros valores y hacerlos llegar al resto de la sociedad, lo que favorece nuestra posición como una de las empresas referentes en el sector.

**Junta General de Socios y Órgano de Administración.** Además de ser una parte fundamental para el buen funcionamiento de la empresa, son los primeros impulsores de la estrategia de RSC como base para un crecimiento sostenible. Gracias a su compromiso e implicación es posible la puesta en marcha de muchas de las iniciativas que se llevan a cabo.

**Proveedores:** Una de las premisas más importantes de la RSC es universalizar el compromiso de las empresas con sus prácticas. En el año 2012 se les hizo llegar a nuestros proveedores la aceptación de una serie de compromisos muy ligados a los 10 principios de Pacto Mundial. Los resultados en 2015 han sido que, de nuestros 895 proveedores, 122 ya han aceptado expresamente estos compromisos (13,6%), lo que supone un 46,33 % del gasto total en proveedores.

**Comunidad:** Para SPB es importante la comunidad en su conjunto, por ello queremos que las ONG y las entidades de ámbito social y medioambiental conozcan nuestras actividades. Gracias a la difusión de estas actividades conseguimos recibir nuevas propuestas.

**Tejido empresarial:** En SPB consideramos el tejido empresarial como uno de nuestros interlocutores claves porque consideramos que las buenas prácticas y la RSC deben extenderse al resto de las empresas. Por ello participamos en foros de debate exponiendo las buenas prácticas y aprendiendo de las del resto.



**Método relación con los grupos de interés externos:**

	CORREO	ESPACIO WEB	REUNIONES	ENCUESTAS	REDES SOCIALES	MEMORIA ANUAL	FORMULA WELLNESS
ADMINISTRACION PUBLICA	✕	✕	✕		✕	✕	✕
CONSUMIDOR FINAL		✕	✕	✕	✕	✕	
CLIENTE	✕	✕	✕	✕	✕	✕	✕
PROVEEDOR	✕	✕	✕	✕	✕	✕	✕
COMUNIDAD	✕	✕	✕		✕	✕	✕
TEJIDO EMPRESARIAL	✕	✕	✕	✕	✕	✕	✕

Anual   Semestral   Mensual   Semanal   Continuo   Puntual

✕   ✕   ✕   ✕   ✕   ✕

## 4. La RSC a través del *rendimiento económico*.

### 4.1 Valor económico generado y distribuido.

El modelo de dirección estratégica de la compañía está basado en el crecimiento. A pesar del periodo vivido en España y la fuerte crisis de demanda, nuestros ingresos han crecido a un valor medio del 4,63 % en los tres últimos años, siendo el crecimiento de la cifra de negocios del último año de un 9,5 % (Ver tabla anexa).

En 2015, hemos generado un valor económico de 111 millones de euros (ver tabla anexa), los cuales han sido compartidos mayoritariamente con los grupos de interés de SPB. De este modo, el valor económico distribuido corresponde con un 90,4% del total de la cifra de negocio entre todos los grupos de interés. Cerca del 14%, se han distribuido en gastos salariales, un 0,7% a proveedores de capital, 1,6% a pagos a gobiernos y un 0,9 % a pagos de socios de la sociedad, entre otros.

Tabla. Valor económico generado (en €).

	2014	2015	% (2015- 2014)	% Respecto a cifra de negocio
<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO</b>	<b>101.259.439</b>	<b>110.905.041</b>	<b>9.5 %</b>	<b>100 %</b>
Cifra de negocio	101.177.703	110.795.075	9.5 %	99.9 %
Otros ingresos	81.736	109.966	34.5%	0.1%

Tabla: Crecimiento del valor económico generado (en euros y %).

	2014	2015	VALOR MEDIO (2013-2014)
<b>Valor económico generado</b>	<b>101.259.439</b>	<b>110.905.041</b>	
<b>Porcentaje de evolución anual</b>	<b>2,4%</b>	<b>9.5 %</b>	<b>4.63 %</b>

Tabla. Valor económico generado y distribuido (en €).

	2014	2015	% (2015-2014)	% Respecto a cifra de negocio
<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO</b>	<b>101.259.439</b>	<b>110.905.041</b>	<b>9,5 %</b>	<b>100 %</b>
Cifra de negocio	101.177.703	110.795.075	9,5%	99,9 %
Otros ingresos	81.736	109.966	34,5%	0,1 %
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO</b>	<b>91.727.575</b>	<b>100.221.452</b>	<b>9,25 %</b>	<b>90,4 %</b>
Costes de explotación	75.013.198	81.250.115	8,3 %	73,3 %
Gastos salariales totales	13.938.725	15.303.431	9,8 %	13,8 %
Donaciones e inversiones en la comunidad	27.100	38.333	41,5 %	0 %
Pagos a proveedores de capital	1.089.802	832.213	- 23,6 %	0,7 %
Pagos a gobiernos	1.127.954	1.780.785	57,9 %	1,6 %
Pagos a socios.	530.797	1.016.575	91,5 %	0,9 %
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO</b>	<b>9.531.864</b>	<b>10.683.589</b>	<b>12,1 %</b>	<b>9,6 %</b>

## 4.2 Acciones de creación de valor económico en el entorno local.

Además de la creación de valor económico, a nivel global, en la compañía desempeñamos una política de priorización, a través de diversas actuaciones, que incrementan el valor económico en nuestro entorno local:

- **Contratación laboral:** En caso de nuevas contrataciones, nos dirigimos como primera opción a las bolsas de empleo locales y de este modo, la plantilla actual está formada en su mayoría, tanto en las plantas de Cheste como de Huévar de Aljarafe, por personas del municipio o alrededores.
- **Desarrollo local:** Colaboramos desde hace años con asociaciones de las localidades de nuestros centros de trabajo y sus alrededores, a través de donaciones, patrocinios, y voluntariado corporativo.
- **Selección de proveedores:** Priorizamos la búsqueda de proveedores ubicados en el entorno más próximo.
- **Mejora de productividad en proveedores locales:** En algunas ocasiones la actuación de SPB va más allá del simple estatus como cliente, ya que ayudamos a las empresas proveedoras a mejorar la calidad del producto y alcanzar los estándares de calidad que exigimos.

### 4.3 Ayudas económicas otorgadas por instituciones públicas.

Las ayudas económicas proporcionadas por las instituciones públicas, en 2015, han sido de 1,3 millones de euros, lo que equivale a un 1,2 % de la cifra de negocio. Éstas han aumentado un 21,6 % con respecto al año anterior.

Tabla. Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.

Ayudas recibidas:	2014	2015
Desgravaciones y créditos fiscales.	266.223	238.175
Subvenciones	29.696	60.871
Incentivos financieros	791.155	1.022.843
<b>Total</b>	<b>1.087.073</b>	<b>1.321.799</b>

### 4.4 Creación de valor en los clientes: Índice de satisfacción.

Consideramos la satisfacción de los clientes como un indicador del valor económico creado. Para evaluar la satisfacción, anualmente realizamos una encuesta basada en ocho atributos del producto/servicio/compañía. Los resultados del año 2015 nos muestran una elevada satisfacción del cliente, con un valor medio de 4,12 (siendo 1 muy malo y 5 excelente), suponiendo un descenso de 0,12 puntos respecto 2014. Destacaremos el aumento en la solución de quejas y en la imagen de nuestros productos y el descenso en el asesoramiento de producto y en la innovación.

Tabla. Satisfacción del cliente (Valor medio escala de 1-5, 1 muy malo, 5 excelente)

	Nota general 2014	Nota general 2015	
Calidad del producto	4,25	4,21	↓
Servicio	4,29	4,18	↓
Solución de quejas problemas	4,13	4,24	↑
Imagen (doméstico)/ Identificación (industrial)	4,29	4,45	↑
Agilidad de la administración	4,42	4,23	↓
Relación calidad / precio	4,21	4,00	↓
Asesoramiento productos	4,38	3,95	↓
Innovación / desarrollo de nuevos productos	3,96	3,70	↓
<b>Total</b>	<b>4,24</b>	<b>4,12</b>	↓

\*Índice de Satisfacción de clientes de SPB y clientes de Cleanity.

## 5. La RSC a través de *responsabilidad con la sociedad y la compañía.*

---

El presente apartado describe las actuaciones que desarrollamos en la compañía en materia de responsabilidad con la sociedad y la plantilla. Las acciones impulsadas son de muy diversa índole. Durante el año 2015 y gracias al impulso de 2014 hemos ido organizando muchas de estas acciones en torno al proyecto de Fórmula Wellness.

