

# SPB

---

# Memoria de **Responsabilidad Social Corporativa** 2017



**Pacto Mundial**  
Red Española



**RESPONSIBLE CARE**  
El Compromiso de la Industria Química  
con el Desarrollo Sostenible

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

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

**Número de empleados en 2017:** 505 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)

Una vez más me dirijo a vosotros con el fin de mostrar nuestro firme apoyo al Pacto Mundial, sus diez principios y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Vivimos en un mundo globalizado en el que, si hay algo que es permanente, es precisamente el cambio. Lo que la sociedad hace unos años “permitía” o más bien “no importaba” o “no se fijaba”, actualmente está cambiando. Y no debemos pensar que esto no es bueno. Al contrario. El cambio es bueno, es un paso hacia adelante, pero hay que subirse a ese tren conociendo en profundidad lo que se nos demanda, con el fin de actuar y cumplir las expectativas que en nosotros se depositen.

Vemos a diario una mayor demanda de ética, responsabilidad, transparencia, por parte de todos los consumidores (entre los que me incluyo) y en todas las esferas: administraciones públicas, empresas, ONG... Esto puede llevarnos a pensar que somos una sociedad más exigente, pero ¿de dónde viene esta exigencia?, ¿por qué lo que antes no importaba ahora se puede considerar crítico?

Si nos paramos a reflexionar, Internet llegó a nuestras casas entre los años 90 y el nuevo milenio. Los primeros en sumarse a esa “moda” fueron los jóvenes en esos momentos que son los adultos de hoy en día.

Poniendo como ejemplo de punto de partida el año 2000, las personas que nacieron ese año tienen hoy 18 años y son totalmente nativos digitales (ciertamente la definición abarcaría más años, pero nos sirve el cambio de milenio como ejemplo). Estas personas han crecido rodeados de tecnología, totalmente hiperconectados. Un “tsumani” de información que ha otorgado un poder a la sociedad para saber qué se está haciendo bien y favorecerlo, pero también qué se está haciendo regular y avisarlo o qué se está haciendo mal y denunciarlo y rechazarlo.

Este nuevo modo de relacionarnos permite que, como consumidores, podamos penalizar y/o premiar la actuación de las empresas y el resto de los actores que conformamos la sociedad actual.

Y es aquí donde debemos poner el foco en la Digitalización o Transformación Digital. Pero no debemos caer en el error de entenderla únicamente como una cuestión de herramientas digitales o más y mejor software. Evidentemente la transformación digital tiene mucho que ver con la tecnología, pero el cambio tiene que ver con una transformación cultural que permite convertir a las organizaciones en más experimentales, ágiles, colaborativas y por tanto, más eficaces. Y todo ello ayudado por la tecnología digital, pero con el centro en las personas que son las que son capaces de fomentar este cambio.

No tenemos que pensar que por muy puntera que sea la tecnología de la que disponemos somos una organización digital, ya que la clave reside en cómo las personas que trabajamos en la organización hacemos uso de esas herramientas que nos son entregadas, cómo analizamos



**Miguel Burdeos, Presidente y Director General SPB.**

la información que se nos cruza en nuestro camino, cómo la compartimos, cómo usamos la tecnología para mejorar procesos, ahorrar costes, tiempos.

Desde SPB, para seguir esta digitalización, nos hemos embarcado en nuestra transformación, poniendo en el centro a las personas y sus competencias. Durante 2017, comenzamos creando una Oficina Técnica de Digitalización. Se trata de un comité multidisciplinar que tiene como misión liderar el despliegue del plan de transformación digital, coordinando los equipos de trabajo que definirán en profundidad los proyectos.

Apostamos por la digitalización de los procesos, la digitalización en las relaciones con nuestros grupos de interés (Clientes, proveedores, compañeros/as,...), la tecnología como medio de avanzar en competitividad. Pero esto solo será posible si, como compañía, conseguimos que nuestros colaboradores entiendan la trascendencia de este cambio de modelo y las convertimos en altamente competentes para ser capaces de enfrentarse al cambio permanente con solvencia y determinación, apoyados en el uso de la tecnología. Como desde SPB tenemos claro que el factor diferencial de las empresas son las personas, seguiremos trabajando junto a ellos para convertirnos en una empresa 100% digital, que ponga en el centro a las personas y que esté orientada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes en un escenario global y digital.

Esperamos poder deciros en la memoria de 2018 que SPB es un poco más digital y comentar con vosotros nuestros avances en este sentido.

Es tiempo de cambio, estamos en un cambio de era pero, como en otras ocasiones, confío totalmente en el equipo de personas de SPB. Gracias a ellos, a su entrega, su motivación y sus ganas de seguir creciendo como personas y profesionales dentro de la organización, no dudo que en SPB podremos seguir avanzando y mejorando en esta era digital.

Atentamente,



Miguel Burdeos Baño

## Índice

<b>1. SPB ante los Objetivos Desarrollo Sostenible.....</b>	<b>7</b>
1.1 VALENCIA BRILLA: ORGANIZACIONES SALUDABLES Y SOLIDARIAS .....	8
<b>2. Perfil de la compañía.....</b>	<b>9</b>
2.1 Visión, Misión y valores.....	9
2.2 Actividad, ámbito de actuación y centros de trabajo. ....	10
2.3 Modelo de negocio y marcas. ....	12
2.4 Forma Jurídica y gobierno corporativo. ....	12
2.5 Equipo Directivo, organigrama y áreas funcionales de dirección. ....	13
2.6 Comités SPB.....	14
2.7 Estructura de la plantilla. ....	16
2.8 Asociacionismo.....	18
2.9 Estándares de calidad.....	19
<b>3. La Responsabilidad Social Corporativa. ....</b>	<b>20</b>
3.1 LA RSC en SPB.....	20
3.2 Objeto de la RSC: Los grupos de interés. ....	21
<b>4. La RSC a través del <i>rendimiento económico</i>.....</b>	<b>24</b>
4.1 Valor económico generado y distribuido.....	24
4.2 Acciones de creación de valor económico en el entorno local.....	25
4.3 Ayudas económicas otorgadas por instituciones públicas.....	26
4.4 Creación de valor en los clientes: Índice de satisfacción. ....	26
<b>5. La RSC a través de <i>responsabilidad con la sociedad y la compañía</i>. ....</b>	<b>27</b>
5.1 Código Ético SPB y Manual de Riesgos Penales: .....	27
5.2 Empleo local y programas de inserción socio laboral.....	28
5.3 Protección de Derechos humanos, cumplimiento de códigos éticos respecto explotación infantil y trabajos forzados.....	28
5.4 Rechazo a la corrupción y competencia desleal. ....	29
5.5 Compromiso, empleo estable y retención del talento: .....	29
5.6 Formación de la plantilla.....	30
5.7 La apuesta por la mejora de la comunicación:.....	30
5.7.1 La comunicación en SPB.....	30
5.7.2 Comunicación interna: .....	30

5.7.3	Comunicación Externa:.....	33
5.8	Prevención de riesgos laborales y fomento de hábitos saludables: <i>Fórmula Wellness</i> ....	34
5.8.1	Líneas de actuación Fórmula Wellness: .....	34
5.8.2	<i>Formula Wellness y los Grupos de Interés</i> .....	39
5.8.3	Reconocimientos Formula Wellness/Valencia Brilla:.....	40
5.9	Cumplimiento normativo en materia de seguridad: protocolos y etiquetado. ....	41
<b>6.</b>	<b>La RSC a través del <i>respeto al medioambiente</i></b> .....	<b>43</b>
6.1	Actuaciones Medioambientales destacadas 2017:.....	45
6.2	‘Consumos energéticos. ....	45
6.3	Consumos de agua, vertidos y fuentes de captación.....	46
6.4	Materiales utilizados. ....	46
6.5	Gestión de Residuos:.....	47
<b>7.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	<b>48</b>
<b>8.</b>	<b>Anexo 1: Perfil de la memoria</b> .....	<b>49</b>
<b>8.1</b>	<b>Índice GRI</b> .....	<b>50</b>

