

SPB

---

Memoria de  
**Responsabilidad  
Social Corporativa**  
2016



**Pacto Mundial**  
Red Española

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

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

**Número de empleados en 2016:** 469 personas.

**Ámbito de actuación:** Nacional

**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:** Directora de Salud y 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,

La publicación por la Asamblea General de la ONU de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible supone un hito clave para todos los países, gobiernos y organizaciones. También nosotros, en nuestro ámbito de actuación, somos conscientes que repercutimos en las personas y la sociedad y este 2016 hemos actuado sobre algunos de **los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible** acordados por los estados miembros.

Por ello, en esta memoria, queremos, con total transparencia, informar sobre estas acciones creando un nuevo apartado sobre los **Objetivos Desarrollo Sostenibles** que, desde la humildad, pueda servir de inspiración y reto para otras organizaciones que también quieran actuar sobre ellos.

Nuestro mayor aprendizaje ha sido darnos cuenta que, todos juntos, desde el compromiso, podemos lograr grandes resultados sin que se requieran grandes inversiones. Estamos convencidos que nuestras actuaciones en el **entorno local** sumadas al resto de actuaciones de las distintas organizaciones en pequeños entornos nos permitirán cambiar la sociedad que nos rodea.

Por otro lado, además de identificar nuestra actuación en los ODS, la **Prevención de Riesgos Penales**, normativa que entró en vigor el 23 de Diciembre de 2010 pero que hasta estos dos últimos años aún era una gran desconocida de las compañías, ha sido también un reto abordado por SPB en este 2016.

Ante la importancia de esta reforma y con ánimo de ser fieles a la cultura de cumplimiento de SPB, durante este año pasado se puso en marcha un **Proyecto de Corporate Defense**, con el fin de disponer de un análisis preventivo de los riesgos penales que hipotéticamente pueden afectarnos.

Para ello se ha desarrollado el **Manual de Prevención de Riesgos Penales**, creándose el Comité de Ética y Compliance, como un órgano específico de su supervisión y control. Fruto de este trabajo de identificación de riesgos y de ordenación de los controles que se disponían, hemos podido comprobar que, de una forma natural, contábamos con muchos de los controles necesarios para garantizar una correcta gestión empresarial, por lo que solo teníamos que ordenarlos, completarlos y establecer un seguimiento de los mismos. Sin duda, un importante trabajo de todas las personas de la compañía.

En paralelo, se ha elaborado nuestro **Código Ético y de Conducta**, donde se han recogido tanto las **obligaciones con nuestros grupos de interés**, como las **conductas que toda persona de SPB debe cumplir** en el desarrollo de sus funciones.

Es bien sabido que la confianza se tarda mucho en conseguir y poco en perder, y pocas cosas hay más importantes para una empresa que la confianza que el resto de agentes deposita en



Miguel Burdeos,  
Presidente y Director General SPB.

ella. Es por ello que, como Presidente y Director general de SPB, os puedo asegurar que disponemos de la suficiente historia, madurez, ética y responsabilidad para seguir siendo un socio de confianza, y que seguiremos trabajando para seguir mereciendo esta consideración.

A través de esta memoria de RSC, como ejemplo de transparencia y confianza de SPB hacia sus grupos de interés, renovamos nuestro compromiso con todos vosotros y con los 10 principios del Pacto Mundial, esperando con el mismo poder dar respuesta a todas vuestras inquietudes.

No quisiera acabar sin destacar que todos estos logros no serían posibles sin el empuje, compromiso y convencimiento de todas y cada una de las personas de SPB.

Atentamente,



Miguel Burdeos Baño

## Índice

<b>1. SPB ante los Objetivos Desarrollo Sostenible.....</b>	<b>7</b>
<b>2. Perfil de la compañía.....</b>	<b>11</b>
2.1 Visión, Misión y valores.....	11
2.2 Actividad, ámbito de actuación y centros de trabajo. ....	12
2.3 Modelo de negocio y marcas. ....	14
2.4 Forma Jurídica y gobierno corporativo. ....	15
2.5 Equipo Directivo, organigrama y áreas funcionales de dirección. ....	16
2.6 Comités SPB.....	18
2.7 Estructura de la plantilla. ....	20
2.8 Asociacionismo.....	22
2.9 Estándares de calidad.....	23
<b>3. La Responsabilidad Social Corporativa. ....</b>	<b>24</b>
3.1 LA RSC en SPB.....	24
3.2 Objeto de la RSC: Los grupos de interés. ....	24
Método relación con los grupos de interés externos: .....	26
<b>4. La RSC a través del rendimiento económico. ....</b>	<b>27</b>
4.1 Valor económico generado y distribuido. ....	27
4.2 Acciones de creación de valor económico en el entorno local.....	28
4.3 Ayudas económicas otorgadas por instituciones públicas.....	29
4.4 Creación de valor en los clientes: Índice de satisfacción. ....	29
<b>5. La RSC a través de responsabilidad con la sociedad y la compañía. ....</b>	<b>30</b>
5.1 Código Ético SPB:.....	30
5.2 Empleo local y programas de inserción socio laboral. ....	31
5.3 Protección de Derechos humanos, cumplimiento de códigos éticos respecto explotación infantil y trabajos forzados.....	31
5.4 Rechazo a la corrupción y competencia desleal. ....	32
5.5 Compromiso, empleo estable y retención del talento: .....	32
5.6 Formación de la plantilla. ....	33
5.7 La apuesta por la mejora de la comunicación:.....	34
5.7.1 Comunicación Interna: .....	34
5.7.2 Comunicación Externa:.....	37
5.8 Prevención de riesgos laborales y fomento de hábitos saludables: <i>Proyecto Fórmula Wellness</i> . ....	40

5.8.1	<i>Los Grupos de Interés</i> .....	40
5.8.2	<i>Resumen Fórmula Wellness 2016</i> .....	42
5.9	Cumplimiento normativo en materia de seguridad: protocolos y etiquetado.....	50
<b>6.</b>	<b>La RSC a través del <i>respeto al medioambiente</i></b> .....	<b>52</b>
6.1	Actuaciones Medioambientales destacadas 2016:.....	53
6.2	Consumos energéticos.....	55
6.3	Consumos de agua, vertidos y fuentes de captación.....	55
6.4	Materiales utilizados.....	56
6.5	Gestión de Residuos:.....	57
<b>7.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	<b>59</b>
<b>8.</b>	<b>Anexo 1: Perfil de la memoria</b> .....	<b>60</b>
<b>8.1</b>	<b>Índice GRI</b> .....	<b>61</b>

## 1. SPB ante los Objetivos Desarrollo Sostenible.

---

Los objetivos de desarrollo sostenible son el resultado de un proceso de negociación que involucró a los 193 Estados Miembros de la ONU y también la participación sin precedentes de la sociedad civil y otras partes interesadas. Esto llevó a la representación de una amplia gama de intereses y perspectivas.

### **Objetivos de desarrollo sostenible**

**Objetivo 1.** Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

**Objetivo 2.** Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

**Objetivo 3.** Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades

**Objetivo 4.** Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

**Objetivo 5.** Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

**Objetivo 6.** Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.

**Objetivo 7.** Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos

**Objetivo 8.** Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

**Objetivo 9.** Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación

**Objetivo 10.** Reducir la desigualdad en y entre los países

**Objetivo 11.** Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

**Objetivo 12.** Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

**Objetivo 13.** Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

**Objetivo 14.** Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible

**Objetivo 15.** Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica

**Objetivo 16.** Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.

**Objetivo 17.** Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

SPB como empresa sensibilizada con los problemas mundiales, y especialmente los locales, lleva tiempo trabajando de una forma natural sobre algunas de las cuestiones que se han planteado en estos objetivos.

Además SPB invita a todas las organizaciones a tenerlos presentes, ayudar a difundirlos y trabajar conjuntamente para dar respuesta en la medidas de sus posibilidades a los entornos más cercanos, ya que para mejorar a nivel global hay que actuar desde lo local.

A continuación se muestra un ejemplo de nuestras actuaciones entorno a diversos objetivos:

**ODS2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.**

- Con el objetivo de incidir en el hábito de consumo de fruta SPB puso en marcha los #juevesmaxsaludables, donde por cada 6 piezas de frutas consumidas SPB donó un kg de alimentos, recogiendo en total 600 kg.



**ODS3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.**

- SPB dona 1.000 euros a la Asociación 'Miradas que hablan' para ayudar a dos niños Cheste que padecen Síndrome de Duplicación MECP2
- Fórmula Wellness es un proyecto que pretende convertir a cada trabajador en agente de su propia salud ya que, para SPB, una plantilla sana y feliz es más creativa y productiva.