### 5.1 Empleo local y programas de inserción socio laboral.

SPB implementa políticas sociales dirigidas al entorno local a través de las siguientes vías:

- Priorizando la contratación de futuros empleados/as a personas de las localidades cercanas a nuestros centros de trabajo, Cheste y Huelva del Aljarafe, para que formen parte de nuestra plantilla.
- A través de formaciones, enmarcadas en el voluntariado corporativo, a personas en riesgo de exclusión social, con la finalidad de ayudarles en su inserción en el mundo laboral.

### 5.2 Protección de Derechos humanos, cumplimiento de códigos éticos respecto explotación infantil y trabajos forzados.

- **Derechos humanos:** Desde 2007 a través de la Asociación de Empresarios Solidarios Valencianos (AESOV), 2011 como firmantes, y 2015 como socios estamos comprometidos con los 10 principios de Pacto Mundial. Para favorecer el compromiso con estos derechos. En el año 2012 enviamos una carta a nuestros proveedores para hacerles partícipes a respetar y defender los derechos humanos. Este compromiso ya ha sido firmado por el 13,10 % del total nuestros proveedores, lo que representa aproximadamente el 46 % del gasto total en ellos. Hasta la fecha no se ha recibido ninguna reclamación sobre incumplimiento de los derechos humanos.
- **Explotación Infantil:** La adhesión de SPB al Pacto Mundial ya supone una política específica contra el trabajo infantil. Pero ya en sí mismo, la legislación europea abole cualquier tipo de práctica en este sentido. En nuestra plantilla, el 100 % de las personas son mayores de edad.
- **Trabajos forzados y Prevención de Riesgos Laborales: SPB dispone de servicio de prevención propio desde 2012.** En 2015 se ha renovado la constitución del Servicio de Prevención Propio. Este servicio asume 2 especialidades: Seguridad y Ergonomía y Psicosociología, concertando con el servicio de prevención ajeno las dos especialidades restantes: Vigilancia de la Salud e Higiene industrial.

En este servicio contamos con sistemas de auditorías y seguimiento de las actuaciones, garantizando el cuidado de la seguridad y salud de todas las personas.

Durante el 2015 hemos pasado la auditoria de seguimiento de OHSAS siendo el resultado muy favorable, con resultado de una no conformidad y 3 desviaciones.

En cuanto al absentismo de este año, se ha producido un ligero incremento tanto de las contingencias comunes, como en los accidentes de trabajo o los beneficios sociales.

TIPO ABSENTISMOS SPB	2014	2015
Contingencias Comunes (CC)	1,09 %	1,27 %
Accidentes de Trabajo (AT)	0,1 %	0,29 %
Beneficios Sociales (BS)	1,07 %	1,14 %

### 5.3 Rechazo a la corrupción y competencia desleal.

- **Corrupción:** Contamos con controles internos y procedimientos de auditoría para certificar los estados financieros y evitar casos de corrupción. Hasta la fecha no se ha detectado ningún caso de corrupción dentro de la plantilla de SPB.

Como unas de las medidas de buenas prácticas de SPB consideramos la no aceptación de obsequios de ninguna empresa o persona. Si alguna persona recibe algún regalo este debe ser entregado a la dirección para su posterior reparto.

- **Comportamiento de competencia desleal:** Estamos suscritos a los pactos que ADELMA (Asociación de Empresas de detergentes, productos de limpieza y mantenimiento) ha elaborado para respetar las reglas de libre competencia en el sector.
- **Corporate Compliance:** El 1 de Julio de 2015 entró en vigor una nueva reforma del Código Penal la cual supone una mayor definición de la responsabilidad penal de las empresas. Con el fin de poder realizar un debido control de todas las actividades desarrolladas por la empresa donde no tenga cabida prácticas de mala praxis, en el último trimestre de 2015 se ha comenzado a elaborar el Programa de Prevención de Delitos, el cual está previsto que finalice en 2016.

Como primer paso durante 2015 se ha comenzado por definir el mapa de riesgo penales de SPB, a través de entrevistas con diferentes integrantes de la compañía y evaluación de los procesos y sistemas de gestión por expertos independientes, los cuales identificarán aquellas áreas en las que la compañía pueda encontrarse en una posición más vulnerable, y con ello actualizar los actuales procedimientos de control para evitar los riesgos identificados.

## 5.4 Compromiso, empleo estable y retención del talento.

El éxito de nuestra compañía depende directamente del compromiso de todas las personas que conformamos la organización. Para alcanzar este compromiso, disponemos de políticas de atracción y desarrollo del talento, lo que nos ha permitido crear empleo estable y de calidad. Los resultados lo muestran: El 62 % de la plantilla tiene más de 5 años de trayectoria profesional en la compañía (72% si establecemos el límite en 3 años), el 85% de la totalidad de la plantilla dispone de un contrato indefinido, el 100 % del personal está cubierto por un Convenio Colectivo y se ha producido el 100% de reincorporación tras bajas por maternidad o paternidad.

En este sentido, la implementación de programas de RSC, un buen clima laboral, los incentivos personalizados, la conciliación de la vida laboral y personal, la constante apuesta por nuevos proyectos y retos, el compromiso con la capacitación y formación y la escucha activa, han contribuido a que podamos generar un clima de confianza en la compañía por parte de todos los grupos de interés.



Reconocimiento a empleados/as por su larga trayectoria en SPB en la convención de Diciembre 2015.

## 5.5 Formación de la plantilla.

Una de las metas que nos hemos fijado es que todo/a integrante de SPB crezca y se desarrolle junto a la compañía, por lo que anualmente realizamos dos entrevistas de seguimiento de competencias y objetivos, con las que pretendemos detectar oportunidades de mejora, implementar programas formativos y seguir desarrollando el talento de los empleados/as.

En el año 2015, además de la formación específica para el puesto de cada persona, se han desarrollado formaciones generales abiertas para toda la compañía.

En total, se han realizado 16.515 horas de formación, lo que suponen 38,5 horas por persona. En el caso de los hombres la formación media ha sido de 39,96 horas, mientras que las mujeres han recibido 35,2 horas.



Equipo SPB1. Navegando las emociones. Acción formativa enmarcada dentro de Fórmula Wellness.

## 5.6 La apuesta por la mejora de la comunicación:

### 5.6.1 Comunicación Interna:

La rapidez en la comunicación es un factor esencial en el clima laboral, la correcta recepción del mensaje y la mejora de la calidad de trabajo en las compañías. De este modo, impulsamos una adecuada política de comunicación interna con el objetivo de lograr que todos/as estén informados de los asuntos más relevantes, tanto los que les afecta directamente a corto plazo, como los proyectos nuevos de la compañía. Para ello contamos con los siguientes canales:

- **Accesos compartidos:** Toda la información relevante para la plantilla está a disposición de consulta: convocatorias, comunicados, formaciones,...
- **Tablones de anuncios:** En todas las plantas existe un panel de información virtual y real donde se publican todos los aspectos relevantes, además disponemos de un protocolo de comunicación **TOP 5**. Se trata de una reunión de 5 minutos de los líderes con sus grupos de trabajo, donde se comparten los temas importantes del día.
- **Instrucciones:** Se forma e informa a toda la plantilla cuando se genera una instrucción técnica surgida a partir de una modificación operativa.
- **Portal del empleado/a:** Donde se accede a la actualización de la trayectoria profesional, seguimiento de las competencias, recibos de nóminas, formaciones,...
- **Cambios organizativos:** Cualquier cambio organizativo que afecta al personal debe ser comunicado con una antelación mínima de 7 días, siendo este plazo ampliado a 15 si se trata de una modificación sustancial de su jornada. En el caso de SPB este tipo de cambio lo comunicamos con la máxima antelación, de forma que pueda ser consensuado entre las partes.
- **CLUB YAMMER: Red social corporativa,** gracias a la cual podemos compartir información de la empresa, crear un espacio de fomento del conocimiento, fomentar el trabajo en equipo desde cualquier lugar y en cualquier momento, coordinar proyectos, recabar opiniones e ideas de toda la plantilla, siendo una pieza clave en la comunicación de Fórmula Wellness.
- **Pantallas digitales:** Este proyecto se pone en marcha en 2015 de forma piloto en SPB2 con la intención de acercar las novedades semanales. El objetivo es ofrecer a las personas de la compañía todo tipo de informaciones de una forma visual y atractiva. La información se actualiza semanalmente salvo en casos excepcionales. La tipología de informaciones que aparece es:
  - Últimas actualizaciones Club Yammer.
  - Noticias Comités Wellness.
  - Formaciones.
  - Información de Prevención.
  - RSC.