## 1. SPB ante los Objetivos Desarrollo Sostenible.



ODS	Nuestra aportación.
1. Fin de la Pobreza.	Voluntariado Corporativo: Capacitación y formación a grupos riesgo exclusión social para la búsqueda de oportunidades.
2. Hambre Cero.	Voluntariado Corporativo: Participación Gran Recogida Alimentos
3. Salud y Bienestar.	Formula Wellness: Proyecto Organización Saludable. Valencia Brilla: Organizaciones Saludables y Solidarias.
4. Educación de Calidad.	Voluntariado: La Magia de la Química.
5. Igualdad de Género.	Aumento de mujeres indefinidas. Paridad en la Dirección de la compañía.
6. Agua y Saneamiento.	Reducción y optimación de consumos de agua. Nuevos productos concentrados más respetuosos con el medioambiente
8. Trabajo decente y crecimiento económico.	100 % personal cubierto por un convenio colectivo. Redistribución de la riqueza de SPB. Valencia Brilla: Organizaciones Saludables y Solidarias.
9. Industria, Innovación e infraestructuras.	Mas de 40 investigadores en la compañía.
10. Reducción Desigualdades.	Voluntariado Corporativo: Diversidad, recolectas, formación riesgo exclusión.... Valores: Compromiso con los clientes.
12. Producción y consumo responsable.	Desarrollo de productos más sostenibles y respetuosos (hidrosolubles, concentrados, certificación RSPO en parte de nuestras referencias ...)
13, 14, 15 Objetivos Medioambientales	Voluntariado Corporativo: Trabajos recuperación espacios quemados, recuperación biodiversidad parques naturales, ... Inversiones medioambientales en la compañía.
16, Paz, justicia e instituciones sólidas.	Colaboración económica y voluntariado corporativo con Fundacion por la Justicia.
17. Alianzas para lograr los objetivos	Valencia Brilla: Organizaciones Saludables y Solidarias. Pertenencia a asociaciones.

## 1.1 VALENCIA BRILLA: ORGANIZACIONES SALUDABLES Y SOLIDARIAS (ODS 3, ODS 8, ODS 17)

Durante 2017, con el fin de aunar esfuerzos entre organizaciones, desde SPB se ha puesto en marcha el proyecto Valencia Brilla: Organizaciones Saludables y Solidarias. Siendo sus objetivos:

1. Aunar esfuerzos en Responsabilidad Social Corporativa, aumentando el impacto de las acciones, posicionando a la sociedad Valenciana (empresas, organizaciones, personas, ...) como agentes comprometidos.
2. Fomentar las Organizaciones Saludables y multiplicar su impacto en la sociedad a través de la corresponsabilidad organización-persona.
3. Colaborar con la sociedad en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El proyecto pretende por un lado exportar las buenas prácticas de SPB al exterior en cuanto a organización saludable se refiere, convirtiéndonos en ejemplo para otras organizaciones.

Y por otro, potenciar la actividad física de los compañeros de las organizaciones participantes a través de la gamificación y el reto compartido de "Conquistar la Luna", usando una APP específica para tal fin.

De este modo se posiciona a las personas como responsables del cuidado de su salud y bienestar y se les motiva a colaborar con kilómetros en este viaje, vinculando el esfuerzo de los compañeros a una donación económica por parte de las empresas participantes a una causa social.

La causa seleccionada para este donativo ha sido los **Premios Hospital Optimista**, siendo su objetivo "contribuir a la mejora de la salud de los pacientes hospitalizados fomentando las iniciativas y/o prácticas que contribuyan a la creación de un entorno optimista para el paciente y su familia." Y gracias al esfuerzo de los compañeros el donativo ha ascendido a **16.685 €**.

Visto el éxito de esta primera edición, el grupo de empresas y colaboradores participantes liderados por SPB, han decidido llevar esta iniciativa a una segunda fase más ambiciosa, y no solo trabajar la salud a través de la actividad física, sino también a través del entrenamiento mental y la responsabilidad de las personas con acciones vinculadas a los diferentes ODS.

Para ello desde SPB se creará y difundirá el modelo Personas que Brillan: Organizaciones Saludables y Solidarias, universalizando el proyecto Valencia Brilla y permitiendo que cualquier organización sin importar su tamaño ni ubicación pueda vincularse al mismo.

### Cifras

20 EMPRESAS  
 13 ENTIDADES  
 1011 PARTICIPANTES  
 69.557 INTERACCIONES  
 333 PERSONAS / DÍA  
 209 DÍAS  
 1.767 KM AL DÍA DE MEDIA

**Valencia Brilla**  
 Organizaciones  
 Saludables y Solidarias





## MISIÓN

Fomentar las Organizaciones Saludables dentro del marco de Responsabilidad Social Empresarial y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través de la implicación de las Personas.

## VISIÓN

Ser un modelo de referencia para empresas y organizaciones éticas y saludables y lograr juntos la excelencia en el desarrollo sostenible económico, ecológico y social.

## VALORES

Nuestros valores se fundamentan en la Declaración Universal de los Derechos Humanos: dignidad, libertad, igualdad, solidaridad, justicia y paz.

## 2. Perfil de la compañía.

### 2.1 Visión, Misión y valores.

#### 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 durante 2017 ha trabajado con 231 proveedores suministradores de materias primas y materiales que conforman nuestros productos, de los cuales el 78,8 % son de ámbito nacional, por otra parte, contamos con 767 proveedores de compras indirectas, seleccionando los 80 más significativos, que representan aproximadamente el 82 % del gasto en compras indirectas, el 93,75% son de ámbito nacional.

En 2017, hemos tenido una cifra de negocio de 122 millones de euros, comercializando más de 271,5 millones de litros de producto, 179,7 millones de unidades de producto, y contribuyendo 926.179 € 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 119 personas.

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

### SPB1

#### *Localización: Cheste, Valencia.*

La fábrica matriz y la mayor de todas las plantas de Valencia. Cuenta con una plantilla de 179 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 80 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, friegasuelos. Cuenta con una plantilla de 48 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 79 personas.

Cuenta con dos líneas de producción de lejías, una línea de amoniacos y friegasuelos 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 1627 supermercados<sup>1</sup>.



SPB ha dado el salto internacional, representando estas exportaciones el 7% de la cifra de negocio.

Siendo el otro 4 % correspondiente a otras operaciones realizadas por la compañía.