**ODS4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.**

- Colaboración con diferentes colegios, institutos y universidades (locales, nacionales e internacionales) ofreciendo visitas guiadas a la compañía.
- Un año más, SPB, en colaboración con la Universidad de Barcelona, patrocina el premio Xavier Domingo. El ganador es el joven Albert Nolla por su trabajo 'Grado de efectividad de los jabones'.
- SPB, a través de su programa de voluntariado corporativo tiene abiertas varias líneas de acción con el objetivo de formar a personas en riesgo exclusión social, jóvenes y futuros emprendedores tanto en competencias personales (Trabajo en equipo, comunicación, habilidades sociales,...), como profesionales (PRL, negociación, afrontar entrevistas,...).



**ODS 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.**

- La reducción del consumo de agua, es una de las mayores preocupaciones de la empresa, por lo que es constante la investigación para permitir que se reutilice el agua en otros procesos.
- 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 pozos estancos instalados.



- La compañía dispone de un pozo de agua natural del cual se extraen 6.600 m<sup>3</sup>/año con el fin de no sobreexplotarlo.
- En 2015 a través del programa de voluntariado corporativo, 2 voluntarios de SPB realizaron trabajos de potabilización de Agua en Nicaragua, gracias a la participación del piloto de EU Aid Volunteers a través de la ONG Alianza por la Solidaridad.

**ODS8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos**

- SPB, Premio a la Excelencia de Gestión Empresarial: SPB recibe este galardón que forma parte de los Premios Cámara Valencia 2016 por su apuesta por la mejora continua y la innovación, así como su política de desarrollo de las personas.
- Código Ético y de Conducta: El CEO de SPB, Miguel Burdeos, ratifica con su firma el Código Ético y de Conducta de la compañía. Este código recoge las responsabilidades de SPB como empresa orientada a diferentes grupos de interés y pone el foco en dos temas de vital importancia como son la corrupción y el medio ambiente. A la vez, también expresa los compromisos que toda persona que trabaje en SPB debe cumplir, así como los compromisos que se exigirán a la cadena de suministro.
- SPB recibe el Reconocimiento de Buenas Prácticas que otorga el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo. Se trata de un galardón que reconoce el trabajo de la compañía sobre la salud y el bienestar de la plantilla.
- Mentorización a un grupo de alumnas emprendedoras del proyecto Líderes Responsables que impulsa Voluntare visitan las instalaciones de SPB. Se trata de un proyecto de colaboración, entre otras, con la Lanzadera de Empleo Santa María la Real, cuyo objetivo es promocionar el crecimiento y la profesionalización del voluntariado corporativo.
- AEDIPE reconoce con sus premios la labor de SPB en el ámbito de la Dirección y Desarrollo de Personas.
- Incorporada la figura de Compliance con el objetivo de establecer las políticas y procedimientos adecuados y suficientes para garantizar que la empresa cumple con el marco normativo aplicable.
- El presidente de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, se reúne con el presidente y director general de SPB, Miguel Burdeos, para tratar sobre la situación económica y empresarial de la Comunidad y las perspectivas de futuro.
- Realizadas dos reuniones con nuestros Stakeholders a través del proyecto Fórmula Wellness, con el fin de acercar y conocer buenas practicas entorno a Organizaciones Saludables.



### ODS 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.

- SPB cuenta con 40 investigadores en plantilla, que le permite estar a la vanguardia de las tendencias, dar soluciones eficaces y de calidad.
- En algunas ocasiones la actuación de SPB va más allá del simple estatus como cliente, ya que se ayuda a las empresas proveedoras a mejorar la calidad del producto y alcanzar los estándares de calidad que exigimos.
- En 2017 SPB pondrá en marcha el proyecto Valencia Brilla: Organizaciones Saludables y Solidarias, mediante el cual un grupo de empresas y organizaciones público/privadas coordinadas por SPB, persiguen los siguientes objetivos:
  - o Aunar esfuerzos en Responsabilidad Social Corporativa, aumentando el impacto de sus acciones, posicionando a la sociedad Valenciana (empresas, organizaciones, personas,...) como agentes comprometidos.
  - o Fomentar las Organizaciones Saludables y multiplicar su impacto en la sociedad a través de la corresponsabilidad organización-persona.
  - o Colaborar a nivel local, en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



### ODS 10. Reducir la desigualdad en y entre los países.

- Trabajamos para dar respuesta a las necesidades de limpieza de las personas manteniendo unos altos estándares de calidad y seguridad a un precio muy competitivo, dando respuesta a uno de nuestros valores:
  - o **Compromiso con los clientes:** Merecer la confianza de las familias que compran nuestros productos, ofreciendo la mejor relación calidad, precio y seguridad.
- En SPB el 81,2% de los contratos son indefinidos, y el 100 % de la plantilla está cubierto por el Convenio Colectivo de la industria química.
- A través del voluntariado corporativo SPB está en contacto con diversas ONG/fundaciones/asociaciones de la provincia donde está ubicada (Valencia y Sevilla), Gracias a esta relación SPB colabora en dar respuesta a problemas sociales, teniendo especial consideración aquellos colectivos en riesgo de exclusión social



### ODS17: Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

- Colaboración con diferentes asociaciones, a través de donaciones y de su programa de voluntariado corporativo, donde en 2016 el 22% de la plantilla participó.
- Puesta en marcha del proyecto Valencia Brilla: Organizaciones Saludables y Solidarias, generando alianzas entre empresas e instituciones para la promoción de organizaciones Saludables.



## 2. Perfil de la compañía.

---

### 2.1 Visión, Misión y valores.

Durante el año 2016 realizamos un trabajo de revisión tanto de nuestros valores como de nuestra visión y misión.

Debido a las diferentes metodologías que se podían utilizar, desde SPB se ha apostado por una participativa, para ello se crearon unas encuestas anónimas. Entre las preguntas planteadas podíamos encontrar dos grandes grupos: ¿Cómo se ve a la compañía en la actualidad? ¿Cómo se ve en el futuro?

Una vez recabados los datos, estos se agruparon para poder definir los valores que actualmente rigen la compañía y con ellos reformulamos tanto la visión como la misión de SPB, siendo el resultado el siguiente:

#### **Visión:**

Convertir las necesidades de bienestar y limpieza de las personas en productos útiles, de calidad y con gran valor añadido, desde la innovación y el compromiso de una organización con experiencia y orientada a la velocidad de cambio en un mercado global.

#### **Misión:**

Proporcionar a nuestros consumidores los productos de limpieza y cuidado personal que mejor satisfagan sus necesidades siempre con la mejor relación calidad precio y adoptando los mejores estándares de sostenibilidad social, medio ambiental y de seguridad laboral.

#### **Valores:**

- **Sostenibilidad:** Contexto para llevar a cabo nuestras actuaciones, mejorando nuestro entorno desde una perspectiva, Social, Medioambiental y Económica.
- **Liderazgo positivo:** Facilitar los recursos necesarios para un trabajo de confianza; conociendo, creando y cuidando al equipo; garantizando que cada persona es agente de su propia salud y bienestar.
- **Compromiso con los clientes:** Merecer la confianza de las familias que compran nuestros productos, ofreciendo la mejor relación calidad, precio y seguridad.
- **Innovación:** Imprescindible para estar competitivos y en vanguardia.
- **Orientación a los resultados:** Trabajamos con los mejores estándares de excelencia y calidad para alcanzar nuestros objetivos.

## 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, cuidado personal y parafarmacia.

Todos los productos de SPB son diseñados y gestionados desde el Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico y elaborados en nuestros diferentes centros de producción.

SPB trabaja con 944 proveedores de los cuáles 213 suministran materias primas y materiales que conforman nuestros productos, de los cuales el 81.56% son de ámbito nacional, por otra parte contamos con 723 proveedores de compras indirectas, seleccionando los 81 más significativos, que representan aproximadamente el 75,89% del gasto en compras indirectas, el 93,82 % son de ámbito nacional.

En 2016, hemos tenido una cifra de negocio de 116 millones de euros, comercializando más de 260 millones de litros de producto, 171 millones de unidades de producto, y contribuyendo con cerca de 1,1 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 Cheste, 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 Cheste.

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 107 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 172 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 60 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 89% del total de las ventas de SPB corresponden a Mercadona, con una implantación en el territorio nacional de más de 1614 supermercados<sup>1</sup>.



Recientemente SPB ha dado el salto internacional, bajo las marca de distribución de las compañías Waitrose y Aldi, el cual representa el 6% de la cifra de negocio.

Siendo el otro 5 % correspondiente a otras operaciones realizadas por la compañía.



<sup>1</sup> Dato memoria Anual Mercadona 2016.

## 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 55.29% del capital suscrito.
- **JUANCARMALU, S.L**, con un 22.33% del capital suscrito.
- **CAPALSON, S.L** , con un 22.33% del capital suscrito
- **CLEANITY, S.L** con un 0.05 % 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.