- Acogidas de nuevo personal.
- Información Laboral ( horarios, servicios, etc).
- Noticias.
- Buenas prácticas.

De cara el año 2016 se procederá a la instalación de este sistema de comunicación interna en el resto de plantas de la compañía.

- **Tengo una pregunta para ti:** Este año en la convención anual de SPB celebrada en Diciembre, desde Dirección se brindó la posibilidad de realizar preguntas directas a Miguel Burdeos, Presidente y Director General de SPB. Se realizaron más de 60 preguntas por parte del personal, que, tras ser agrupadas, se concretaron en 34, siendo los temas que más interés despertaban en la compañía los siguientes:
  - Medioambiente.
  - Evolución económica SPB.
  - Plan de sucesión y/o relevo generacional.
  - Estrategia a medio y largo plazo SPB.

Gracias a esta apertura de la Dirección los compañeros de SPB pudieron ver resueltas sus dudas en aquellos temas que más le preocupan directamente desde el máximo responsable de la compañía.



Miguel Burdeos, respondiendo a las preguntas de los compañeros/as de SPB.

### 5.6.2 Comunicación Externa:

Las empresas no son entidades aisladas, sino que forman parte de un medio social. Por esta necesidad de relacionarse con el exterior surge la comunicación externa. Es el conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a reforzar la identidad corporativa o a promover sus productos o servicios.

SPB es consciente de la necesidad de comunicar y apuesta por ello. En 2015:

- Se ha impulsado el perfil de [LinkedIn](#) con publicaciones todas las semanas. La información que se comparte es, fundamentalmente, corporativa junto con las ofertas de empleo de la compañía.



SPB, S.L. (Suavizantes y Plastificantes Bituminosos) somos una empresa especializada en el desarrollo de productos para la limpieza del hogar, la ropa, la higiene personal y la limpieza industrial. Nuestra apuesta por la innovación y la mejora continua nos ha permitido participar y colaborar en exitosos modelos de negocio del sector de la distribución. En SPB creemos en la investigación continua y en la apuesta por conocer cada día más a nuestro cliente con el objetivo de desarrollar productos que mejoren su calidad de vida. Porque en SPB las personas son el eje transversal de nuestro negocio, y la innovación química nuestra forma de responder a sus necesidades del día a día.

#### Especialidades

Fabricación de productos para limpieza industrial, Fabricación de productos para limpieza doméstica, Fabricación de productos para piscinas, Mejora de productos mediante I+D+i

#### Sitio web

<http://www.spb.es>

#### Sector

Productos químicos

#### Tipo

Empresa individual

#### Sede

Polígono Industrial Castilla, S/N  
Cheste, Valencia 46380 España

#### Tamaño de empresa

De 201 a 500 empleados

#### Fundada

1963

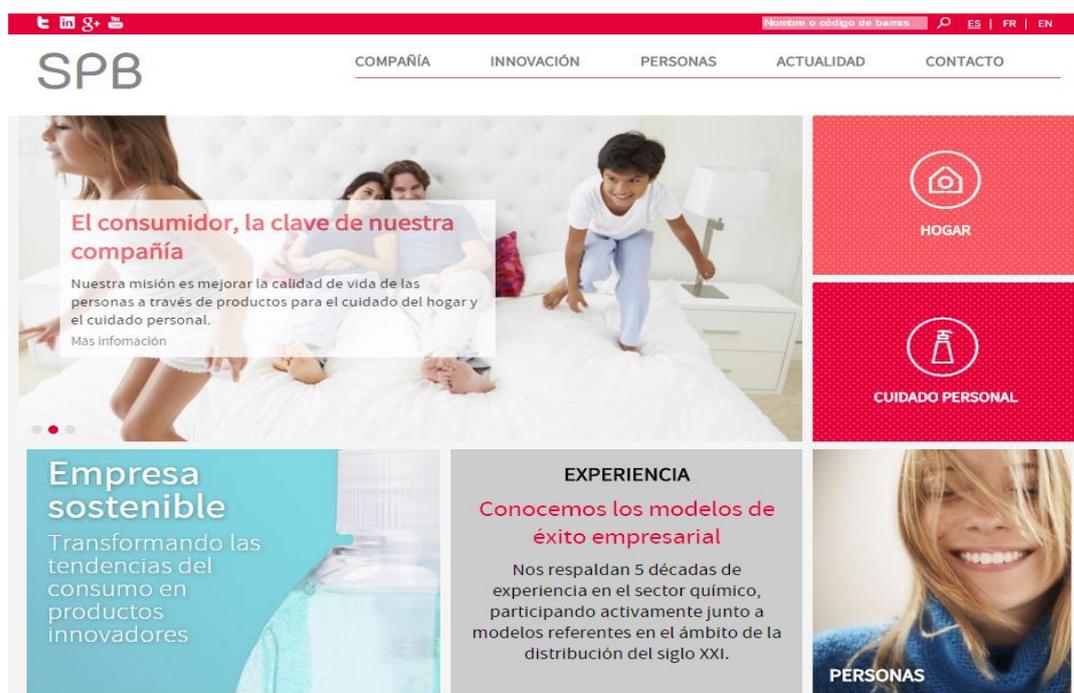
#### Perfil SPB LinkedIn

- En septiembre de 2015 se inaugura el perfil de **SPB** ([@SPB\\_Spain](https://twitter.com/SPB_Spain)) en Twitter en el que se actualizan los contenidos de forma diaria.



Primer mensaje Twitter @SPB\_SPAIN.

- Para SPB, la **web** es uno de los más importantes canales de comunicación externa de la compañía. También en septiembre se cambió y actualizó la web ofreciendo un enfoque más corporativo e introduciendo mejoras como el diseño responsive, vinculándola a la imagen corporativa de la compañía. [www.spb.es](http://www.spb.es)



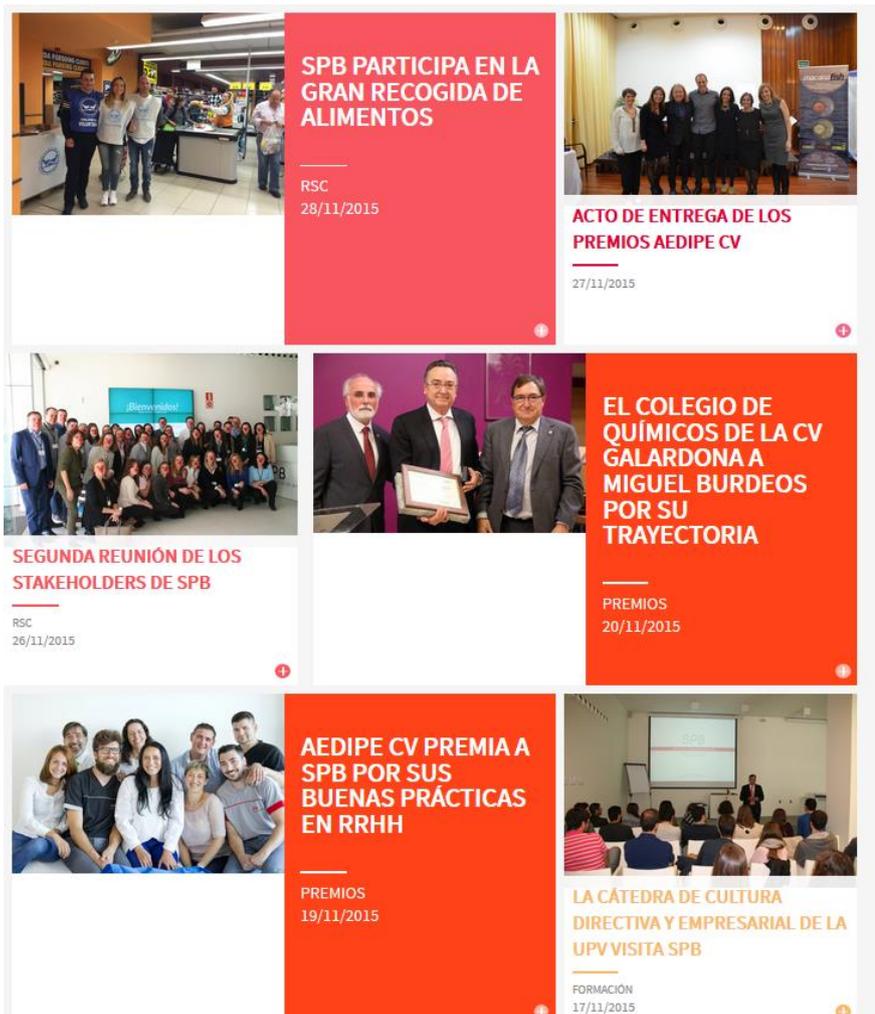
Página principal Web SPB.