### 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:

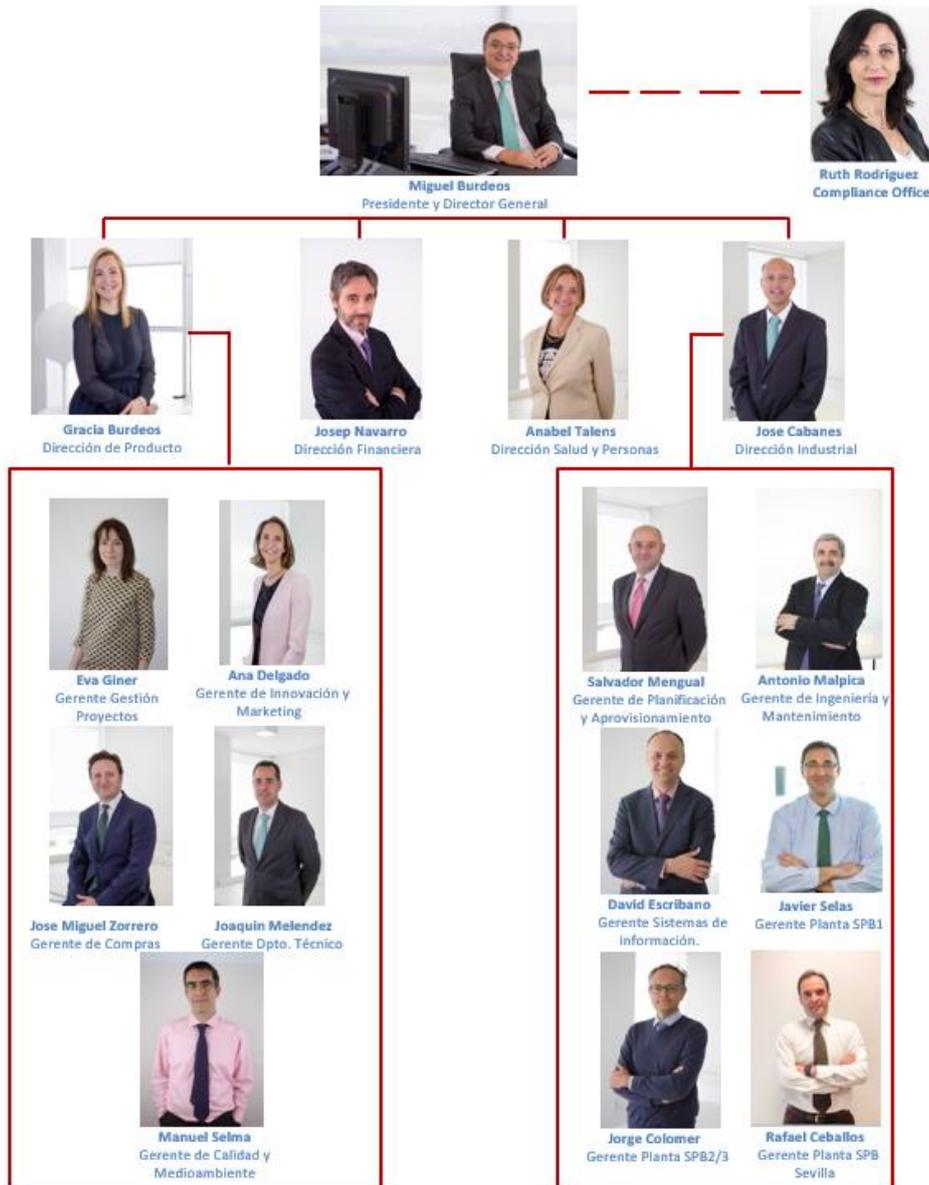
- El diseño y seguimiento de la estrategia general de la compañía.
- Establecer y mantener las adecuadas relaciones internas y externas, la estructura, la plantilla, respondiendo a la filosofía y la rentabilidad pretendida por la empresa.
- Decidir y seguir la política financiera.
- Impulsa el cumplimiento 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.

<sup>1</sup> Dato memoria Anual Mercadona 2017.

## 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 500 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.

En 2017 se formalizó la figura de Compliance Officer cuya misión consiste en implementar y vigilar el “Programa de Cumplimiento” basado en procedimientos que aseguren el adecuado diseño de actividades de cumplimiento normativo interno y externo en sentido amplio.



Organigrama SPB.



### Organigrama Consejo Familiar.

## 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 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: Producto, Financiera, Salud y Personas, Industrial.

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.

De cara al 2018, se ha considerado que el Director Industrial también formará parte del comité de Ética y Compliance.



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

**Oficina Técnica Digitalización:**

Comité multidisciplinar que tiene como misión liderar el despliegue del plan de transformación digital, coordinando los equipos de trabajo que definirán en profundidad los proyectos, monitorizando su ejecución e informando al comité de dirección de su avance.

Entre sus funciones se encuentran:

- Construir y aprobar el plan anual de digitalización.
- Presentar el plan al Comité de Dirección.
- Designar DIGITEAMS que definirán los anteproyectos.
- Revisar y aprobar los anteproyectos.
- Monitorizar la ejecución del plan.
- Actuar como embajadores de la digitalización en la organización.

**2.7 Estructura de la plantilla.**

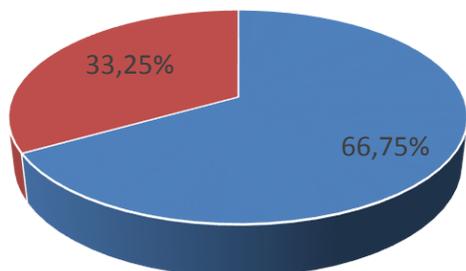
La plantilla promedio de SPB en 2017 está compuesta por 505,37 personas, de las cuales el 84,91% de los contratos son indefinidos, con un total de aproximadamente 429 personas, frente a un 15,09 % que son contratos temporales, aproximadamente 76 personas. Respecto a la evolución anual, hay que destacar que, se ha aumentado la plantilla un 7,74 % durante el año 2017, 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 79,5 % de la plantilla se sitúa entre 30 y 50 años, un 10,7%, menos de 30 años y un 9,8% más de 50 años.

Respecto a la igualdad, en 2017, se han empeorado nuestros ratios de hombres y mujeres en un 0,5 % siendo la representación total de mujeres en la compañía del 33,25% del total de la plantilla. No obstante, sí que se observa una mejora considerable en el % de mujeres indefinidas, pasando este del 81,83% al 88,47% muy superior al de hombres indefinidos el cual ha pasado del 80,97 % al 83,13%.

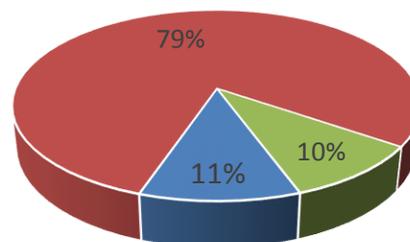
	SPB 2016	SPB 2017		
	Total	Hombres	Mujeres	Total
<b>Total contratos indefinidos</b>	<b>381,15</b>	<b>280,43</b>	<b>148,68</b>	<b>429,11</b>
<b>Total jornada completa</b>	<b>377,87</b>	<b>276,98</b>	<b>146,87</b>	<b>423,85</b>
<30 años	35,87	31,41	4,84	36,25
30-50 años	311,28	211,27	130,03	341,30
>50 años	30,72	34,30	12,00	46,30
<b>Total jornada parcial</b>	<b>3,28</b>	<b>3,45</b>	<b>1,81</b>	<b>5,26</b>
<30 años	0,02	0,33	0,00	0,33
30-50 años	2,2	1,52	1,81	3,33
>50 años	1,06	1,60	0,00	1,60
<b>Total contratos temporales</b>	<b>87,89</b>	<b>56,89</b>	<b>19,37</b>	<b>76,26</b>
<b>Total jornada completa</b>	<b>85,39</b>	<b>56,73</b>	<b>18,45</b>	<b>75,18</b>
<30 años	25,67	13,20	4,49	17,69
30-50 años	54,66	41,69	13,96	55,65
>50 años	5,06	1,84	0,00	1,84
<b>Total jornada parcial</b>	<b>2,50</b>	<b>0,16</b>	<b>0,92</b>	<b>1,08</b>
<30 años	0,16	0,00	0,00	0,00
30-50 años	2,34	0,16	0,92	1,08
>50 años	0,0	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>469,04</b>	<b>337,32</b>	<b>168,05</b>	<b>505,37</b>
<b>% Indefinidos</b>	<b>81,26</b>	<b>83,13</b>	<b>88,47</b>	<b>84,91</b>

## GENERO



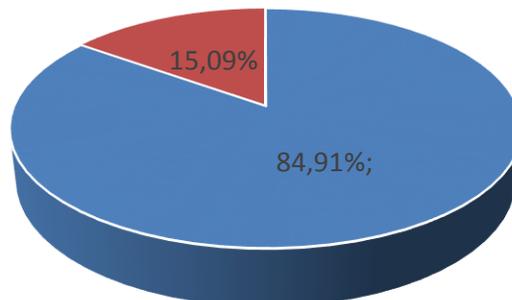
■ % Hombres ■ % Mujeres

## EDAD



■ <30 ■ 30-50 ■ >50

## TIPO CONTRATOS



## 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 y colaborar en el desarrollo del tejido empresarial, y específicamente el sector industrial.