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 tiene dos ámbitos de gobernanza. Por un lado, el Consejo Familiar, formado principalmente por los miembros de la familia del socio mayoritario, la empresa holding GRAMAMI, S.L. y por otro lado, cuatro áreas funcionales: Dirección Industrial, Dirección financiera, Dirección de Producto y Dirección de Salud y Personas que coordinan más 450 personas. Los cuatro Directores son directivos de la compañía GRAMAMI, S.L. y por tanto, la dirección está externalizada a la compañía holding. Estas direcciones, a su vez, se subdividen en diferentes gerencias.



### Organigrama Consejo Familiar.

GRAMAMI, S.L.



Organigrama SPB.

## 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.

### **Comité Dirección:**

Puesto en marcha en 2016, este comité se encarga de proyectar la empresa hacia el futuro, orientando sus decisiones a la consecución de los objetivos financieros y no financieros de la compañía, para asegurar la continuidad de la empresa en el largo plazo. Este comité está presidido por el Director General de SPB y forman parte del mismo las 4 direcciones: Salud y Personas, Financiera, Industrial, Producto.

Entre sus tareas se encuentra:

- Propuesta del Plan de Negocio Anual.
- Definir y potenciar la cultura corporativa.

- Definir la estrategia dentro del marco operativo de la compañía para el cumplimiento de los objetivos.
- Evaluar el cumplimiento de los objetivos y decidir según las desviaciones de los mismos.
- Evaluación y análisis de proyectos estratégicos.
- ....

### **Comité de Ética y Compliance:**

Puesto en marcha en 2016, el Comité de Ética y Compliance tienen como funciones básicas las de velar por el cumplimiento del Código de Ética y de Conducta y el Manual de Prevención de Riesgos Penales de la empresa, así como coordinar los sistemas de prevención de la empresa, y significativamente los de prevención de hechos delictivos en supuesto provecho de SPB. Su convocatoria ordinaria tiene una periodicidad trimestral, y se podrán reunir extraordinariamente tantas veces como sea necesario.

Teniendo en cuenta los hipotéticos riesgos de SPB, el Comité de Ética y Compliance está formado por: Director Financiero, Directora Producto, Directora Salud y Personas y la Responsable Jurídica, teniendo la posibilidad de disponer de asesoramiento externo en aquellos casos que se considere necesario.



**Comité Ética: Ruth Rodriguez, Anabel Talens, Gracia Burdeos, Josep Navarro.**

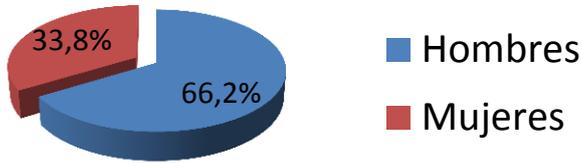
## 2.7 Estructura de la plantilla.

La plantilla promedio de SPB en 2016 está compuesta por 469,04 personas, de las cuales el 81,26% de los contratos son indefinidos, con un total de aproximadamente 381 personas, frente a un 18,7 % que son contratos temporales, aproximadamente 88 personas. Respecto a la evolución anual, hay que destacar que, se ha aumentado la plantilla un 9,37 % durante el año 2016, lo que demuestra el compromiso de SPB en el desarrollo local a través de la creación de empleo estable y de calidad.

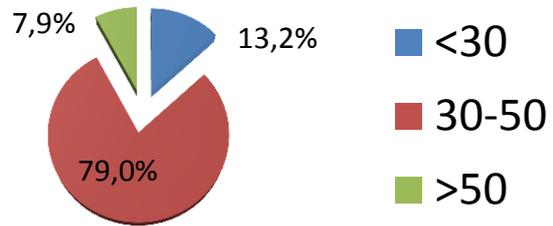
Por otra parte, el 79 % de la plantilla se sitúa entre 30 y 50 años, un 13,2%, menos de 30 años y un 7,9% más de 50 años. Respecto a la igualdad, en 2016, hemos mejorado nuestros ratios de hombres y mujeres en un 0,3 % siendo la representación total de mujeres en la compañía del 33,76% de la total de la plantilla y manteniéndose los porcentajes de mujeres indefinidas (81,83%) ligeramente superior al de hombres indefinidos (80,97 %).

	SPB	SPB		
	Total	Hombres	Mujeres	Total
<b>Total Contratos indefinidos</b>	<b>365,69</b>	<b>251,55</b>	<b>129,60</b>	<b>381,15</b>
<b>Total Jornada completa</b>	<b>364,21</b>	<b>248,91</b>	<b>128,96</b>	<b>377,87</b>
<30 años	40,23	28,37	7,50	35,87
30-50 años	303,48	193,35	117,93	311,28
>50 años	20,50	27,19	3,53	30,72
<b>Total Jornada parcial</b>	<b>1,48</b>	<b>2,64</b>	<b>0,64</b>	<b>3,28</b>
<30 años	0,00	0,02	0,00	0,02
30-50 años	1,48	1,56	0,64	2,20
>50 años	0,00	1,06	0,00	1,06
<b>Total Contratos temporales</b>	<b>63,16</b>	<b>59,12</b>	<b>28,77</b>	<b>87,89</b>
<b>Total Jornada completa</b>	<b>62,48</b>	<b>58,38</b>	<b>27,01</b>	<b>85,39</b>
<30 años	17,75	19,88	5,79	25,67
30-50 años	42,01	34,63	20,03	54,66
>50 años	2,72	3,87	1,19	5,06
<b>Total Jornada parcial</b>	<b>0,68</b>	<b>0,74</b>	<b>1,76</b>	<b>2,50</b>
<30 años	0,42	0,16	0,00	0,16
30-50 años	0,26	0,58	1,76	2,34
>50 años	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>428,85</b>	<b>310,67</b>	<b>158,37</b>	<b>469,04</b>
<b>% Indefinidos</b>	<b>85,3%</b>	<b>80,97%</b>	<b>81,83%</b>	<b>81,26%</b>

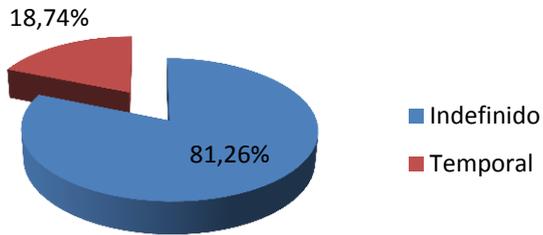
## Hombres/Mujeres



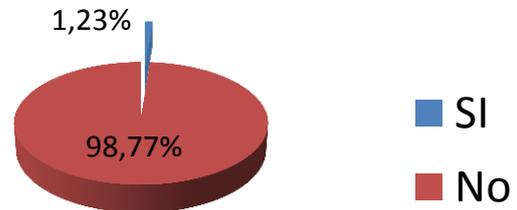
## Rango Edad



## Tipo Contrato



## Promedio trabajo Diversidad Funcional



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 2016, SPB, a través de su Director General, Directores de Área y/o Gerentes, 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. Directora de Personas: Comisión de Formación, Educación y Gestión del Conocimiento; Comisión Laboral.
	<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
	<b>ITENE</b> (Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística)	Gerente Marketing e Innovación: Miembro Junta Directiva.
	<b>AIMPLAS</b> (Instituto Tecnológico del Plástico)	Gerente Compras: Miembro Junta Directiva.

## 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.



## 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 2016, 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. Como novedad durante el año 2016 SPB y varios de sus stakeholders (proveedores, clientes, administración pública) unieron esfuerzos en la creación de un proyecto conjunto de fomento de la Salud, la solidaridad, y la RSE: **“Valencia Brilla: Organizaciones Saludables y Solidarias”**, que arrancara en Marzo de 2017.
- El **programa de voluntariado corporativo**. Es uno de los más longevos en materia social. Año a año nuestras acciones se incrementan al igual que el número de voluntarios que participan en ella.
- 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 2016 hemos realizado un retorno del 90,67 % del total de facturación, siendo 3 décimas superior al año 2015 , la creación de 41 puestos de trabajo, aproximadamente un 100% más que en el 2015, siendo el salario medio mensual en SPB de 2.152,07 €.

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.