- Proactivamente, desde SPB hemos lanzado 5 **notas de prensa** informando de diferentes noticias relevantes para la compañía y su entorno:
  - Jornada sobre RSC organizada en SPB.
  - Reelección de Miguel Burdeos como presidente de ADELMA.
  - Asamblea anual de QUIMACOVA .
  - Concesión de la Medalla Gascó Oliag al Mérito Profesional a Miguel Burdeos.

De cara al año 2016, está previsto lanzar un microsite vinculado con la web corporativa de SPB, **SPB Contigo**, destinada al consumidor final en el que se comunicarán diferentes tipos de contenido:

- Quiénes somos.
- Trucos del hogar.
- Inspiración diaria.
- Nuestras soluciones.

Vinculada con esta plataforma web, está previsto lanzar también un perfil de Facebook llamado también SPB Contigo.



Actualidad SPB. [www.spb.es](http://www.spb.es)

## 5.7 Prevención de riesgos laborales y fomento de hábitos saludables: *Proyecto Fórmula Wellness.*



En la memoria de 2014 ya se habló de la denominada **Fórmula Wellness**, cuyo objetivo es posicionar al empleado/a como agente de su propia salud, en el sentido más amplio de la palabra, para que éste detecte, prevenga, vigile y promueva hábitos saludables y sea ejemplo para los demás.

Para llevar a cabo este programa se crearon seis comités donde en una primera fase (2014) se implicó a representantes de las cuatro plantas, oficinas centrales y el centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico.

### 5.7.1 *Los Grupos de Interés.*

Durante el año 2015 se puso en marcha la segunda fase de nuestra Fórmula Wellness, con una mayor participación de los diferentes grupos de interés en la promoción de los hábitos saludables.

Desde SPB somos consciente que la manera para avanzar es junto a nuestros grupos de interés, para ello cada comité (**Alimentación, Salud, Bienestar, Deporte, Diversidad-Igualdad-Conciliación y Voluntariado**) ha contado con la participación de diferentes Stakeholders (clientes, administración pública, representantes de la comunidad, proveedores,...) que han participado en el diseño de las acciones, la valoración y los resultados obtenidos.

Uno de los objetivos de la Fórmula Wellness ha sido que no solo sirviera a SPB si no que otras organizaciones sensibilizadas y con las que colaboramos habitualmente pudieran ayudarnos a diseñar esta fórmula y conocer experiencias positivas que posteriormente podrían poner en marcha en sus respectivas organizaciones.

Durante 2015 se han realizado dos reuniones presenciales, donde a través de dinámicas guiadas, todos los participantes de Formula Wellness han podido compartir e intercambiar puntos de vista, llegando a consensos sobre las diferentes áreas y acciones a llevar a cabo por parte de cada comité y abriendo de esta forma la cultura de SPB respecto al cuidado y protección de las personas a nuestros colaboradores externos.

El éxito de estas dos reuniones se manifiesta en el acercamiento y las ganas de colaborar que ha despertado esta Fórmula. En un primer momento y como piloto cerramos la participación de los Stakeholder a 3 por comités, tras la primera reunión celebrada se recibieron muestras de interés para participar en estos comités y sus respectivos grupos de trabajo, por lo que decidimos abrir nuestra Fórmula Wellness e invitar a todas aquellas organizaciones que nos habían mostrado su interés en la promoción de hábitos saludables.



2ª Reunión Fórmula Wellness SPB 2015. Integrantes de los comités (internos y externos)

## **5.7.2 Resumen Acciones Fórmula Wellness 2015.**

### **5.7.2.1 Comité Bienestar**

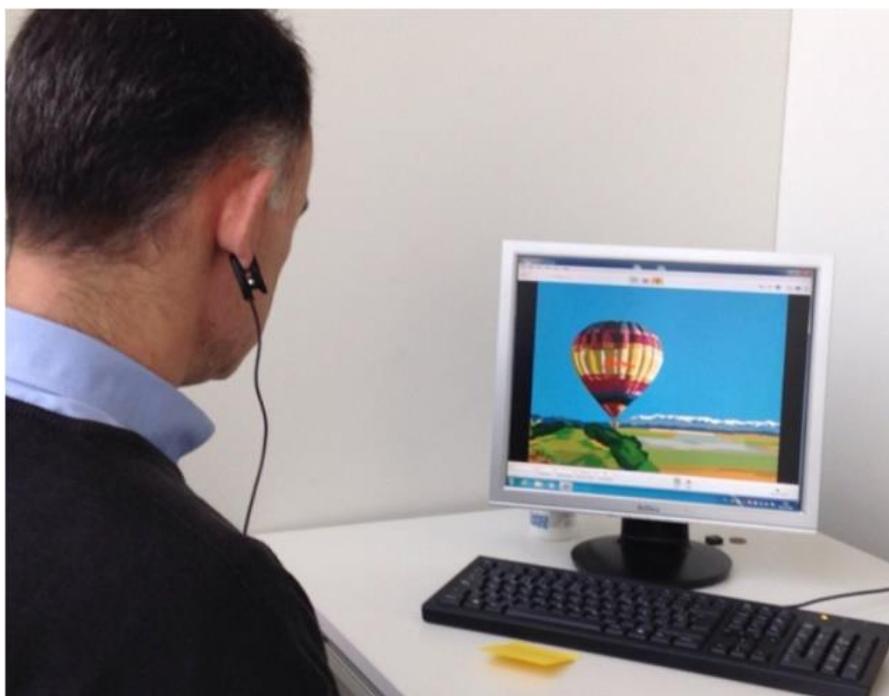
Desde el Comité Wellness Bienestar se ha trabajado para conseguir una plantilla equilibrada, relajada y coherente a nivel interno y externo.

Es un ámbito que puede resultar más difícil de tangibilizar pero, desde este Comité, se ha sabido trabajar y se ha sabido acercar esta filosofía de vida a la plantilla.

Este año se ha incorporado un software de coherencia cardíaca. El programa consiste en conocer mejor cómo funciona nuestro corazón y cómo entrenar en coherencia cardíaca para conectar la inteligencia del cerebro y del corazón. La armonía cardiológica, requiere un entrenamiento y con este software la plantilla de SPB lo tiene a su disposición.

Y, sin duda, la experiencia clave de 2015 ha sido la formación “Navegando por las emociones”. Las más de 420 personas de SPB han recibido este año esta formación, que nos ha descubierto que poniéndonos la nariz de clown las cosas se ven de otra manera. Hemos reflexionado sobre el potencial de las personas, el humor como estrategia, la fuerza de un grupo implicado, el error como mejora, la psicología positiva, la inteligencia emocional...

<b>Acción.</b>	<b>Observaciones.</b>
Utilización Software Coherencia Cardíaca.	40 personas han participado en el uso de este software que permite conectar tu mente y cuerpo y entrar en un estado de relajación.
Sensibilización Yammer.	La importancia del mindfulness
Taller Psicoexpresivo.	17 personas.
BookClub: Compartir lecturas.	Libro: ¿Quién se ha llevado mi queso? 15 personas.
Taller Handmade (Tejer)	13 personas.
Concurso de arte y bienestar	8 participantes.
Formación Navegante de las Emociones.	100 % de la compañía.



Compañero de SPB utilizando programa de Coherencia Cardíaca.

**5.7.2.2 Comité Salud:**

La salud no podía faltar en un programa Wellness. El Comité Wellness Salud ha realizado actividades tendentes a fomentar la concienciación respecto a enfermedades y ha hecho posibles servicios que han mejorado el día a día de los integrantes de SPB.

Por otro lado, este 2015 los integrantes de la plantilla han podido disfrutar, gracias a la iniciativa del Comité Wellness Salud, de un osteópata que atiende dos días a la semana para poder ayudarlos a superar las dolencias más comunes en el Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico.

Visto el éxito de la iniciativa, durante el 2016 será el osteópata quien se acercara a las plantas.

En cuanto al servicio médico debido a su baja tasa de utilización en 2015, en 2016 se cambiara por un Coach que ayude a cualquier persona de SPB en lo que necesite ya sea en su ámbito personal como en el laboral.