En 2017, 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.
	<b>FEIQUE:</b> Federación Empresarial de la Industria Química Española.	Miembro Directo. Participación en Junta Directiva Participación en comisiones de trabajo.
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. Comisión de Innovación 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.
- **Responsible Care**, es la iniciativa global y voluntaria del sector químico para la mejora continua de la Seguridad, la Salud y la Protección del Medio Ambiente en todas sus operaciones de acuerdo con los principios del Desarrollo Sostenible y la Responsabilidad Social Empresarial.
- **RSPO**: SPB durante 2017 ha certificado parte de sus referencias en RSPO (Certificación Aceite de Palma Sostenible) con el fin de garantizar la seguridad en la cadena de suministro y proporcionar evidencias creíbles de que este aceite procede de recursos sostenibles.



## 3. La Responsabilidad Social Corporativa.

---

### 3.1 La RSC en SPB.

Si entendemos a la organización como un **grupo social formado por personas, tareas y administración**, que interactúan en el marco de una estructura sistemática **para cumplir con sus objetivos**, podemos entender que la **responsabilidad de una organización viene dada por la responsabilidad de sus personas**, que en fin último son las encargadas de realizar las tareas para conseguir sus objetivos y metas.

Por lo que podemos decir que **la responsabilidad social corporativa, vendría determinada de la actuación de cada una de las personas en relación a sus tareas encomendadas y cómo éstas dan respuestas a las mismas.**

Por ende, para poder hablar de Responsabilidad Social Corporativa, debemos de hablar de **Responsabilidad Social Individual**, ya que, si la organización está formada por personas, estas personas pueden actuar éticamente o no para cumplir sus objetivos.

Es por ello por lo que **en SPB creemos en que son las personas el elemento que marca la diferencia y por ello debemos sensibilizarlas, formarlas, y guiarlas. De este modo, seguiremos creciendo como equipo y como organización, posicionándonos y siendo sostenibles a largo plazo no solo por los resultados obtenidos sino por cómo se han conseguido.**

En SPB durante 2017 hemos centrado nuestras actuaciones en 5 áreas:

- 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 lideró junto diferentes grupos de interés la puesta en marcha de un proyecto conjunto de fomento de la salud, el bienestar, la solidaridad, y la RSE: **“Valencia Brilla: Organizaciones Saludables y Solidarias”** (Información en página 8).
- El **programa de voluntariado corporativo**. Es uno de los más longevos en materia social. Año a año nuestras acciones se incrementan y nuestro número de voluntarios se comienza a estabilizar entorno al 20 % de la plantilla.
- 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.

- En **materia económica**, durante el 2017 hemos realizado un retorno del 91,67 % del total de facturación, siendo 1% superior al año 2016, la creación de 36 puestos de trabajo, siendo el salario medio mensual en SPB de 2.150,37 €.
- **Y finalmente en buen gobierno**, una de las formaciones protagonistas durante 2017 ha estado relacionada con la **ética y prevención de riesgos penales**. Durante 2017, el personal de SPB en su conjunto ha recibido **276.5 horas de formación en ética y 767 horas en materia de prevención de riesgos penales**.

### 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 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.

Durante 2017 hemos trabajado junto con el Instituto Valenciano de la Seguridad y Salud en el Trabajo con el fin de **promover las Organizaciones Saludables y Solidarias** en la provincia de Valencia **a través del proyecto Valencia Brilla**.

**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.

**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.

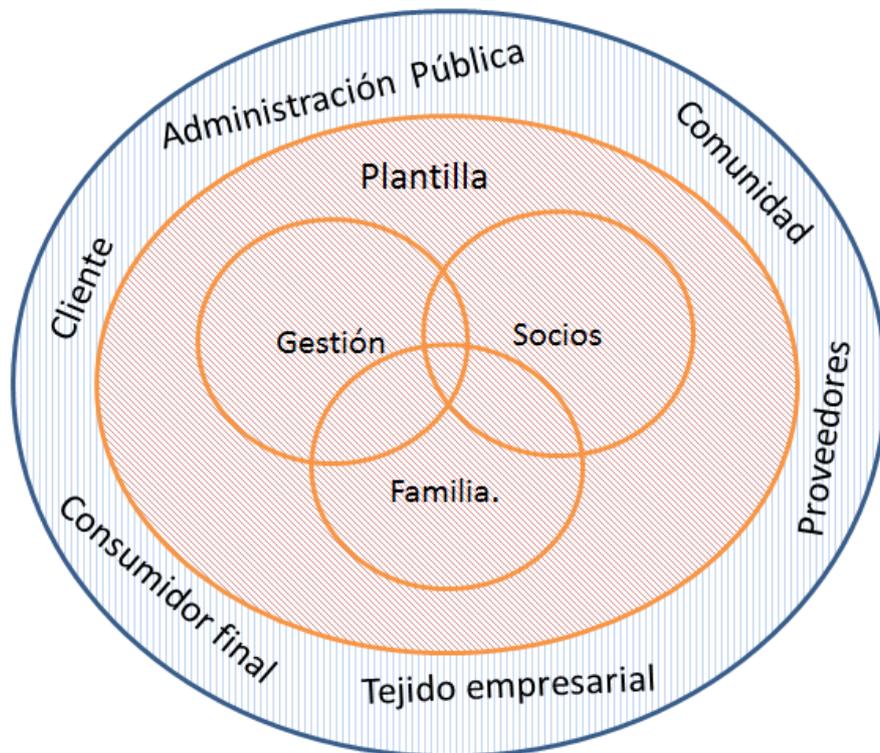
**Junta General de Socios y Órgano de Administración.** Parte fundamental para el buen funcionamiento de la empresa. Gracias a su compromiso y empuje año a año continuamos con nuestra mejora en materia de RSC.

**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 2017 han sido que, de nuestros 231 proveedores de materias primas, 132 (57,14 %) ya han aceptado expresamente estos compromisos.

Por otro lado, contamos con 720 proveedores de compras indirectas, donde de los 80 más significativos (representan el 81,63 % del total del gasto en compras indirectas) el 93,75 % 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.

**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. Durante 2017 lideramos un proyecto junto con 20 empresas más con el fin de potenciar organizaciones saludables y solidarias.



	CORREO	ESPACIO WEB	REUNIONES	ENCUESTAS	REDES SOCIALES	MEMORIA ANUAL	VALENCIA BRILLA
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. Nuestros ingresos han crecido a un valor medio del 6,45 % en los tres últimos años, siendo el crecimiento de la cifra de negocios del último año de un 4,92 % (Ver tabla anexa), algo inferior 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 un 5,7 % al **cierre de 2017**.<sup>2</sup>

En 2017, hemos generado un valor económico de 122 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 91,67 % del total de la cifra de negocio entre todos los grupos de interés. El 14,95% se han distribuido en gastos salariales, un 0,43 % a proveedores de capital, 0,76 % a pagos a gobiernos y un 0,90 % a pagos de socios de la sociedad, entre otros.

Tabla. Valor económico generado (en €).

	2016	2017	% (2017-2016)	% Respecto a cifra de negocio
<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO</b>	<b>116.326.342</b>	<b>122.054.616</b>	<b>4,92%</b>	<b>100%</b>
Cifra de negocio	116.183.319	121.957.706	4,97%	99,92%
Otros ingresos	143.113	96.910	-32,28%	0,08%

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

	2016	2017	VALOR MEDIO (3 últimos años)
Valor económico generado	116.326.342	122.054.616	
Porcentaje de evolución anual	4.88%	4.92	6,45

<sup>2</sup> Nota prensa 20/11/2017: <https://www.feique.org/wp-content/uploads/2017/11/11-20-NdP-Previsiones-sector-quimico-espanol.pdf>

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

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

	2016	2017	% (2017-2016)	% Respecto a cifra de negocio
<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO</b>	<b>116.326.432</b>	<b>122.054.616</b>	<b>4,92 %</b>	<b>100 %</b>
Cifra de negocio	116.183.319	121.957.706	4,97 %	99,92 %
Otros ingresos	143.113	96.910	-32,28%	0,08 %
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO</b>	<b>105.472.089</b>	<b>111.882.877</b>	<b>6,07%</b>	<b>91,66%</b>
Costes de explotación	86.378.487	91.058.334	5,41%	74,60 %
Gastos salariales totales	16.602.575	18.253.157	9,94%	14,95%
Donaciones e inversiones en la comunidad	29.865	27.207	-8,90%	0,02%
Pagos a proveedores de capital	806.005	521.266	-35,27%	0,42%
Pagos a gobiernos	1.074.123	926.179	-13,77%	0,76%
Pagos a socios.	581.034	1.096.734	88,77%	0,90 %
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO</b>	<b>10.854.343</b>	<b>10.171.739</b>	<b>-6,28%</b>	<b>8,33 %</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.
- **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 2017, han sido de **939.226 euros**, lo que equivale a un **0,77 %** de la cifra de negocio. Éstas han disminuido un **1,02 %** con respecto al año anterior.