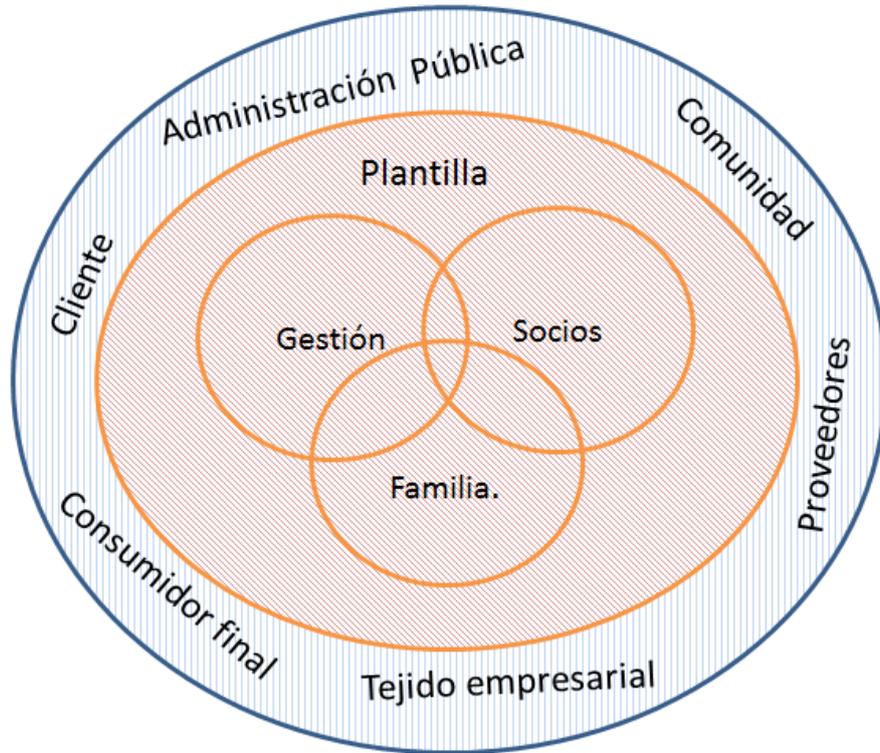
**Junta General de Socios y Órgano de Administración.** Parte fundamental para el buen funcionamiento de la empresa.

**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 de materias primas la aceptación de una serie de compromisos muy ligados a los 10 principios de Pacto Mundial. Los resultados en 2016 han sido que, de nuestros 213 proveedores de materias primas, 131 ya han aceptado expresamente estos compromisos (61,50%), lo que supone un 81,61 % del gasto total en proveedores de materias primas.

Por otro lado contamos con 731 proveedores de compras indirectas, donde de los 81 más significativos (representan el 75,89 % del total del gasto en compras indirectas) el 93.82 % se tratan de proveedores nacionales.

**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 5.61 % en los tres últimos años, siendo el crecimiento de la cifra de negocios del último año de un 4.86 % (Ver tabla anexa), significativamente superior a las previsiones realizadas por la **Federación Empresarial de la Industria Química Española (FEIQUE)**, que sitúa el crecimiento de la cifra de negocios en el sector en el 2.3 % al **cierre de 2016**.<sup>2</sup>

En 2015, hemos generado un valor económico de 116 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 90,67% del total de la cifra de negocio entre todos los grupos de interés. El 14.67% se han distribuido en gastos salariales, un 0,69% a proveedores de capital, 0.92% a pagos a gobiernos y un 0,5 % a pagos de socios de la sociedad, entre otros.

Tabla. Valor económico generado (en €).

	2015	2016	% (2016-2015)	% Respecto a cifra de negocio
<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO</b>	<b>110.905.041</b>	<b>116.326.342</b>	<b>4,88%</b>	<b>100%</b>
Cifra de negocio	110.795.075	116.183.319	4.86%	99.88%
Otros ingresos	109.966	143.113	30.14%	0.12%

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

	2015	2016	VALOR MEDIO (2014-2016)
Valor económico generado	<b>110.905.041</b>	<b>116.326.342</b>	
Porcentaje de evolución anual	<b>9.5 %</b>	<b>4.88%</b>	<b>5.61%</b>

<sup>2</sup> Nota prensa 24/10/2016: <http://www.feique.org/pdfs/534.pdf>

Federación Empresarial de la Industria Química Española [www.feique.org](http://www.feique.org)

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

	2015	2016	% (2016-2015)	% Respecto a cifra de negocio
<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO</b>	<b>110.905.041</b>	<b>116.326.432</b>	<b>4.75%</b>	<b>100 %</b>
Cifra de negocio	110.795.075	116.183.319	4.86%	99.88%
Otros ingresos	109.966	143.113	30.14%	0.12%
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO</b>	<b>100.221.034</b>	<b>105.472.089</b>	<b>5.24%</b>	<b>90.67%</b>
Costes de explotación	81.460.115	86.378.487	6.03%	74.26%
Gastos salariales totales	15.433.431	16.602.575	7.58%	14.27%
Donaciones e inversiones en la comunidad	38.333	29.865	-22.1%	0.03%
Pagos a proveedores de capital	832.213	806.005	-3.14%	0.69%
Pagos a gobiernos	1.439.379	1.074.123	-25.38%	0.92%
Pagos a socios.	1.016.575	581.034	-42.84%	0.5%
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO</b>	<b>10.683.589</b>	<b>10.854.343</b>	<b>1.6%</b>	<b>9.33 %</b>

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

Además de la creación de valor económico, 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 2016, han sido de **948.887 euros**, lo que equivale a un **0.82 %** de la cifra de negocio. Éstas han disminuido un **28.21 %** con respecto al año anterior.

Tabla. Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.

Ayudas recibidas:	2015	2016
Desgravaciones y créditos fiscales.	238.175	365.919
Subvenciones	60.871	13.746
Incentivos financieros	1.022.843	569.223
<b>Total</b>	<b>1.321.799</b>	<b>948.887</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 2016 nos muestran una elevada satisfacción del cliente, con un valor medio de 4,47 (siendo 1 muy malo y 5 excelente), con un aumento en la valoración de 0.33 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 2015	Nota general 2016	
Calidad del producto	4,21	4,83	↑
Servicio	4,18	4,67	↑
Solución de quejas problemas	4,24	4,5	↑
Imagen productos	4,45	4,5	↑
Agilidad de la administración	4,23	4,17	↑
Relación calidad / precio	4,00	4,5	↑
Innovación / desarrollo de nuevos productos	3,70	4,17	↑
<b>Total</b>	<b>4,14</b>	<b>4,47</b>	<b>↑</b>

\*Índice de Satisfacción de clientes de SPB.

## 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. Muchas de estas acciones están enmarcadas dentro del programa de Organizaciones Saludables: Fórmula Wellness, puesto en marcha por la compañía en 2014.

### 5.1 Código Ético SPB:

El Director General de SPB, Miguel Burdeos, ratifico con su firma, ante los diferentes grupos de interés, el **Código Ético y de Conducta de la compañía**. Un código que recoge las responsabilidades de SPB como empresa orientada a diferentes grupos de interés (clientes, socios, empleados, proveedores, sociedad, competidores) y que pone el foco en temas de vital importancia como son los derechos humanos y de los trabajadores, la corrupción y el medio ambiente.

A la vez, también expresa los compromisos que toda persona que trabaje en SPB debe cumplir, así como los compromisos que se exigirán a la cadena de suministro.



Firma Pública Código Ético y de Conducta: Miguel Burdeos, Anabel Talens.

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

En SPB implementamos 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 Huevar 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.

## 5.3 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 en 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.

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, no obstante SPB lo incluyo como un punto en su código Ético y de Conducta. 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.** 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 2016 hemos pasado la auditoria de seguimiento OHSAS 18001 siendo el resultado muy favorable, con únicamente 4 desviaciones y ninguna no conformidad.

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

TIPO ABSENTISMOS SPB	2015	2016
Contingencias Comunes (CC)	1,27 %	1.67 %
Accidentes de Trabajo (AT)	0,29 %	0,62%
Beneficios Sociales (BS)	1,14 %	0,98 %

#### 5.4 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:** SPB con el espíritu de la cultura de cumplimiento instaurado en la compañía, en 2016 considero elaborar el Manual de Prevención de Riesgos Penales en la empresa. Empezando a ser efectivo a finales de 2016 contando con un órgano de apoyo (Comité de Ética y Compliance) encargado de su supervisión y del efectivo cumplimiento.

#### 5.5 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 58.53 % de la plantilla tiene más de 5 años de trayectoria profesional en la compañía (67.80% si establecemos el límite en 3 años), el 81.26% 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.



Reconocimiento a empleados/as por su larga trayectoria en SPB en la convención de Diciembre 2016.

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.

## 5.6 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 2016, 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 19.674 horas de formación, lo que suponen 41,95 horas por persona. En el caso de los hombres la formación media ha sido de 39,83 horas, mientras que las mujeres han recibido 46.07 horas.