<b>Acción</b>	<b>Observaciones.</b>
Monográficos Salud y Seguridad.	Día Internacional de la Salud y Seguridad.
Campaña Cáncer de Piel.	Junio 2015.
Servicio Osteópata.	113 personas han visitado el servicio osteopatía. 270 Intervenciones.
Médico.	63% del tiempo ocupado en seguimiento de dietas.



Campaña Cáncer de Piel.

### 5.7.2.3 *Comité Deporte:*

El Comité Wellness Deporte ha tenido un reto muy importante este 2015, conseguir que muchos más trabajadores y trabajadoras de SPB apuesten por el deporte. Por ello, se han organizado actividades para todos los gustos para sumar a cuantas más personas mejor a los hobbies relacionados con el deporte.

Un año más se volvió a organizar el Campeonato de Pádel SPB en el que cada año participan más personas de la compañía.

Y también se ha consolidado en la participación de las Olimpiadas Solidarias en las que participan diversas empresas en categorías como karts, bolos, pádel o fútbol.

<b>Acción</b>	<b>Observaciones.</b>
Dos salidas de senderismo	67 personas (SPB+familia/amigos)
Salida patines	12 participantes
Salida bici	37 participantes (Abierta a familia)
Selección SPB para Olimpiada Solidaria.	Pádel: 4 participantes; Bolos: 9 participantes; Karts: 9 participantes; Fútbol: 13 personas
Olimpiada Solidaria.	Bolos: 3 personas; Karts: 4 personas; Pádel: 2 personas.
8º campeonato pádel Valencia y Sevilla.	60 participantes.
Deporte acuático (Valencia, Sevilla).	14 participantes. (Abierto a familia).
Campeonato interno fútbol Sevilla	3 equipos participantes.



Olimpiada Solidaria: Jocs Interempreses Valencia 2015.

**5.7.2.4 Comité Alimentación:**

Para ser una persona wellness, una de las principales cosas que hay que cuidar es la alimentación. SPB sabe lo importante que es y queremos que la plantilla siga una alimentación saludable, no por mera estética sino por salud y bienestar.

Alimentarnos mejor para vivir mejor. Es el lema que se ha seguido en el Comité Wellness Alimentación en el 2015. Entre las iniciativas que se han promovido, destacan:

<b>Acción</b>	<b>Observaciones.</b>
Naranjas en centros de trabajo.	Febrero 2015. Comedores oficinas y plantas
Concurso <i>Tupper saludable</i>	8 recetas saludables recibidas.
Sensibilización Alimentación por doctora SPB	26 asistentes
Seguimiento de dietas	13 personas en seguimiento
Sensibilización vía Yammer	Publicación de mensajes para fomentar una dieta sana
Jueves día de la fruta	



Naranja en comedor SPB2.

### 5.7.2.5 **Comité Diversidad-Igualdad-Conciliación:**

Tenemos implementado un Plan de Igualdad que garantiza un tratamiento igualitario entre hombres y mujeres. En este sentido, no existe discriminación de salarios en función de sexo a igualdad de condiciones y funciones laborales. A su vez, existe un protocolo de acoso y violencia de género. Los resultados obtenidos en 2015 muestran la inexistencia de casos de discriminación por sexo en la compañía.

Las medidas de conciliación ayudan a mejorar el compromiso de la plantilla con la compañía. Desde hace años disponemos de una serie de beneficios para mejorar la conciliación de la vida familiar y laboral como:

- **Horario Flexible de entrada y salida:** La plantilla de gestión cuentan con una horquilla en la hora de entrada y salida de 2 horas.
- **Adaptación de los horarios** para el personal con reducción de jornada.
- **Flexibilidad en los cambios de turnos.**
- Preferencia en el **cambio de horas de producción por horas de descanso** en caso que el personal así lo solicite.
- Negociación de horario y tarifas de: **piscina, Pilates, spinning, yoga** en medio de la jornada laboral si es partida, o a continuación de los turnos.
- **Servicio de menú de empresa 5 €.**
- **Formaciones planificadas dentro del horario laboral.**

No obstante dentro de la Formula Wellness de SPB decidimos apostar por políticas de diversidad, igualdad y conciliación que tuvieran en cuenta las opiniones de los compañeros y compañeras de SPB por lo que se creó el Comité Wellness DIC, ya que es una mejora para la organización.

Las iniciativas promovidas por este comité han sido muy bien recibidas tanto por los trabajadores y trabajadoras como por sus familias.

De hecho, una de las iniciativas con más acogida fue la jornada de puertas abiertas que se organizó tanto en las plantas de Valencia como en la de Sevilla. En total, 400 personas disfrutaron de este día que fue posible gracias al compromiso de muchos voluntarios

Los compañeros y compañeras del comité DIC también han organizado otras actividades en las que la familia y la conciliación han sido protagonistas. Es el caso de las salidas familiares que tuvieron una gran acogida.



Senderismo en familia.

<b>Acción</b>	<b>Observaciones.</b>
Estudio y diagnóstico de diversidad.	Centrar en los colectivos a reforzar.
Salidas en familia.	Bici, senderismo, actividades acuáticas, limpieza río...
Puertas abiertas SPB.	94 compañer@s + 286 familiares.
Análisis lenguaje sexista en tablón.	Localizados 16 errores de lenguaje.
Cambio de nombre en los grupos de correo.	Utilización de lenguaje inclusivo.



Puertas abiertas SPB Sevilla.



Puertas abiertas SPB3.

### 5.7.2.6 **Comité Voluntariado:**

El voluntariado corporativo es un conjunto de actividades promovidas y apoyadas por la compañía que tiene como finalidad la involucración y participación libre de sus empleados/as a través de la dedicación de su tiempo, capacidades y talento a causas, proyectos y organizaciones sin ánimo de lucro.

#### **Objetivos del Voluntariado Corporativo.**

Los objetivos del Voluntariado Corporativo se centran en las siguientes convicciones.

- Se fomenta la concienciación del empleado en su responsabilidad individual con la sociedad.
- Se logra un mejor ambiente de trabajo en equipo, al fomentar la solidaridad, el respeto y el compromiso con el entorno.
- Se contribuye al desarrollo profesional de la plantilla al facilitar las inquietudes personales.
- Se contribuye a crear nexos de unión entre la propia plantilla, el equipo directivo y la sociedad.

#### **Evolución del Voluntariado Corporativo.**

El Voluntariado Corporativo arranca en SPB en 2009. La propuesta piloto se inició en el nivel de directivos y managers mediante la posibilidad de participar en acciones solidarias. Se dejó libertad de elección del desarrollo del voluntariado, pudiendo realizarlo tanto dentro como fuera del horario laboral.

Las acciones se han incrementado año a año. Durante el año 2015 se han llevado a cabo 24 acciones de las 38 propuestas, movilizando un total de 73 voluntarios/as internos lo que representa el 17,02 % de la plantilla. Debido a que diferentes voluntarios/as han participado en más de una acción se han contabilizado un total de 113 participaciones en acciones de voluntariado. Y un total de 836,5 horas invertidas, contabilizando la gestión, preparación y la propia acción. El número de voluntarios sigue siendo muy similar, el porcentaje debido a las nuevas incorporaciones se ha visto reducido en aproximadamente 3 puntos.

**Tabla Evolución programa Voluntariado Corporativo.**

<b>Voluntariado</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Plantilla</b>	408	429
<b>Voluntarios</b>	81	73
<b>Voluntarios Invitados</b>	23	17
<b>Acciones propuestas</b>	24	38
<b>Acciones Realizadas</b>	23	24
<b>Horas voluntariado (Voluntariado + material + gestión)</b>	-	836,5
<b>Participaciones</b>	120	113
<b>Porcentaje</b>	<b>19,85%</b>	<b>17,02%</b>

Tabla colaboraciones destacadas 2015.

ONG/Fundación/ Asociación	Acción.
Alianza por la Solidaridad.	Piloto Voluntariado Corporativo EU Aid Volunteers. Apoyo a la gestión de Alianza por la Solidaridad en Colombia y Nicaragua.
Asociación Alanna.	Utilización de productos limpieza industrial y hogar. Gestión del tiempo. Actitud positiva. Marca Personal.
Acción contra el Hambre.	Sensibilizaciones en colegios sobre desnutrición infantil.
Fundación por la Justicia.	Gestión del tiempo.
Fundación Amigó. CAM La Salle-Amigó.	Actitud Positiva. Limpieza Estereotipos. Asertividad. Utilización de productos de limpieza. Taller Cocina.
Fundación Novaterra	Gestión del tiempo. Actitud positiva. Marca Personal.
Casa Ronald Mc Donald Valencia	La Magia de la Química
Centro Transfusión de Sangre	46 donaciones
Cooperación Internacional	Día Solidario de las Empresas en Sevilla.
Medioambiente	Recogida residuos río Turia
Fundación Cajasol	Montaje 10,000 cajas de Navidad
SPB	Bicisolidaria. Sensibilización Voluntariado Sevilla. Recogida juguetes San Jose de la Montaña
Banco Alimentos.	Gran Recogida de Alimentos.