Tabla. Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.

Ayudas recibidas:	2016	2017
Desgravaciones y créditos fiscales.	365.919	219.553
Subvenciones	13.746	20.287
Incentivos financieros	569.223	699.385
<b>Total</b>	<b>948.887</b>	<b>939.226</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 siete atributos del producto/servicio/compañía, siendo la nota máxima que se puede otorgar a cada ítem un 5, tanto en valoración como en la importancia que el cliente le otorga.

Si el cliente dispone de una metodología específica para medir su satisfacción, se sigue su procedimiento, y cuando el cliente no dispone de esa metodología, SPB a través de personal del departamento de Innovación y Marketing, encuesta a sus clientes sobre cada uno de sus requisitos respecto a los productos y servicios que se les presta solicitando tanto la valoración como el grado de importancia que dicho aspecto tiene para ellos.

Los resultados de esta encuesta quedan reflejados en la "Satisfacción del cliente".

Alternativamente se podrán valorar la satisfacción de sus clientes en función de:

- Resultado de visitas/auditorías a las instalaciones realizadas por los mismos u otras reuniones mantenidas.
- Desempeño logístico en las entregas.
- Número de quejas recibidas y satisfacción en la resolución de estas.
- Evolución de las ventas en número de unidades y referencias.
- Otros aspectos valorados por el cliente (cumplimiento de políticas específicas del cliente, acciones de RSC, etc.)

Tabla. Satisfacción del cliente (Valor medio escala de 1-5)

	Valoración	Importancia	Total
Calidad del producto	4,2	5	4.08
Servicio	3,8	4,6	
Solución de quejas problemas	4	5	
Imagen productos	4,2	4,8	
Agilidad de la administración	4,8	4,2	
Relación calidad / precio	4,4	5	
Innovación / desarrollo de nuevos productos	4,4	5	

## 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 y Manual de Riesgos Penales:

En 2017, SPB comenzó la implementación de un Programa de Prevención de Riesgos penales, creando el órgano denominado Comité de Ética y Compliance, que a través de la figura de Compliance Officer tiene como funciones la monitorización, supervisión y seguimiento de dicho programa, con el fin de consolidar en SPB la cultura del cumplimiento, que entronca directamente con los valores que presiden la compañía.



\* Canal de denuncias SPB: [canal.denuncias@spb.es](mailto:canal.denuncias@spb.es) / [presidente.etica@spb.es](mailto:presidente.etica@spb.es)

## 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 Huévar 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, 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 2017 hemos pasado la auditoria OHSAS 18001 siendo el resultado muy favorable, con únicamente 6 desviaciones y una no conformidad que nos aportan oportunidades de mejora.

En cuanto al absentismo de este año, se ha mantenido estable respecto 2016.

TIPO ABSENTISMOS SPB	2016	2017
Contingencias Comunes (CC)	1.67%	1.68%
Accidentes de Trabajo (AT)	0.62%	0.64%
Beneficios Sociales (BS)	0.98%	0.97%

#### 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. Tras la elaboración del manual, en 2017 se ha formado a los compañeros/as de la compañía en las implicaciones más importantes de dicho manual.

#### 5.5 Compromiso, empleo estable y retención del talento:

El éxito de SPB 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 84,70 % 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.



Compañeros de SPB junto Miguel Burdeos en el reconocimiento por los 10 años en la compañía.

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, como así demuestran los diferentes estudios de clima realizados.

## 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/as empleados/as.

En el año 2017, 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 17.857 horas de formación, lo que suponen 35,34 horas por persona. En el caso de los hombres la formación media ha sido de 32.79 horas, mientras que las mujeres han recibido 40,43 horas.

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

### 5.7.1 La comunicación en SPB

La comunicación en las empresas ha evolucionado desde el concepto de comunicación como una necesidad dentro de la empresa (la empresa tiene necesidad de comunicar) a la comunicación como una demanda de la sociedad (la sociedad es la que tiene necesidad de comunicación de las empresas).

Teniendo en cuenta este principio debemos entender que la comunicación es una política transversal que cruza toda la empresa. Su objetivo principal es apoyar la estrategia de la empresa proporcionando coherencia e integración entre los objetivos, los planes y las acciones de la dirección; y la difusión y gestión de la imagen y de la información.

La comunicación en la empresa es una necesidad diaria, debe realizarse de forma regular y controlada, cuyos resultados se muestran a largo plazo. Requiere de un seguimiento y control y por supuesto de una mejora constante.

### 5.7.2 Comunicación interna:

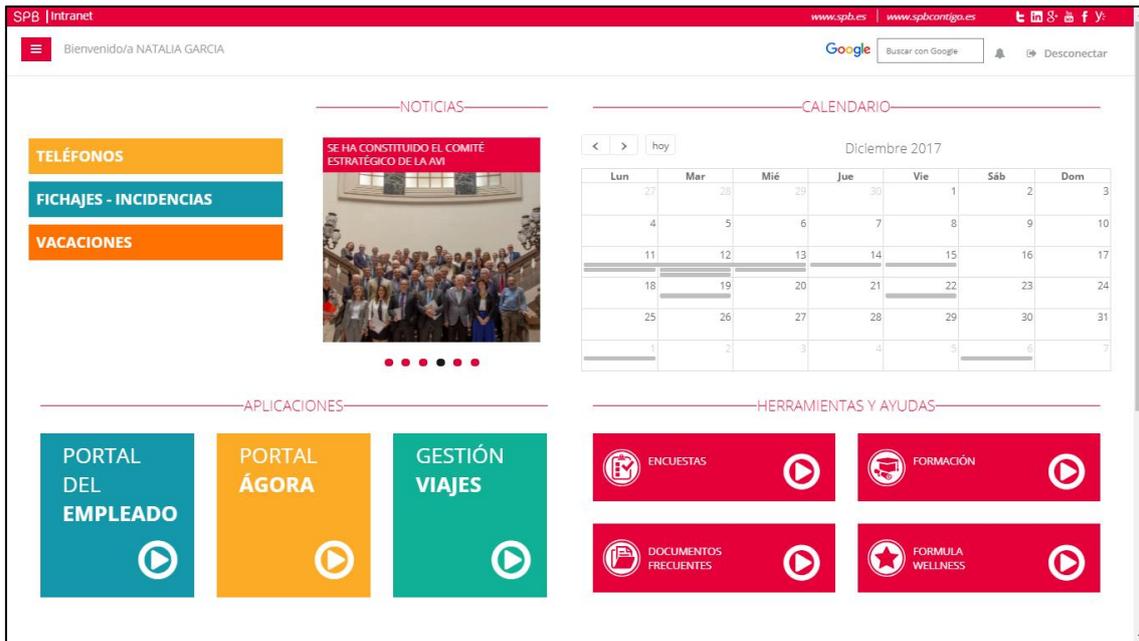
Impulsamos una adecuada política de comunicación interna con el objetivo de lograr que todos/as estén informados de los asuntos más relevantes, tanto los que le afectan directamente a corto plazo, como los proyectos nuevos de la compañía.

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 2017, para mejorar nuestra comunicación interna, hemos puesto en marcha la **Intranet de la compañía**. Se trata de una herramienta que tiene como objetivo facilitar el acceso de todos los colaboradores a aquellas herramientas, aplicaciones, accesos que necesitan para su trabajo y, por otro lado, darles a conocer a través de las noticias y los eventos en el calendario, las novedades y últimas informaciones relevantes de la compañía.