SPB Sevilla. Dinámica formación Código Ético y Conducta (Formación de 2 horas dirigida a toda la plantilla)

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

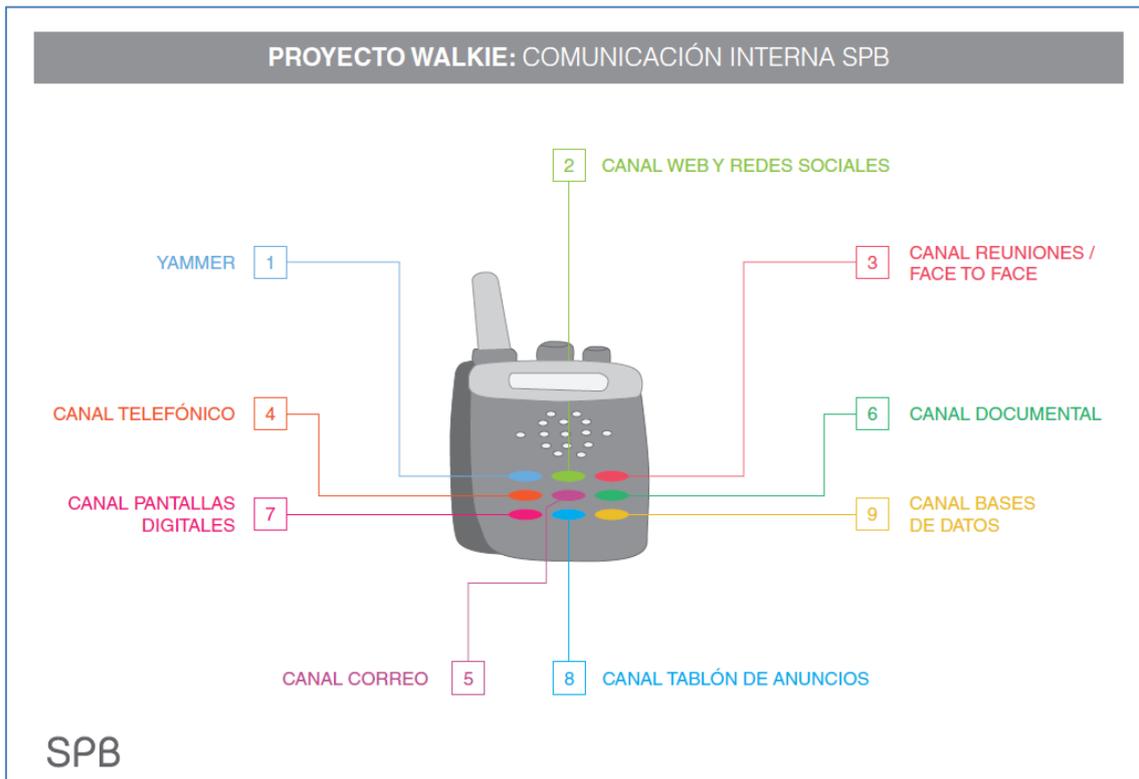
### 5.7.1 Comunicación Interna:

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.

Este 2016 se ha impulsado un proyecto transversal, el Proyecto Walkie, consistente en analizar los distintos canales de comunicación de la compañía como paso necesario para definir la política de Comunicación Interna de SPB.

Para ello, se han mantenido una serie de reuniones con los distintos departamentos y secciones de la empresa con un objetivo: conocer cómo funcionan los diferentes canales de comunicación de SPB y mejorar aquellos puntos consensuados por todos.

Este trabajo ha permitido tener una visión general sobre los usos de cada uno de estos canales.



#### Infografía de los canales analizados en el proyecto Walkie

Esta perspectiva general ha permitido priorizar mejoras y cambios en los canales que se han considerado más críticos, o relevantes. Por ejemplo, en el canal “Reuniones”, se han establecido unos roles para agilizarlas y mejorarlas: convocante, líder, facilitador de acuerdos, time keeper, asistentes.

En SPB contamos con las siguientes herramientas de comunicación:

- **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.
- **Cartelería digital:** Este proyecto se puso en marcha en 2015 de forma piloto en SPB2 con la intención de acercar las novedades semanales. El objetivo era ofrecer a las personas de la compañía todo tipo de informaciones de una forma visual y atractiva. La información se actualiza semanalmente. La tipología de informaciones que aparece es:
  - Últimas actualizaciones Club Yammer
  - Noticias Comités Wellness
  - Formaciones
  - Información de Prevención
  - Información de Mejora Continua
  - RSC
  - Acogidas de nuevo personal.
  - Información Laboral (horarios, servicios, etc).
  - Noticias
  - Buenas prácticas

En el año 2016 y tras la buena acogida de 2015, SPB apostó por trasladar este piloto al resto de centros de trabajo, mejorando así la comunicación con unos de los grupos de interés de referencia en la compañía.



Cartelería Digital en Centro Innovación y Desarrollo Tecnológico de Cheste.

- **Tengo una pregunta para ti:** Debido al éxito de esta sección en la Convención Anual de SPB en 2015, en 2016 se volvió a brindar la posibilidad de realizar preguntas directas a Miguel Burdeos, Presidente y Director General de SPB. Gracias a este ejercicio de transparencia, la plantilla de SPB pudo ver resueltas sus dudas, explicadas por el máximo responsable de la compañía, en aquellos temas que más le preocupan.



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

### 5.7.2 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.

En SPB somos conscientes de la necesidad de comunicar y apuesta por ello. En 2016 se han impulsado los perfiles de LinkedIn y Twitter.

#### LinkedIn

- El perfil de LinkedIn ha crecido en este pasado año en más de 400 seguidores superando los 1.600
- Más de 80 posts publicados
- Especialmente interesante la política de captación del talento a través también de LinkedIn. Durante todo 2016 hemos replicado las ofertas de trabajo de la compañía también en el perfil. Además de otro tipo de información corporativa.

#### Twitter

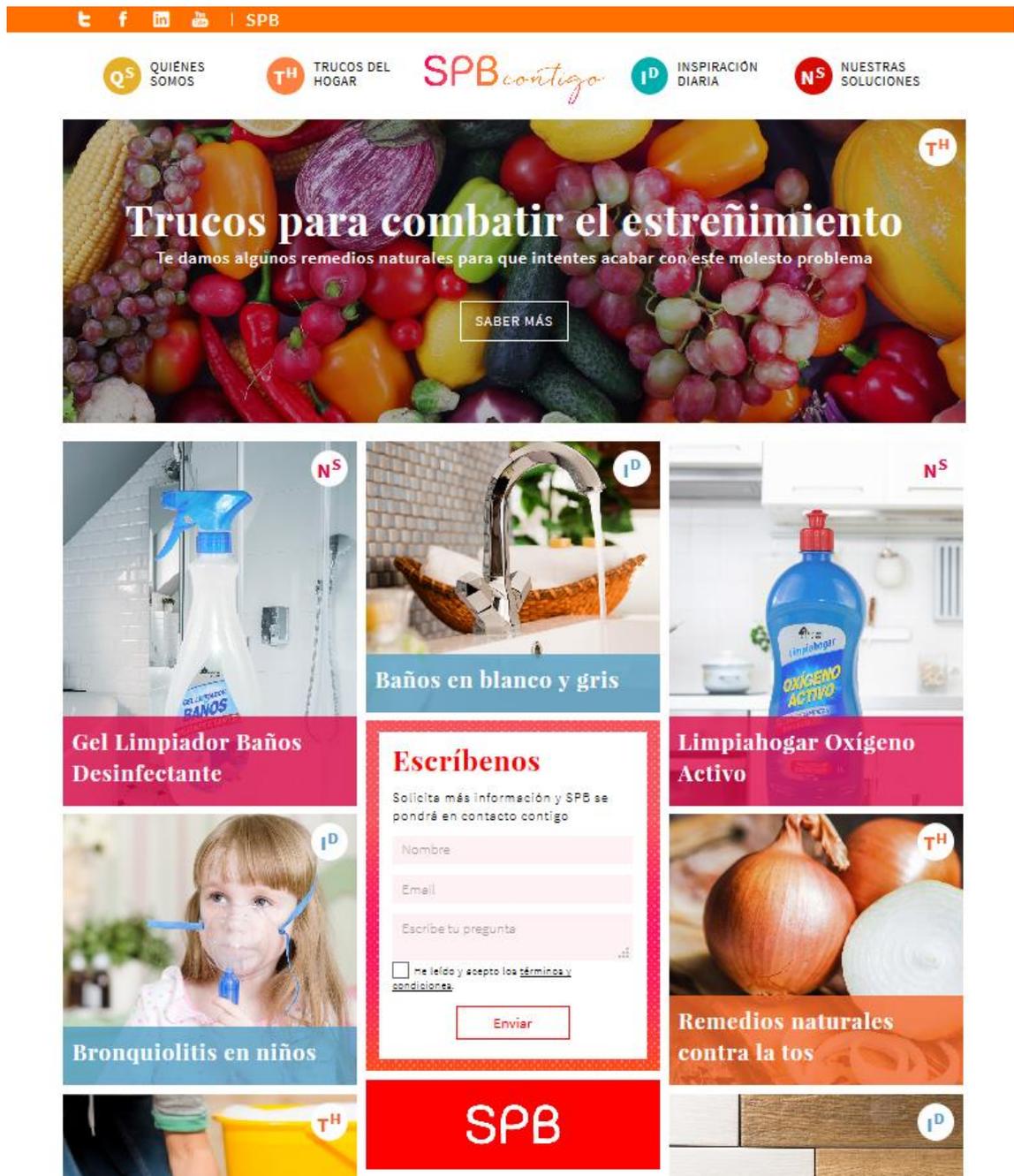
- El perfil de Twiteer ha crecido en este pasado año en 300 seguidores superando los 400.
- Más de 1.000 tuits publicados
- Además de otro tipo de informaciones, en Twitter hemos publicado buena parte de las acciones relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa de la compañía y nos ha servido para interactuar con los stakeholders en este ámbito.