A continuación se mencionan algunas de las organizaciones que desde SPB se apoya:

**Socios de Voluntare.**

*Punto de encuentro participativo para aquellas empresas, organizaciones, y personas interesadas en el voluntariado corporativo*



**Sociolidarios**

*Iniciativa de transformación social, articulada con diferentes sectores, que canaliza, diseña, ejecuta, acompaña, promociona y difunde los proyectos, acciones y buenas prácticas de las entidades que forman parte de la red.*



**Casa Caridad Valencia:**

*Casa Caridad está orientada a la ayuda de los necesitados, intentando detectar los nuevos problemas que van surgiendo, a través de sus trabajadores sociales, psicólogos y educadores sociales dando respuesta a las demandas de las personas necesitadas y adelantándose a ellas.*



**Magia de la Química: Casa Ronald Mc Donald Valencia.**

### 5.7.2.7 Reconocimientos Fórmula Wellness:



Miguel Burdeos, junto Amparo Andreu y Anabel Talens, recibiendo la distinción en RSC de los premios CEGOS.



Anabel Talens, gerente de Salud de personas, junto su equipo recibiendo los premios AEDIPE C. Valenciana:  
- Premio a Miguel Burdeos, Director General de SPB, en su apoyo constante a los RRHH.  
- Premio a la Directora de RRHH con mejores prácticas en Gestión del Talento y Desarrollo Organizativo, que ha correspondido a Anabel Talens.

## 5.8 Cumplimiento normativo en materia de seguridad: protocolos y etiquetado.

Desde SPB registramos todas las acciones detectadas en las auditorías internas relacionadas con el cumplimiento normativo y/u observaciones de mejora. Existen protocolos de actuación ante la introducción y desarrollo de cualquier nuevo producto o la actualización que garantiza el cumplimiento de toda la legislación vigente en materia de cuidado ambiental, prevención de riesgos laborales, etiquetado, transporte, producción, reciclaje, etc. **Durante 2015 no hemos recibido ninguna denuncia ni sanción en este sentido.**

En SPB garantizamos la fiabilidad de nuestros productos a través del cumplimiento de toda normativa aplicable. De esta forma, hemos construido cauces de diálogo con los clientes y hemos protocolizado la recepción de quejas y reclamaciones en el servicio de atención al cliente a través de:

- Teléfonos de atención al cliente ubicados en el etiquetado de los productos.
- Derivaciones de los teléfonos de atención al cliente de Mercadona y del Centro Nacional de Toxicología.

Nuestro servicio de atención al cliente ha recibido 642 consultas durante el año 2015, lo que permite tener un contacto directo con la experiencia de los consumidores pudiendo dar por un lado respuesta a sus inquietudes y por otro lado disponer de información que nos permite detectar nuevas oportunidades en nuestros productos de acuerdo a nuestra filosofía de mejora continua. Después de estudiar cada caso, pautamos las acciones a seguir. El proceso de respuesta también está protocolizado, exigiendo una respuesta antes de 15 días.

Respecto a la privacidad de clientes, hay que destacar que no hemos registrado reclamaciones en materia de protección de datos de carácter personal.

Finalmente, frente a la normativa referente al etiquetado de productos químicos de uso doméstico e industrial, señalar que es implantada a través de protocolos de mejora continua. Además, utilizamos la información proporcionada por los clientes para mejorar el etiquetado e identificar problemas, a través de un protocolo de actuación gestionado por el Departamento de Calidad y transmitido a todos los departamentos implicados.

**Nombre producto.** → Gel Activador del Lavado Bosque Verde

**Composición.** → **Potencia la acción del detergente. Disuelve las manchas respetando los colores. Eficaz como la LEJÍA con la ropa de color. Con agentes Higienizantes.**

**Modo empleo.** → **COMPOSICIÓN:** Contiene entre otros ingredientes: Entre el 5 y 15% de Blanqueantes Oxigenados. Menos del 5% de Tensioactivos No Iónicos. Perfume.

**Información de uso.** → **MODO DE EMPLEO. LAVADO A MÁQUINA:** Poner la lavadora. Verter un tapón de Activador (90 ml) en la cubeta del detergente (rusca en el de la lejía). Dejar correr el agua y a continuación, añadir el detergente habitual.

**Instrucciones seguridad.** → **LAVADO A MANO:** Verter un tapón (90ml) por cada 10 litros de agua junto al detergente habitual, sumergir la prenda y dejar actuar un máximo de 20 minutos. Aclarar con abundante agua.

**Teléfono información.** → **MANCHAS DIFÍCILES EN PRENDAS DE COLORES SÓLIDOS:** Verter el Activador directamente sobre la mancha. Lavar inmediatamente después (a mano o a máquina) junto con el detergente habitual.

**Riesgos seguridad.** → **ADVERTENCIAS DE USO:** En lo posible, no desdificar simultáneamente el Activador del Lavado y el Detergente habitual en la cubeta de la lavadora. No aplicar directamente sobre botones, cremalleras, piezas metálicas, ni en tejidos delicados o en las que se recomienda el lavado en seco. No emplear en prendas de colores no sólidos. Comprobar la solidez del color aplicando el activador en una parte no visible de la prenda. No dejar secar el activador sobre la prenda. Lave la prenda inmediatamente después con su detergente habitual. No seque al sol las prendas lavadas. Preservar el envase de la luz solar directa. En caso de vertido accidental, retirar inmediatamente el exceso de producto, y aclarar con abundante agua. **NO MEZCLAR CON LEJÍA.** Usar guantea, el producto en contacto con la piel puede provocar manchas blanquecinas, lavar con agua y desaparecerán al cabo de unos minutos.

**Eliminación producto.** → **PRECAUCIONES:** Provoca irritación ocular grave. No ingerir. Si se necesita consejo médico, tener a mano el envase o la etiqueta. mantener fuera del alcance de los niños. **EN CASO DE CONTACTO CON LOS OJOS:** Aclarar cuidadosamente con agua durante varios minutos. Quitar las lentes de contacto, si lleva y resulta fácil. Seguir aclarando. Si persiste la irritación ocular. Consultar a un médico. En caso de accidente consultar al Servicio Médico de Información Toxicológica, Telf: 915 620 420

**Marca AISE, Charter de sostenibilidad detergentes.** → **FABRICADO POR:** SUAVIZANTES Y PLASTIFICANTES BITUMINOSOS, S.L. Pol. Ind. de Chesto, Vialó 46380 CHESTO E (Valencia) Tel.: 962 516 1605 www.spb.es

**Fabricante.** → **ATENCIÓN**

**Eliminación producto.** → **3 480000 402332**

## 6. La RSC a través del *respeto al medioambiente*.

---

El sector de la industria química es uno de los más sensibilizados en materia medioambiental debido a los riesgos que pueden derivar sus actividades.

Por ello tenemos el compromiso de actuar con el máximo respeto al medioambiente y la prevención de la contaminación. Para ello, contamos con un departamento de Calidad y Medioambiente centrado en mejorar los procesos y productos, detectando y mitigando los posibles riesgos que puedan aparecer.

Tal y como se ha visto anteriormente, garantizamos el cumplimiento estricto de la legalidad, en este caso vinculada al medioambiente.

La apuesta por el cuidado y respeto del medioambiente es transversal a toda la compañía y proviene desde la investigación y desarrollo e innovación (I+D+i), la selección de la maquinaria y su funcionamiento y la búsqueda de materiales más amigables.

También demandamos el respeto al medio ambiente por parte de nuestros proveedores. De esta forma, cada mes se planifican dos visitas a plantas de proveedores donde se examina y evalúa su actuación medioambiental, entre otros aspectos.

En este sentido, contamos con diversas certificaciones en materia de calidad y gestión medioambiental como son:

- ISO 14001 Sistema de Gestión Ambiental.
- Marca AISE, Chárter de sostenibilidad en los detergentes.
- Empresa adherida a ECOEMBES.



Desde SPB centramos nuestras líneas de actuación en materia medioambiental en la reducción de consumos energéticos, reducción de residuos peligrosos, reducción de consumo de agua y la reutilización de mermas y residuos.