Look&feel de la página de inicio de la Intranet de SPB (<https://intranet.spb.es/>)

Los apartados que se pueden encontrar en la intranet son:

- **Teléfonos:** donde se puede localizar cualquier teléfono (fijo o móvil) de los colaboradores o departamentos de la compañía
- **Fichajes / Incidencias:** los colaboradores pueden consultar sus fichajes para poder informar de cualquier incidencia y llevar un control de sus jornadas de trabajo.
- **Vacaciones:** en este apartado, los colaboradores pueden consultar el saldo de vacaciones que tienen en cada momento, sus vacaciones solicitadas o las vacaciones del resto de colaboradores.
- **Calendario:** en el calendario se consignan los eventos más relevantes que acontecen en la compañía (visitas, jornadas de formaciones, etc.)
- **Documentos frecuentes:** en este apartado recopilamos aquellos documentos que se usan frecuentemente en la compañía para que tengan un acceso fácil y rápido.
- **Fórmula Wellness:** este apartado resume todas las iniciativas que se desarrollan en la compañía.
- **Portal del empleado / Portal ágora:** dos puntos de acceso a dos aplicaciones de la empresa.
- **Formación:** en este apartado, los colaboradores pueden consultar aquellas formaciones de la semana y de la próxima semana.
- **Encuestas:** este apartado sirve para canalizar todas las consultas, encuestas que realizamos a los colaboradores.

### 5.7.3 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 apostamos por ello a través de envíos de notas de prensa y relaciones con los medios de comunicación como de nuestras redes sociales, fundamentalmente:

#### LinkedIn

- El perfil de LinkedIn ha crecido en este pasado año en más de 500 seguidores superando los 2.100 seguidores
- Publicaciones relacionadas con el perfil empleador de SPB.

#### Twitter

- El perfil de Twitter ha crecido en este pasado año en 200 seguidores superando los 500.
- Post con información corporativa.

#### Facebook

- La página de Facebook de SPB Contigo ha crecido llegando a más de 7.200 Me Gusta.
- En esta página se replican los contenidos de [www.spbcontigo.es](http://www.spbcontigo.es) que se destina a prescribir nuestros productos.
- Como ya informamos en la memoria del año pasado, es uno de los canales principales de atención a nuestros clientes donde nos preguntan cómo utilizar nuestros productos.

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



Diploma adhesión Declaración Luxemburgo.

Desde el año 2014 SPB está adherida a la declaración de Luxemburgo, siendo nuestro programa estrella Formula Wellness.

**Fórmula Wellness**, tiene como objetivo 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 Líneas de actuación Fórmula Wellness:



### Fórmula Wellness



Salud y Bienestar



Deporte y Alimentación



Diversidad-Igualdad-Conciliación



Voluntariado

Es a través de Fórmula Wellness como SPB da cabida a los intereses, ideas, y servicios demandados por los compañeros de la organización. SPB entiende Formula Wellness como un espacio de compartir, donde todo el mundo tiene la posibilidad de sumar y aportar sus ideas para su valoración y conseguir activar tanto su salud, como su bienestar y felicidad convirtiéndose en ejemplo para los demás.

### 5.8.1.1 Línea Salud y Bienestar:

En SPB durante 2017, entre otras actividades se ha continuado desarrollando los servicios prestados a sus colaboradores como son:

**Servicio de Osteopatía:** Servicio con una gran aceptación en SPB, durante el año 2017 se realizaron mas de 750 asistencias, siendo estas preventivas, urgencias y de seguimiento.

**Observador Tareas:** Apoyados en el servicio de osteopatía se puso en marcha el observador de tareas cuyo objetivo ha sido realizar diagnósticos de los puestos de trabajo observando las posturas al trabajar, y proporcionando feedback de las posturas forzadas identificadas, riesgo con consecuencias de dolencias y acciones preventivas. Una vez revisados los puestos se realizo un plan individualizado para aquellas personas identificadas con margen de mejora en sus hábitos en el lugar de trabajo.

**Servicios de Optimalización:** Este servicio es prestado por un psicólogo-coach desde 2 perspectivas:

- Servicio anónimo de apoyo personal y profesional para trabajar nuestro “optimalismo”.
- Acompañamiento en la mejora de las competencias del personal de SPB.

**Sesiones de concienciación salud:** Durante 2017, se realizaron dos campañas de salud junto con profesionales especializados.

- Control de glaucoma, con pruebas in-situ.
- Sesión informativa de “Corazón y Deporte en el contexto actual” e “Hipercolesterol”.

**Formación Mindfulness:** Durante 2017 se formó a todo el personal en técnicas de Mindfulness con el objetivo de reducir la dispersión cognitiva y la inestabilidad emocional, potenciar la sensación de bienestar, reducir la impulsividad o desarrollar la calma. A través de técnicas de atención, observación, auto indagación y de meditación entre otras.

### 5.8.1.2 Línea Deporte y Alimentación:

En esta línea, entre las actuaciones a destacar en 2017, comentaremos:

**Deporte Solidario:** Seguimos vinculando el esfuerzo físico de la práctica deportiva de nuestros compañeros a eventos solidarios poniendo a su disposición inscripciones gratuitas con lo que por un lado se consigue motivar para seguir practicando el deporte, y por otro lado realizar un apoyo económico con la compra de estos dorsales/inscripciones.

Ejemplo de estas acciones pueden ser:

- Participación en los Juegos Interempresas: La Olimpiada Solidaria.



Compañeros SPB Sevilla en una carrera Solidaria.

- Participación con runners en carreras solidarias.
- Y como novedad estrella el proyecto Valencia Brilla (pag. 8).

En cuanto a alimentación saludable remarcaremos:

- Concurso de Paellas, donde además de disfrutar de una saludable comida, se propicia el acercamiento de las familias a SPB y se realizan actividades paralelas con los más jóvenes:
  - o Yincana Saludable: Deporte y concienciación en alimentación saludable (pirámide nutricional) junto los padres.
  - o Cuenta cuentos.
  - o Iniciación a los Bailes de Salsa...
- Visita gastronómica: Con el fin de acercarnos a pueblos con encantos y poder disfrutar de su gastronomía y belleza.

### **5.8.1.3 Línea Diversidad-Igualdad-Conciliación (DIC):**

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 2017 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 de 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.
- **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.  
**En 2017**, se sumaron tres nuevas medidas de cara al periodo estival escolar, las cuales dado el éxito de cara a 2018 se facilitarán para todos los periodos estivales. De esta medida la que mayor éxito ha tenido con un 22 % de acogimiento ha sido:

- **Cambio jornada en periodo estival** para compañeros de gestión y turno central: La medida consistía en librar las tardes a cambio de horas de vacaciones. Con esta medida a cambio de 1 día de vacaciones podías disfrutar de 2 semanas de jornada intensiva.

#### **5.8.1.4 Línea 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.

En 2017, Voluntare nos hizo entrega de la certificación “plus” a nuestro programa de voluntariado, posicionándolo al nivel de las grandes empresas multinacionales:



*“SPB se posiciona en cuanto a excelencia en la gestión de su programa de Voluntariado Corporativo, al mismo nivel que las grandes multinacionales españolas, demostrando su integración estratégica en la empresa.”*

Las acciones se han incrementado año a año. Durante el año 2017 se han llevado a cabo 41 acciones de las 46 propuestas, movilizando un total de 107 voluntarios/as internos lo que representa el 21,19 % de la plantilla. Debido a que diferentes voluntarios/as han participado en más de una acción se han contabilizado un total de 173 participaciones en acciones de voluntariado. Y un total de 1021 horas de voluntariado, contabilizando la gestión, preparación y la propia acción.

Tabla Evolución programa Voluntariado Corporativo.