#### Páginas web

Como ya se informó en la memoria del año pasado, SPB ha renovado su web corporativa ([www.spb.es](http://www.spb.es)) a finales de 2015 vinculándola a la imagen de la compañía, ofreciendo un enfoque más corporativo e introduciendo mejoras como el diseño responsive.

En 2016 se ha dado un paso más allá al lanzar una nueva plataforma web destinada a la comunicación con el consumidor final. Se trata de [www.spbcontigo.es](http://www.spbcontigo.es) En esta plataforma se incluyen tres grandes áreas de contenido:

- Inspiración diaria: post relacionados con la decoración, belleza, ahorro, familia, recetas, etc.
- Trucos del hogar: todo tipo de trucos y consejos relacionados con nuestras categorías de producto
- Nuestras soluciones: post en los que explicamos para qué están destinados nuestros productos, modos de empleo, etc.



Home de [www.spbcontigo.es](http://www.spbcontigo.es)

Los contenidos de SPBContigo se renuevan cada semana incluyendo tres nuevos post, uno por cada categoría.

Directamente vinculada a SPBContigo, este 2016 también se ha lanzado la página de Facebook de SPBContigo. En ella se replican los contenidos del blog, favoreciendo el contacto con los consumidores finales.

## Página de Facebook de SPBContigo



## Comentarios consumidores finales a través del canal Facebook.

### Canal YouTube

Este 2016 también se ha dado un fuerte impulso al canal de YouTube que se creó en mayo de 2015. Con la intención de ser transparentes y cercanos con nuestros stakeholders y también con nuestros consumidores, se han incorporado videos de charlas y conferencias que se celebran en SPB. También, en diciembre de 2016, se realizó y publico un video donde se pretende transmitir cómo se entiende la innovación en SPB.

Gracias a estas apuestas, se ha conseguido aumentar las visualizaciones situándolas en casi 15.000.



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

En la memoria de 2014 y 2015 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.

### 5.8.1 *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 área de actuación (**Alimentación/Deporte, Salud/Bienestar, 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.

En 2016, nacido de las reuniones de Fórmula Wellness, junto con un grupo de empresas e instituciones, hemos comenzado a desarrollar el proyecto Valencia Brilla, con el objetivo de convertirse este en un espacio de encuentro de organizaciones con un triple fin:

- Aunar esfuerzos en RSC, aumentando el impacto de las acciones, posicionando a la sociedad Valenciana (Empresarios, organizaciones, personas,..) como agentes comprometidos.
- Fomentar las Organizaciones Saludables y multiplicar su impacto en la sociedad a través de la corresponsabilidad organización-persona.
- Colaborar con la sociedad en la consecución de los Objetivos Desarrollo Sostenibles, en concreto el 3 Salud y Bienestar, y el 17 Generación de Alianzas.

Como primera acción este equipo multiorganización de trabajo, decidió dirigir los esfuerzos en aumentar la actividad física de los compañeros de las organizaciones participantes a través de la gamificación.

Para ello todas las organizaciones se han unido en un reto apasionante que tiene como objetivo “Conquistar la Luna” y comenzara el 1 Marzo de 2017.

Se trata de recorrer entre todos los trabajadores y trabajadoras de las diferentes organizaciones la distancia que separa la Tierra de la Luna (384.400 kilómetros) a través de una plataforma (APP móvil) creada ad hoc para este fin: “Run to the Moon”.

Andar, correr, ir en bicicleta, patines e, incluso, en silla de ruedas. Todo contabilizará para conseguir el objetivo final que se tangibilizará en una donación de entre 500 y 2000 euros que hará cada empresa de acuerdo al esfuerzo de los integrantes de las diferentes organizaciones.

El destino: los **Premios Hospital Optimista**. Unos galardones que reconocen el esfuerzo de diferentes equipos de hospitales de la Comunitat Valenciana y del resto de España que persiguen humanizar la sanidad a todos los niveles.



4ª Reunión Valencia Brilla. Integrantes del equipo de trabajo multiorganización.

## 5.8.2 Resumen Fórmula Wellness 2016.

### 5.8.2.1 Línea Salud/ Bienestar.

Objetivos	Resultados
Identificar 2 preocupaciones de salud y facilitar 2 herramientas para actuar y mejorar en bienestar	<p><b>1.- Stress:</b>  <b>Hatha Yoga</b> ( 6 sesiones = 70 Participaciones);  <b>Taller Handmade</b> (8 personas);  <b>Técnicas de Automasaje:</b> 2 sesiones. (8 personas);</p> <p><b>2.- Bienestar emocional cambiamos el médico de empresa por un psicólogo y mentor con resultado de:</b>  <b>Consultas:</b> 68 sesiones-40 personas;  <b>Formaciones:</b> Competencias: (10 sesiones.-130 asistentes);                      Optimización:, (25 sesiones- 391 personas);                      Líder-Coach: 3 sesiones- 26 personas.</p> <p><b>3.-Osteópata:</b> 535 intervenciones.</p>
Realizar 2 Campañas de mejora de salud.	<p><b>Valencia:</b>  <b>1.-Cáncer Colon y Mama:</b> 2 sesiones. (50 personas);  <b>2.-Campaña gripe:</b> 10 personas. Vacunación: 17 personas;  <b>3.-Campaña Donación Sangre:</b> 50 presentados.;</p>
Fomentar otras actividades que beneficien el bienestar.	<p><b>Libros olvidados.</b>  <b>Bookclubs:</b> 4 sesiones, 23 participaciones.</p>



Campaña informativa Cáncer Colon y Mama SPB 2016.

### 5.8.2.2 Línea Alimentación/ Deporte:

Objetivos	Resultados
Puesta en marcha de Club Deportivo.	No realizado.
Lograr que un 5% más del personal realice deporte.	21 acciones realizadas: 224 participaciones. <b>2015:</b> 72% <b>2016:</b> 70 %
Realizar 2 campañas de Sensibilización y formación sobre alimentación saludable.	<b>1.-Campaña beneficios fruta Yammer.</b> <b>2.-#JuevesMaxSaludables</b> 600 kg repartidos a ONGs gracias a 3371 piezas frutas consumidas.
Mejorar indicador Obesidad/sobrepeso/...	<b>2015:</b> Ligero Sobrepeso: 17%; Sobrepeso:20% ; Obesidad: 12% <b>2016:</b> Ligero sobrepeso:16%; Sobrepeso:18% Obesidad:10% ;



Compañeras SPB 1 consumiendo fruta en la campaña #JuevesMaxSaludables. Por cada 6 piezas de fruta consumidas en SPB los jueves de Mayo a Noviembre, la empresa donaría 1 kg de alimentos a asociaciones con las que colabora.

Equipo Karts SPB en las Olimpiadas Solidarias.



### 5.8.2.3 Línea Diversidad-Igualdad-Conciliación (DIC):

Objetivos	Resultados
Atracción del talento femenino para puestos culturalmente masculinos.	<p><b>Concienciación carrera profesional a jóvenes:</b> 0 Externas; 1 planificada para jóvenes de SPB, sin inscritos.</p> <p><b>Otras acciones atracción talento femenino:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Formaciones técnicas potenciando las inscripciones de mujeres de Dpto. Producción.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Neumática e hidráulica: 8 mujeres inician y finalizan curso.</li> <li>- Electrónica y automatismo: 6 mujeres inician y 5 finalizan.</li> </ul> </li> <li>- <b>Reclutamiento perfiles mujeres con formación de mantenimiento:</b> Contacto con los centros formativos de Ciclos de la rama de mantenimiento para solicitar C.V. de mujeres “antiguas alumnas” para ofrecerles puesto de trabajo o prácticas en empresa. <b>El resultado: 1 cv para prácticas en SPB1 2017</b></li> </ul>
Fomentar al menos 3 acciones abiertas a la familia	<p><b>Patines:</b> 12 personas.;</p> <p><b>Puertas abiertas:</b> 140 personas;</p> <p><b>Paellas:</b> 270 personas;</p> <p><b>2 acciones voluntariado:</b> 24 personas ;</p> <p><b>Ruta Senderismo:</b> 9 personas;</p> <p><b>Marcha contra la violencia de género.</b></p>
Fomento y concienciación del lenguaje inclusivo.	<b>Documentos analizados:</b> 1.021 archivos;
Otras campañas:	Campaña informativa permisos paternos.



Equipo ganador primer Concurso Paellas SPB promovido por DIC. Compañeros/as de SPB1 junto sus familiares.