Por otra parte, gracias a nuestro programa de Voluntariado Corporativo fomentamos la concienciación de la plantilla, sensibilizándoles y animándoles a adoptar medidas más responsables, no solo en su ámbito laboral, sino también en el privado.

Por último, destacar, que durante 2015, al igual que en años anteriores no se ha recibido ningún tipo de sanción en materia medioambiental.

## 6.1 Actuaciones Medioambientales llevadas a cabo durante 2015:

Durante el 2015, hemos seguido con la mejora en la eficiencia de nuestras instalaciones y procesos, con una inversión superior a los 300.000 €, como ejemplo de proyectos llevados a cabo:

### SPB1:

#### **Consignación y bloqueo de las temperaturas por zonas (Inversión de 3000 €):**

Para ello se ha definido e implantado un sistema de control de horarios de climatización según zonas y necesidades. Además se ha procedido a la separación de la gestión de clima (frio) y sobrepresión (aire) de las zonas blancas de envasado para eliminar gasto de climatización en horas en las que solo necesitamos sobre presión.

#### **Cambio luminarias en: vestuarios, comedor, zona sulfuman y almacén E2 por luminarias tipo LED (inversión: 18.692 €):**

Se ha procedido la sustitución de tipo de iluminación, lámparas de descarga por iluminación con tecnología LED.

### SPB2:

#### **Remodelación campa SPB2 (Inversión 7.500 €)**

En la campa de SPB2, almacenamiento de GRG con residuos, se ha procedido a su techado y la canalización de derrames hacia un pozo estanco.

#### **Luminarias por tipo LED en la remodelación de la campa SPB2 (Inversión 16.885 €)**

### SPB3:

#### **Sistemas de alumbrado, sectorización, automatización on-off y leds (Inversión de 3.000 €):**

En el área de soplado de SPB3 se ha procedido a la sustitución de tipo de iluminación, lámparas de descarga por iluminación con tecnología LED

Además de definir horarios de necesidad de iluminación e instalación de sistemas de automatización de iluminación mediante sensores crepusculares.

#### **Insonorización compresor T20. (Inversión 17.470 €):**

Gracias a esta insonorización se ha reducido la contaminación acústica en 30 Db, mejorando así la calidad de las personas que trabajan en esta zona.

**Sala APQ recipientes móviles.** Instalación de un pozo y un recogido de derrames (**Inversión: 2.500 €**)

Al igual que en la campa SPB2 se ha procedido a la canalización de los posibles derrames producidos en el Almacén de Productos Químicos inflamables hacia un pozo estanco, evitando así las posibles fugas.

**SPB Sevilla:**

**Mejora de eficiencia por colocación de un equipo de gestión de calidad de la electricidad. (Inversión: 50.000 €)** este equipo alimenta a las 3 máquinas de extrusión y ha permitido un ahorro del 14% del consumo de las máquinas. A parte del ahorro energético también existe un ahorro al estabilizar la tensión de entrada a máquinas y una mayor seguridad ante subidas de corriente

Tratamiento superficial de la zona de descarga cisterna para el control de posibles derrames. (**Inversión 25.000 €**):

Se ha procedido a la impermeabilización del suelo, la canalización de la recogida de derrames, y la conexión de esta canalización a un pozo estanco, para evitar cualquier tipo de fuga .

**SPB3 y Sevilla:**

**Instalación de lavadero de gases y captación del venteo del depósito de amoníaco: (inversión: 93.508 € Sevilla, 62.286 € Valencia)**

Este sistema nos permite neutralizar los vapores de amoníaco con un lavado con agua en recirculación continua, limitando las emisiones a la atmósfera del venteo del depósito de amoníaco por debajo del límite que exige la legislación vigente.

## 6.2 Consumos energéticos.

Tablas. Consumos energéticos.

Consumos energéticos		
Fuente Energía	2014	2015
Electricidad (kwh)	19.248.359	19.503.950
Gas Propano (L)	14.538	15.657
Gas oil (L)	1.600	1.600
GLP (L)	79.100	92.200

Consumo energético/ 1000 unidades producidas		
Fuente Energía	2014	2015
Electricidad (kwh)	126,764	119,627
Gas Propano (L)	0,096	0,096
Gas oil (L)	0,011	0,0098
GLP (L)	0,521	0,565

### 6.3 Consumos de agua, vertidos y fuentes de captación.

La compañía dispone de un pozo de agua natural del cual se extraen 6.600 m<sup>3</sup>/año. El resto de las aguas captadas provienen de la red de suministro público.

La totalidad de agua captada en 2015 ha sido de 368 mil m<sup>3</sup>, lo que supone un 15.56 % más, siendo el aumento de 0.16 m<sup>3</sup> por cada 1000 unidades fabricadas, lo que equivale a 0.05 litros por cada 1000 litros fabricados.

**Tabla. Consumos de Agua (m<sup>3</sup>).**

Consumos Agua (m <sup>3</sup> )		
	2014	2015
Agua Total Captada	319.049	368.695

Con el fin de evitar fugas que puedan conllevar un riesgo para el medioambiente, contamos con todo nuestro alcantarillado sellado, derivando toda la gestión de desagües a cubetos y GRG (depósitos de 1000 litros), o los nuevos pozos estancos instalados.

El agua residual procedente del grupo de ósmosis y de los sanitarios se trata en la depuradora del polígono. El resto de aguas procedentes de las limpiezas, se reincorporan en los productos y como última opción si no es posible su reutilización es derivada a gestores de residuos autorizados.

### 6.4 Materiales utilizados.

Dentro de los procesos de innovación y en la búsqueda de la eficacia, durante el año 2015 se continuó con el proyecto de optimización de envases. Si en 2014 se presentaban los resultados de la reducción de plástico en las botellas de fregasuelos, este año el foco investigación se ha orientado en como poder reducir el gramaje de las botellas de lejía de 2 litros y de 5 litros. Siendo el resultado la reducción del gramaje en un 10 % y 15,7 % respectivamente.

Este avance nos va a permitir una reducción de plástico aproximada de 276 Toneladas al año, y un ahorro económico aproximado de 375.000 €.

**Tabla. Materiales utilizados (kg).**

Materiales utilizados por peso o volumen		
Materiales	2014	2015
Cartón/Papel (kg)	98.246	161.695
Plástico (kg)	4.454.820	4.523.424
Metal (kg)	241	270
Vidrio en (kg)	113.927	127.759

Se puede observar que durante el año 2015 se ha aumentado un 64 % el consumo de cartón, principalmente debido a un incremento en la calidad de envasado y encajado de nuestros

productos para poder apilar un mayor número de mercancía en su transporte, reduciendo así el espacio necesario y permitiendo reducir el número de transportes al año.

## 6.5 Gestión de Residuos:

Con el fin de poder asegurar la correcta gestión de los residuos, disponemos de procedimientos e instrucciones específicas para cada acción. Estos procedimientos se rigen por los principio de Reducción, Reciclado y Reutilización.

Todos los residuos son gestionados por gestores de residuos autorizados, siendo el coste del **tratamiento y eliminación** de estos residuos durante 2015 de **467.379 €**.

Residuos No Peligrosos (Unidades en Kg)		
	2014	2015
<b>Total</b>	<b>854.264<sup>4</sup></b>	<b>1.119.229</b>

Residuos Peligrosos (Unidades en Kg)		
	2014	2015
<b>Total</b>	<b>3.009.266</b>	<b>3.804.813</b>

Otro indicador que se ha considerado trasladar es el ratio de residuos por cada 1000 unidades fabricadas y por cada 1000 litros producidos, pudiendo observar un incremento de los residuos por unidad fabricada. Una de las principales causas de este incremento es el desarrollo de nuevos productos donde esperamos año a año mejorar sus procesos para ser lo más eficientes posibles y limitar los residuos que generan.

Residuos (KG)/ 1000 Unidades Fabricadas		
	2014	2015
<b>RNP</b>	<b>5,63<sup>5</sup></b>	<b>6,86</b>
<b>RP</b>	<b>19,82</b>	<b>23,33</b>

Residuos (KG) / 1000 litros fabricados		
	2014	2015
<b>RNP</b>	<b>3,73</b>	<b>4,44</b>
<b>RP</b>	<b>13,14</b>	<b>15,09</b>

<sup>4</sup> Error en Memoria 2014. Se detalla en fe de errores.

<sup>5</sup> Error en Memoria 2014. Se detalla en fe de errores.