	2016	2017
Plantilla	469	505
Voluntarios	108	107
Voluntarios Invitados	24	65
Acciones propuestas	38	46
Acciones realizadas	31	41
Horas Voluntariado personal SPB. (Acción+preparacion+gestión)	969	1021
Participaciones	158	173
Porcentaje	23,03%	21,19%



Voluntariado La Magia de la Química.



### 5.8.2 *Formula Wellness y los Grupos de Interés.*

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, desde SPB se ha liderado el desarrollo del proyecto Valencia Brilla, con el objetivo de convertirse este en un espacio de encuentro de organizaciones que deseen desarrollar de forma conjunta su camino para convertirse en una organización saludable y solidaria, viendo el éxito durante 2017 en 2018 se decide universalizar el modelo para que cualquier organización sin importar lugar geográfico ni tamaño pueda sumarse al mismo. (Mas información Valencia Brilla página 8)



### 5.8.3 Reconocimientos Formula Wellness/Valencia Brilla:



**Ágora Bienestar:**  
Empresa comprometida con el bienestar.

**Desata Tu Potencial: Premio a la empresa emocionalmente Responsable.**



**Observatorio Recursos Humanos: IV Premios Empresa Saludable: Reconocimiento Valencia Brilla como Mejor proyecto Social.**



## 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.

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 551 consultas durante el año 2017, 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 ayuda a detectar nuevas oportunidades en nuestros productos de acuerdo a nuestra filosofía de mejora continua. Después de estudiar cada caso, pautamos las acciones a seguir. El proceso de respuesta también está protocolizado, exigiendo una respuesta antes de 15 días.

Las reclamaciones remitidas a través de la Oficina del Consumidor son respondidas con agilidad en menos tiempo del proporcionado por la entidad. **Durante 2017 recibimos 2 reclamaciones de consumo y ninguna denuncia o sanción.**

Nuestra respuesta se basa en el rigor y la transparencia. Proporcionamos una relación de nuestro contacto con el consumidor, una explicación de las pruebas realizadas y la razón por la cual consideraríamos procedente o no procedente la reclamación del consumidor.

La respuesta es redactada y validada por nuestro departamento legal y firmada por nuestra Directora de Producto.

Respecto a la privacidad de clientes, durante 2017 no hemos registrado reclamaciones en materia de protección de datos de carácter personal.

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



**1** Déjate seducir por la fragancia del **AMBIENTADOR PARA TEJIDOS BOSQUE VERDE**. Un bouquet de rosas elegante e intenso que perfuma tus tejidos y elimina eficazmente los malos olores. Además, su delicado aroma crea una atmósfera única de bienestar y un inconfundible y reconfortante olor a limpio de larga duración gracias a sus microcápsulas. Mima tus tejidos preferidos y envuélvelos con la sensualidad y personalidad de este ambientador.

**MODO DE EMPLEO:**

- 1- Quitar el seguro para liberar el gatillo (\*).
- 2- Mantener una distancia de 30 cm con la superficie a pulverizar.
- 3- En dirección opuesta a su cara, presionar el gatillo al menos tres veces para liberar fragancia.
- 4- Para una perfecta pulverización, colocar el producto en posición vertical y presionar el gatillo con firmeza en cada uso.

**ADVERTENCIAS DE USO:** Para uso en tejidos (cortinas, sofás, alfombras, toallas, etc.), pulverizar a una distancia de 30 cm, sin **exceso**. En caso de duda, pulverizar en una zona no visible a modo de prueba. No adecuado para pulverizar en superficies delicadas como ante, cuero, vinilo, seda o piel. Evitar el contacto con estos materiales. No usar como perfume corporal ni en prendas de bebé / habitaciones infantiles. (\*) Contiene piezas pequeñas que pueden provocar riesgo de asfixia. No dejar al alcance de los niños ni de animales domésticos.

**COMPOSICIÓN:** Contiene entre otros ingredientes: Menos del 5% de Tensioactivos No iónicos, Perfume, Conservantes: Benzisothiazolinone y Methylisothiazolinone.

**PRECAUCIONES:** Contiene 1- (1,2,3,4,5,6,7,8 -octahidro- 2,3,8,8 -tetrametil- 2 -nafilil) etan-1-ona. Puede provocar una reacción alérgica. Mantener fuera del alcance de los niños. No ingerir. En caso de accidente consultar al Servicio Médico de Información Toxicológica, Tel. 915620420.

Para más información sobre el producto: Tel. 900 502 445 e-mail: [producto@spb.es](mailto:producto@spb.es)

FABRICADO POR: **SPB** 400 ml

**SUAVIZANTES Y PLASTIFICANTES BITUMINOSOS, S.L.**  
Pol. Ind. de Cheste, Vial6. 46380 CHESTE (Valencia)  
Tel.: 962 512 085, [www.spb.es](http://www.spb.es)

LOTE: 

400 ml

**BOSQUE VERDE**

**Ambientador**  
Para tejidos tejidos

*Elixir Floral*

Eliminador de olores olores



**2** Deve-se fascinar pela fragância do **AMBIENTADOR PARA TECIDOS BOSQUE VERDE**. Um bouquet de rosas elegante e intenso que perfuma os seus tecidos e elimina eficazmente os odores. Além disso, o seu aroma delicado cria uma atmosfera única de bem-estar e um inconfundível e reconfortante cheiro de longa duração graças às suas microcápsulas. Mime os seus tecidos favoritos e envolva-os com a sensualidade e personalidade deste ambientador.

**MODO DE UTILIZAÇÃO:**

- 1- Retire o bloqueio de segurança para soltar o gatilho (\*).
- 2- Mantenha uma distância de 30 cm com a superfície a ser pulverizada.
- 3- Na direção oposta ao seu rosto, pressione o gatilho pelo menos três vezes para libertar a fragância.
- 4- Para uma pulverização perfeita, coloque o produto na posição vertical e pressione firmemente o gatilho em cada uso.

**PRECAUCÕES DE UTILIZAÇÃO:** Para uso em tecidos (cortinas, sofás, tapetes, toalhas, etc.), pulverize a uma distância de 30 cm, evitando molhar em excesso. Em caso de dúvida, pulverizar numa área não visível como teste. Não é adequado para a pulverização em superfícies delicadas como camurça, couro, vinil ou seda. Evite o contacto com estes materiais. Não utilizar como perfume corporal, em roupa de bebé, nem em quartos de crianças. (\*) Contém peças pequenas que podem provocar risco de asfixia. Manter fora do alcance das crianças e dos animais domésticos.

**COMPOSICÃO:** Contém: Inferior a 5% Tensioactivos não-iónicos, Perfume, Conservantes: Benzisothiazolinone e Methylisothiazolinone.

**PRECAUCÕES:** Contém: 1- (1,2,3,4,5,6,7,8 -octahydro- 2,3,8,8-tetramethyl- 2-naphthyl) ethan-1-one. Pode provocar uma reacção alérgica. Manter fora do alcance das crianças. Não ingerir. Em caso de acidente ligue para o Centro de Informação Antídotos TIF: 808 250 143.

Para mais informação sobre o produto: Tel. +34 900 502 445 e-mail: [produto@spb.es](mailto:produto@spb.es)

**SUAVIZANTES Y PLASTIFICANTES BITUMINOSOS, S.L.**  
Pol. Ind. de Cheste, Vial6.  
46380 CHESTE (Valencia)  
Tel.: 962 512 085, [www.spb.es](http://www.spb.es)

[www.mercadona.com](http://www.mercadona.com)  
**900 500 103**  
**800 500 100**  
9h - 21:30h.  
de lunes a sábado, excepto festivos  
segunda a sábado, excepto feriados

8 480000 401595

400 ml

Explicación lectura etiquetas.

## 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, la reutilización de mermas y residuos y la investigación en productos que favorezcan un mejor uso como pueden ser las monodosis y/o un mejor transporte como los productos concentrados, los que propicia un ahorro medioambiental en el transporte.

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



**Voluntarios medioambientales de SPB.**

Por último, durante 2017 al igual que en años anteriores no se ha recibido ningún tipo de sanción en materia medioambiental.