**En este apartado es oportuno resaltar otras acciones desarrolladas en la compañía:**

Esta 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.

Existe un protocolo de acoso y violencia de género y un Código Ético y de Conducta que abole cualquier tipo de discriminación, disponiendo en ambos casos de canales de comunicación específicos para poder realizar denuncias con total confidencialidad. Los resultados obtenidos en 2016 muestran la inexistencia de casos de discriminación por sexo en la compañía.

En SPB consideramos que 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 cuenta 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: **gimnasio, 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.**
- **Guía Flexibilidad.** Motivado por dar un paso más en la flexibilidad horaria, en 2016 nace esta guía para poder flexibilizar las jornadas de trabajo del personal de SPB ajustándose a las puntas de trabajo y descanso más adecuados.

**5.8.2.4 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 2016 se han llevado a cabo 31 acciones de las 38 propuestas, movilizando un total de 108 voluntarios/as internos lo que representa el 23,03 % de la plantilla. Debido a que diferentes voluntarios/as han participado en más de una acción se han contabilizado un total de 158 participaciones en acciones de voluntariado. Y un total de 1056 (87 corresponden a voluntarios invitados) horas invertidas, contabilizando la gestión, preparación y la propia acción.

Tabla Evolución programa Voluntariado Corporativo.

	2015	2016
<b>Plantilla</b>	429	469
<b>Voluntarios</b>	73	108
<b>Porcentaje</b>	17,02%	23,03%
<b>De los cuales directivos</b>	-	10
<b>Participaciones</b>	113	158
<b>Voluntarios Invitados</b>	17	24
<b>Acciones propuestas</b>	38	38
<b>Acciones realizadas</b>	24	31
<b>Horas Voluntariado (Acción+material+gestión)</b>	836,5	969
<b>Horas Voluntarios invitados</b>	-	87





Eva Giner, Jose Cabanes, Javier Iborra, Josep Navarro, mentorizando a nuevos emprendedores a través del proyecto Líderes Responsables, promovido por la Red Voluntare y Fundación Santa Maria la Real.

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

**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.*



## 5.8.2.5 Reconocimientos:



Premio a la Excelencia del Modelo de Gestión Empresarial 2016, otorgado por Camara Valencia.



Miguel Burdeos, junto Amparo Andreu y Anabel Talens, recibiendo el Premio Mejor Cultura Liderazgo Saludable, otorgado por Observatorio Recursos Humanos.

# PSST

## BUENAS PRÁCTICAS

Reconocimiento de Buenas Prácticas que otorga el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo.



Gracia Burdeos, en la recogida del premio Salud dentro de los premios SDA 2016 que concede la Asociación de Antiguos Alumnos de EDEM.



Jose Miguel Zorrero recogiendo el accésit en la categoría de "Estrategia" en los premios de la Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos (AERCE).

## 5.9 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 2016 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 958 consultas durante el año 2016, lo que nos ha permitido 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 que nos ayuda a detectar nuevas oportunidades en nuestros productos de acuerdo a nuestra



## 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, 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 2016, al igual que en años anteriores no se ha recibido ningún tipo de sanción en materia medioambiental.

## 6.1 Actuaciones Medioambientales destacadas 2016:

Durante el año 2016 se han realizado diversas actuaciones en materia de mejora medioambiental, entre las que destacamos:

Proyecto	Planta	Breve descripción del proyecto realizado:	Resultados obtenidos o esperados	Inversión Realizada
<b>Lavadero de Gases</b>	SPB3	<p>Conexión de los siguientes puntos de emisión al lavadero actual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Envasadora</li> <li>- GRG residuos</li> <li>- Reactores</li> </ul> <p>Para Reducir niveles de exposición (COV) y niveles de emisión de gases de amoniaco a la atmósfera.</p>	Proyecto en curso, finalizara en 2017.	66.318 €
<b>Lavaderos de Gases</b>	Sevilla	<p>Instalación de una torre de lavado de gases y un entramado de tuberías que conducen los gases desde las líneas que envasan productos con amoniaco y desde el depósito de almacenamiento hasta esta torre.</p> <p>En la torre se hace pasar estos gases a través de una ducha de agua acidificada que neutraliza el amoniaco, evitando que salga a la atmósfera.</p> <p>Los productos generados en la torre se gestionan con un gestor autorizado.</p>	Se consigue reducir la emisión un 60% respecto al límite legal.	104.440 €
<b>Automatización Cargas L7100</b>	SPB1	<p>Nuevas instalaciones de cargas automáticas.</p> <p>Fabricación de nuevos productos, reducción de mermas, reducciones de error humano.</p> <p>Torpedo en líneas de envasado para reducción de residuos.</p>	Posibilidad de fabricación de nuevos productos, reducción de mermas por dosis en automático, reducción de residuos en más de un 60% según los cruces.	2.800.000 €
<b>Mejora Limpieza Hidrosolubles</b>	SPB1	<p>Disminuir la cantidad de producto de limpieza utilizado en los cambios de producto de la línea de envasado de hidrosolubles.</p> <p>El producto utilizado para limpieza es propilenglicol. Se usan hasta 200 litros en cada limpieza.</p> <p>Se modifican las limpiezas para reducir el consumo de propilenglicol dada la compatibilidad de formulaciones.</p>	Reducción del consumo hasta 50 litros en algunos casos y en otros hasta 0 litros	0
<b>Mejoras Limpiezas L11</b>	SPB1	<p>Independizar las tramadas de limpiezas de reactor por bolas de la tramada de limpiezas de tuberías de salida reactor</p> <p>Maniobra de envío de los distintos productos existentes en el colector de limpiezas a la envasadora sin pasar por reactor.</p>	<p>Reducir tiempo de limpiezas rigurosas en 10' y en 5' el de las limpiezas normales</p> <p>Reducir nº de limpiezas contaminadas al mes en 3.</p>	18.879 €

		Modificar conducciones y maniobra salida reactores a válvula 3 vías.		
<b>Aire Comprimido</b>	SPB2	Reducción de la presión de la red de aire comprimido de 8 a 7,8 bar	Ahorro aproximado de 57.142 Kwh	15.000 €
<b>Paso a PET, Gel WC 1L</b>	Sevilla	Cambio de diseño y material del envase para posibilitar incremento de productividad y reducir mermas en fabricación. - Renovación de imagen de producto. - Se mejora la reciclabilidad al eliminarse el papel de las etiquetas adhesivas y pasar a envase 100% plástico (PET-HDPE)	- Incremento mano de obra directa en Sevilla - Reducción de mermas de plástico en la fabricación de los envases. - Incremento de ventas del producto.	3.370.000 €
<b>Cambio luminaria a LED</b>	Varios	Sala Salfuman SPB1. Soplado SPB2	Reducción aproximada de: 41.356 Kwh.	6.245 €
<b>Iluminación LED en nuevas instalaciones.</b>	SPB1, SPB2, Centro Innovación y Desarrollo Tecnológico	Se realizan todas las nuevas instalaciones con esta tecnología: - Despacho de Gerencia de proyectos - Despacho departamento Marketing - Despacho Dirección de Producto - Nueva sala Hidrosolubles SPB1. - Ampliación Sala paletizado cosmética.		10.000 €
<b>Nuevos compresores SPB Sevilla</b>	SPB Sevilla	Sustitución compresor variable Sevilla para la mejora en la eficiencia de la instalación.	Reducción aproximada de 728.571 Kwh.	76.034 €
<b>Proyectos Mejora Continua llevados a cabo por equipos multidisciplinares SPB.</b>	Varios	SPB3: - Reducción Mermas T19. - Reducción Mazacotas Contaminadas. SPB Sevilla: - Ahorro Agua equipos Osmosis. - Falsos Rechazos EVA TS2	-Reducción del 75 %. -Reducción del 50 %.  -Reducción de 260 m <sup>3</sup> /dia. -Reducción del rechazo de 4248 botellas/mes	1.000 € 0 €  3.300 € 250 €

## 6.2 Consumos energéticos.

Tablas. Consumos energéticos.

Consumos energéticos		
Fuente Energía	2015	2016
Electricidad (kwh)	19.503.950	20.440.415
Gas Propano (L)	15.657	26.980
Gas oil (L)	1.600	3.700
GLP (L)	92.200	91.007

Consumo energético/ 1000 unidades producidas		
Fuente Energía	2015	2016
Electricidad (kwh)	119,627	119,638
Gas Propano (L)	0,096	0,158
Gas oil (L)	0,0098	0,0217
GLP (L)	0,565	0,533

Debido a nuestra permanente innovación en los productos y procesos con el fin de garantizar nuestros altos estándares de calidad, podemos observar ligeros incrementos en los consumos energéticos de SPB a nivel global. Debido principalmente a:

- Mayor producción de productos, entre ellos nuevas referencias.
- Limpieza de nuevos procesos con agua caliente y uso de agua caliente para la carga de nuevas referencias, lo que supone un mayor consumo de gas propano.
- Nuevas instalaciones y/o renovación de instalaciones con mayores requerimientos energéticos como:
  - o Salas climatizadas.
  - o Salas pasteurizadas.
  - o ...