## 7. Conclusiones.

---

Este documento ha pretendido exponer la responsabilidad social corporativa (RSC) de la compañía SPB, definida como la contribución activa y voluntaria a la mejora **económica, social, y medioambiental** y presentar así, de forma transparente el compromiso social de la compañía con todos los grupos de interés; clientes, usuarios finales, proveedores, empleados, socios, administraciones públicas y privadas, tejido empresarial y, en general, a toda la sociedad, y compartir con todos ellos todas las iniciativas.

En este sentido, cabe señalar, que desde el **punto de vista económico**, en 2015, hemos generado un valor económico de 111 millones de euros y ha sido distribuido en un 90,4% del total de la cifra de negocio, entre todos los grupos de interés. Cerca del 14%, ha sido distribuido en gastos salariales, un 0,7% a proveedores de capital, 1,6% a pagos a gobiernos y un 0,9% a pagos a socios de la sociedad, entre otros.

Desde **el punto de vista social**, las acciones que hemos impulsado han sido de muy diversa índole, muy numerosas y han afectado, tanto a la sociedad, como a los directivos y empleados. Desde programas de formación, prevención de riesgos y fomento de hábitos saludables, o uno de las iniciativas más longevas en la compañía como el voluntariado corporativo.

Y en tercer lugar, desde el **punto de vista medioambiental**, a pesar de que el sector de la industria química es uno de los más sensibilizados (debido a los riesgos que pueden derivar sus actividades), en el documento hemos presentado, nuestros datos más significativos, y detallado las actuaciones realizadas durante el 2015 relacionadas con esta área, que han supuesto una inversión superior a los 300.000 €.

Para finalizar, cabe destacar la fuerte implicación de los directivos y empleados en la RSC e igualmente en la redacción y obtención de datos para configurar este documento. Sin todos ellos no hubiera sido posible.

## 8. Anexo 1: Perfil de la memoria.

---

La presente memoria RSC ha sido inspirada en la Guía de elaboración de memorias del **Global Reporting Initiative**, año a año trabajaremos con el objetivo de mejorar nuestro reporte.

SPB está adherida a **Pacto Mundial** desde 2011. De forma anual presenta su informe de progreso. El último fue el de 2014, que se publicó en Junio de 2015.

Con esta nueva memoria/informe de progreso se pretende informar a todos nuestros grupos de interés y renovar nuestra adhesión e informando de nuestros avances en los 10 principios de Pacto Mundial en el año 2015.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 8.1 Índice GRI

Contenidos.	Página	Principio PM
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>		
<b>G4.1- Declaración del responsable principal de la compañía sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.</b>	3	
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
<b>G4.3 Nombre de la organización</b>	2	
<b>G4.4 Marcas, productos y servicios más importante</b>	10	
<b>G4.5 Lugar donde se encuentra la sede central de la organización</b>	8	
<b>G4.6 Países en los que opera la organización y países donde lleva a cabo operaciones significativas</b>	8	
<b>G4.7 Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.</b>	11	
<b>G4.8 Mercados de donde se sirve.</b>	8	
<b>G4.9 Dimensión de la organización.</b>	14,22	
<b>G4.10 Tamaño de plantilla por tipo de contrato y sexo.</b>	14	6
<b>G4.11 Porcentaje de empleados cubiertos por Convenio Colectivo.</b>	27	3
<b>G4.12 Cadena de suministro.</b>	8	
<b>PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS</b>		
<b>G4.16 Lista de asociaciones a las que se pertenece.</b>	16	
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>		
<b>PARTICIPACIÓN GRUPOS DE INTERES.</b>		
<b>G4.24 Lista de grupos de interés.</b>	20	
<b>G4.25 Explicación de cómo se determinan los grupos de interés.</b>	20	
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>		
<b>G4.28 Periodo objeto de la memoria.</b>	54	
<b>G4. 29 Fecha de la última memoria.</b>	54	
<b>G4.30 Ciclo presentación de memorias.</b>	54	
<b>G4.31 Punto de contacto para solventar dudas en relación al contenido de la memoria.</b>	2	
<b>GOBIERNO</b>		
<b>G4.34 Estructura de gobierno.</b>	11	
<b>G4.39 Indique si la persona que preside el órgano de gobierno ocupa también un puesto ejecutiva.</b>	11	

Contenidos.	Página	Principio PM
<b>G4.42 Funciones del órgano superior de gobierno.</b>	11	
<b>ETICA E INTEGRIDAD</b>		
<b>G4.56 Descripción de los valores, principios y normas de la organización.</b>	7	10
<b>DESEMPEÑO ECONOMICO</b>		
<b>EC1 Valor económico generado y distribuido.</b>	22	
<b>MEDIOAMBIENTE</b>		
<b>MATERIALES</b>		
<b>EN 1. Materiales por peso y volumen.</b>	51	7,8
<b>ENERGIA</b>		
<b>EN 3. Consumo energético interno.</b>	50	7,8
<b>EN 6. Reducción del consumo energético.</b>	50	8,9
<b>AGUA</b>		
<b>EN 8. Captación total de agua.</b>	51	7,8
<b>EN.9 Fuentes de agua afectadas significativamente por la captación de agua.</b>	51	8
<b>EFLUENTES Y RESIDUOS</b>		
<b>EN22. Vertido total de agua.</b>	51	8,9
<b>EN23. Peso total residuos. Según tipo y método de tratamiento.</b>	51	8
<b>CUMPLIMIENTO REGULATORIO</b>		
<b>EN29. Valor monetario de las multas significativas y número sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación.</b>	48	8
<b>GENERAL.</b>		
<b>EN31. Desglose gastos e inversiones ambientales.</b>	49	7,8,9
<b>EN32. Proveedores que se examinaron en función de criterios medioambientales.</b>	48	8
<b>DESEMPEÑO SOCIAL:</b>		
<b>PRACTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>		
<b>EMPLEO</b>		
<b>LA1. Número y tasa de contrataciones, rotación media, desglosado por sexo y grupo etario.</b>	15	6
<b>LA3. Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad/paternidad.</b>	27	6
<b>RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN</b>		
<b>LA4. Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos.</b>	29	3

Contenidos.	Página	Principio PM
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO.</b>		
<b>LA 5. Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados.</b>	13	
<b>LA 6. Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo.</b>	26	
<b>CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN</b>		
<b>LA 9. Promedio de horas de capacitación anuales por empleado.</b>	28	6
<b>LA 11. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y desarrollo profesional.</b>	28	6
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.</b>		
<b>LA 12. Composición de los órganos de gobierno y desglose de plantilla por sexo, edad, y otros indicadores de diversidad.</b>	14	6
<b>IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES.</b>		
<b>LA 13. Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres.</b>	40	1,6
<b>DERECHOS HUMANOS</b>		
<b>INVERSIÓN</b>		
<b>HR 2. Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con los derechos humanos.</b>	28	1
<b>NO DISCRIMINACIÓN</b>		
<b>HR 3. Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.</b>	40	6
<b>LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA</b>		
<b>HR 4. Centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados.</b>	25	3
<b>TRABAJO INFANTIL</b>		
<b>HR 5. Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.</b>	25	5
<b>TRABAJO FORZOSO.</b>		
<b>HR 6. Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso.</b>	25	4

Contenidos.	Página	Principio PM
<b>MECANISMOS DE RECLAMACIÓN EN MATERIA DE DERECHO HUMANOS.</b>		
<b>HR 12. Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.</b>	25	1
<b>SOCIEDAD</b>		
<b>S04. Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.</b>	26	10
<b>S05. Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.</b>	26	10
<b>CUMPLIMIENTO REGULATORIO</b>		
<b>S08. Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.</b>	46	
<b>RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTO</b>		
<b>ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.</b>		
<b>PR3. Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicio.</b>	46	
<b>PR4. Numero de incumplimientos de la regulación de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.</b>	46	
<b>PR5. Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.</b>	24	
<b>PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES</b>		
<b>PR8. Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de clientes.</b>	46	
<b>CUMPLIMIENTO REGULATORIO</b>		
<b>PR9. Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.</b>	46	

## 9. Anexo II. Fe de errores memoria 2014

---

Al elaborar la memoria de 2015 hemos detectado algunos errores cometidos durante la memoria de 2014 y que a continuación desarrollamos:

- Cometimos un error al informar en el Indicador Medioambiental de Gestión de Residuos no peligrosos, provocado por un desajuste en una fórmula del excel, al aglutinar el total de los diferentes residuos no peligrosos. Siendo los datos correctos los que aparecen en esta memoria.