## 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 2016 ha sido de 356 mil m<sup>3</sup>, lo que supone un 3,49 % menos respecto 2015, que supone una reducción de 0.18 m<sup>3</sup> por cada 1000 unidades fabricadas, y equivale a una reducción de 0.095 m<sup>3</sup> por cada 1000 litros fabricados.

Tabla. Consumos de Agua (m3).

Consumos Agua (m³)		
	2015	2016
Agua Total Captada	368.695	355.838

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 2016 se continuó con el proyecto de optimización en tres tipos de envase:

- Limpia WC Pato 1 Litro: En diciembre de 2016 se ha comenzado a implantarse un cambio de PE a PET con una reducción del 14.55 % del gramaje.
- Envases Quitagrasas: Se ha comenzado una prueba piloto de cambio de PE a PET, actualmente servimos a 40 tiendas en este formato.
  - o Quitagrasas Marsella: Reducción del 4.4 % del gramaje.
  - o Quitagrasas Cítrico: Reducción del 24.49 % del gramaje.

<b>Total Materiales utilizados en productos comercializados 2016.</b>		
<b>Materiales</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Cartón/Papel (kg)</b>	161.695	133.575
<b>Plástico (kg)</b>	4.523.424	4.835.210
<b>Metal (kg)</b>	270	345
<b>Vidrio en (kg)</b>	127.759	163.280

La reducción de Cartón/Papel y el aumento de Plástico son debidos principalmente a dos factores:

- Reducción Cartón/papel: Durante 2016 se han realizado cambio de formatos en algunos de nuestros productos utilizando el packaging tipo Sleeve en vez de la etiqueta de papel.  
Sleeve es un tipo de packaging, que se ajusta a la forma del producto, protegiéndolo y con opción de personalizarlo, el cual nos permite dar respuesta a las tendencias del consumidor.
- Aumento de Plástico: Debido principalmente al aumento de los productos comercializados y al cambio de etiquetado en diferentes productos.

En cuanto el aumento del metal y del vidrio, viene originado principalmente en un aumento del 21% en nuestras ventas de Bálsamo Oriental, lo que origina un mayor consumo de este tipo de materiales.



## 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.

<b>Residuos No Peligrosos (Unidades en Kg)</b>		
	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Total</b>	<b>1.119.229</b>	<b>1.201.738</b>

<b>Residuos Peligrosos (Unidades en Kg)</b>		
	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Total</b>	<b>3.804.813</b>	<b>5.202.235</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 y consumos que generan.

<b>Residuos (KG) por cada 1000 Unidades Fabricadas</b>		
	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>RNP</b>	<b>6,86</b>	<b>7,03</b>
<b>RP</b>	<b>23,33</b>	<b>30,45</b>

<b>Residuos (KG) por cada 1000 litros fabricados</b>		
	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>RNP</b>	<b>4,44</b>	<b>4,61</b>
<b>RP</b>	<b>15,09</b>	<b>19,98</b>

Como dato a destacar debido la diferencia entre 2015 y 2016, nos encontramos el aumento de residuos peligrosos. Este aumento ha venido originado por un proceso de optimización de almacenes y centros logísticos con los que operamos, con el fin de detectar todas aquellas materias susceptibles de ser gestionadas a través de gestores de residuos autorizados y evitar posibles perjuicios para el Medioambiente, o la Salud de las personas. Para ello durante este 2016 se han realizado las siguientes actuaciones:

- Retiradas de stocks antiguos de nuestros almacenes.
- Gestión de materias primas caducadas.
- Gestión de GRG procedentes de las aguas de limpieza sin posibilidad de reutilizarse.

Por ultimo destacar que todos los residuos son gestionados por gestores de residuos autorizados, siendo el coste del **tratamiento y eliminación** de estos residuos durante 2016 de **622.354 € un 33% más que durante 2015.**

## 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.

En este sentido, cabe señalar, que desde el **punto de vista económico**, en 2016, hemos generado un valor económico de 116 millones de euros y ha sido distribuido en un 90,67% del total de la cifra de negocio, entre todos los grupos de interés. El 14,67%, ha sido distribuido en gastos salariales, un 0,69% a proveedores de capital, 0,92% a pagos a gobiernos y un 0,5% 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 algunas de las actuaciones realizadas durante el 2016 relacionadas con esta área, que han supuesto una inversión superior a los 6 M€.

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 2015, que se publicó en Junio de 2016.

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 2016.

**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>	14	
<b>G4.5 Lugar donde se encuentra la sede central de la organización</b>	12	
<b>G4.6 Países en los que opera la organización y países donde lleva a cabo operaciones significativas</b>	14	
<b>G4.7 Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.</b>	15	
<b>G4.8 Mercados de donde se sirve.</b>	12	
<b>G4.9 Dimensión de la organización.</b>	20,27	
<b>G4.10 Tamaño de plantilla por tipo de contrato y sexo.</b>	20	6
<b>G4.11 Porcentaje de empleados cubiertos por Convenio Colectivo.</b>	32	3
<b>G4.12 Cadena de suministro.</b>	12	
<b>PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS</b>		
<b>G4.16 Lista de asociaciones a las que se pertenece.</b>	22	
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>		
<b>PARTICIPACIÓN GRUPOS DE INTERES.</b>		
<b>G4.24 Lista de grupos de interés.</b>	25	
<b>G4.25 Explicación de cómo se determinan los grupos de interés.</b>	25	
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>		
<b>G4.28 Periodo objeto de la memoria.</b>	60	
<b>G4. 29 Fecha de la última memoria.</b>	60	
<b>G4.30 Ciclo presentación de memorias.</b>	60	
<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>	16	
<b>G4.39 Indique si la persona que preside el órgano de gobierno ocupa también un puesto ejecutiva.</b>	15	

Contenidos.	Página	Principio PM
<b>G4.42 Funciones del órgano superior de gobierno.</b>	15	
<b>ETICA E INTEGRIDAD</b>		
<b>G4.56 Descripción de los valores, principios y normas de la organización.</b>	11	10
<b>DESEMPEÑO ECONOMICO</b>		
<b>EC1 Valor económico generado y distribuido.</b>	27	
<b>MEDIOAMBIENTE</b>		
<b>MATERIALES</b>		
<b>EN 1. Materiales por peso y volumen.</b>	56	7,8
<b>ENERGIA</b>		
<b>EN 3. Consumo energético interno.</b>	55	7,8
<b>EN 6. Reducción del consumo energético.</b>	55	8,9
<b>AGUA</b>		
<b>EN 8. Captación total de agua.</b>	55	7,8
<b>EN.9 Fuentes de agua afectadas significativamente por la captación de agua.</b>	55	8
<b>EFLUENTES Y RESIDUOS</b>		
<b>EN22. Vertido total de agua.</b>	55	8,9
<b>EN23. Peso total residuos. Según tipo y método de tratamiento.</b>	57	8
<b>CUMPLIMIENTO REGULATORIO</b>		
<b>EN29. Valor monetario de las multas significativas y número sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación.</b>	52	8
<b>GENERAL.</b>		
<b>EN31. Desglose gastos e inversiones ambientales.</b>	53	7,8,9
<b>EN32. Proveedores que se examinaron en función de criterios medioambientales.</b>	52	8
<b>DESEMPEÑO SOCIAL:</b>		
<b>PRACTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>		
<b>EMPLEO</b>		
<b>LA3. Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad/paternidad.</b>	32	6
<b>RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN</b>		
<b>LA4. Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos.</b>	35	3

Contenidos.	Página	Principio PM
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO.</b>		
LA 5. Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados.	18	
LA 6. Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo.	31	
<b>CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN</b>		
LA 9. Promedio de horas de capacitación anuales por empleado.	33	6
LA 11. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y desarrollo profesional.	33	6
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.</b>		
LA 12. Composición de los órganos de gobierno y desglose de plantilla por sexo, edad, y otros indicadores de diversidad.	16,17,20	6
<b>IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES.</b>		
LA 13. Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres.	45	1,6
<b>DERECHOS HUMANOS</b>		
<b>INVERSIÓN</b>		
HR 2. Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con los derechos humanos.	33	1
<b>NO DISCRIMINACIÓN</b>		
HR 3. Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	45	6
<b>LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA</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.	30,31	3
<b>TRABAJO INFANTIL</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.	31	5
<b>TRABAJO FORZOSO.</b>		
HR 6. Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso.	31	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>	31	1
<b>SOCIEDAD</b>		
<b>S04. Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.</b>	32	10
<b>S05. Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.</b>	32	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>	50	
<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>	50	
<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>	50	
<b>PR5. Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.</b>	29	
<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>	51	
<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>	50	