## 6.1 Actuaciones Medioambientales destacadas 2017:

Durante el año 2017 se han realizado diversas actuaciones en materia de mejora medioambiental, entre las que destacamos:

Proyecto	Planta	Breve descripción	Resultados obtenidos o esperados	Inversión realizada
<b>Nueva Línea Hidrosolubles LH3.</b>	SPB1	Fabricación de detergentes para lavadora y lavavajillas en capsulas Hidrosolubles	Eliminación de envases de Plástico, mayor eficiencia en uso y menor consumo de Materias Primas Plásticas, eliminación de transporte de botellas y optimización de transporte de producto terminado, reducción de consumo de agua.	3.715.000 €
<b>Línea de Tarrinas Hidrosolubles</b>	SPB1	Línea de producción para llenar las Tarrinas con dosis Hidrosolubles	Eliminación de Packaging individual	245.000 €
<b>Nuevo formato Quitagrasas 750ml en PET</b>	SPB4	Nueva gama de productos, estética mejorada y cambio del material de la botella actual era en Polietileno (50 gramos), pasa a ser de PET (43 gramos)	Menor consumo de Materia prima, ahorro en transporte de botellas, reducción de consumo energético para la fabricación de las botellas.	500.000 €
<b>Nuevo limpiador concentrado APC - 400ml</b>	SPB1	Nuevo producto limpiador concentrado en formato de 400ml con dosificador exacto	Uso correcto de la dosis a emplear (dosificador en tapón), ahorro en kg., de Materia prima Plástico, para el envase, ahorro en el transporte de producto terminado	209.000 €

## 6.2 'Consumos energéticos.

Tablas. Consumos energéticos.

Consumos energéticos		
Fuente Energía	2016	2017
Electricidad (kwh)	20.440.415	21.634.134
Gas Propano (L)	26.980	34.951
Gas oíl (L)	3.700	62.969
GLP (L)	91.007	97.130

Consumo energético/ 1000 unidades producidas		
Fuente Energía	2016	2017
Electricidad (kwh)	119,638	120,363
Gas Propano (L)	0,158	0,194
Gas oíl (L)	0,0217	0,350
GLP (L)	0,533	0,540

<b>Consumo energético/ 1000 litros producidos</b>		
<b>Fuente Energía</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Electricidad (kwh)</b>	78,541	79,681
<b>Gas Propano (L)</b>	0,103	0,129
<b>Gas oil (L)</b>	0,014	0,232
<b>GLP (L)</b>	0,350	0,358

### 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 2017 ha sido de 324 mil m<sup>3</sup>, lo que supone un 9.82 % menos respecto 2016, que supone una reducción de 0.28 m<sup>3</sup> por cada 1000 unidades fabricadas, y equivale a una reducción de 0.17 m<sup>3</sup> por cada 1000 litros fabricados.

**Tabla. Consumos de Agua (m3).**

<b>Consumos Agua (m<sup>3</sup>)</b>		
	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Agua Total Captada</b>	355.838	324.007

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 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 las aguas procedentes de las limpiezas, se reincorporan en la producción y, como última opción, si no es posible su reutilización es derivada a gestores de residuos autorizados.

### 6.4 Materiales utilizados.

<b>Total Materiales utilizados en productos comercializados.</b>		
<b>Materiales</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Cartón/Papel (kg)</b>	133.575	158.387
<b>Plástico (kg)</b>	4.835.210	5.795.517
<b>Metal (kg)</b>	345	451
<b>Vidrio en (kg)</b>	163.280	213.096

En 2017, desde SPB hemos lanzado al mercado formatos denominados “concentrados”, por otro lado, hemos aumentado en un 5% las unidades en el mercado respecto 2016. Lo que ha supuesto un aumento del uso de materiales como plástico, cartón....

Si bien es cierto que la apuesta de los productos concentrados, aunque utilizan formatos de reducido tamaño y generar un mayor consumo de estos materiales, podemos encontrar como positivo que la duración de estos productos es más prolongada que la de los productos tradicionales y además se mejora sustancialmente el transporte y Logística maximizando las unidades/tráiler.

## 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 principios de Reducción, Reciclado y Reutilización.

Residuos No Peligrosos (Unidades en Kg)		
	2016	2017
<b>Total</b>	<b>1.201.738</b>	<b>1.256.527</b>

Residuos Peligrosos (Unidades en Kg)		
	2016	2017
<b>Total</b>	<b>5.202.235</b>	<b>6.012.070</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.

Residuos (KG) por cada 1000 Unidades Fabricadas		
	2016	2017
<b>RNP</b>	<b>7,03</b>	<b>6,99</b>
<b>RP</b>	<b>30,45</b>	<b>33,44</b>

Residuos (KG) por cada 1000 litros fabricados		
	2016	2017
<b>RNP</b>	<b>4,61</b>	<b>4,62</b>
<b>RP</b>	<b>19,98</b>	<b>22,14</b>

Destacar que todos los residuos son gestionados por gestores de residuos autorizados, siendo el coste del **tratamiento y eliminación** de estos residuos durante 2017 de **737.480 € un 18% más que durante 2016.**

## 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 2017, hemos generado un valor económico de 122 millones de euros y ha sido distribuido en un 91,66% del total de la cifra de negocio, entre todos los grupos de interés. El 14,95%, ha sido distribuido en gastos salariales, un 0,42% a proveedores de capital, 0,76% a pagos a gobiernos y un 0,90% 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 una de las iniciativas más longevas en la compañía como el voluntariado corporativo. En este punto remarcar la implicación de la compañía en el acompañamiento de otras organizaciones con potencial interés de caminar hacia una cultura cada día más saludable y solidaria a través del proyecto Valencia Brilla.

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 2017 relacionadas con esta área, que han supuesto una inversión superior a los 4.5 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 2016, que se publicó en Mayo de 2017.

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 2017.

**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>	12	
<b>G4.5 Lugar donde se encuentra la sede central de la organización</b>	10	
<b>G4.6 Países en los que opera la organización y países donde lleva a cabo operaciones significativas</b>	12	
<b>G4.7 Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.</b>	12	
<b>G4.8 Mercados de donde se sirve.</b>	10	
<b>G4.9 Dimensión de la organización.</b>	16,24	
<b>G4.10 Tamaño de plantilla por tipo de contrato y sexo.</b>	17	6
<b>G4.11 Porcentaje de empleados cubiertos por Convenio Colectivo.</b>	29	3
<b>G4.12 Cadena de suministro.</b>	10	
<b>PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS</b>		
<b>G4.16 Lista de asociaciones a las que se pertenece.</b>	18	
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>		
<b>PARTICIPACIÓN GRUPOS DE INTERES.</b>		
<b>G4.24 Lista de grupos de interés.</b>	21	
<b>G4.25 Explicación de cómo se determinan los grupos de interés.</b>	21	
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>		
<b>G4.28 Periodo objeto de la memoria.</b>	49	
<b>G4. 29 Fecha de la última memoria.</b>	49	
<b>G4.30 Ciclo presentación de memorias.</b>	49	
<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>	13,14	
<b>G4.39 Indique si la persona que preside el órgano de gobierno ocupa también un puesto ejecutiva.</b>	12	

Contenidos.		Principio PM
<b>G4.42 Funciones del órgano superior de gobierno.</b>	12	
<b>ETICA E INTEGRIDAD</b>		
<b>G4.56 Descripción de los valores, principios y normas de la organización.</b>	9	10
<b>DESEMPEÑO ECONOMICO</b>		
<b>EC1 Valor económico generado y distribuido.</b>	24	
<b>MEDIOAMBIENTE</b>		
<b>MATERIALES</b>		
<b>EN 1. Materiales por peso y volumen.</b>	46	7,8
<b>ENERGIA</b>		
<b>EN 3. Consumo energético interno.</b>	45	7,8
<b>EN 6. Reducción del consumo energético.</b>	45	8,9
<b>AGUA</b>		
<b>EN 8. Captación total de agua.</b>	46	7,8
<b>EN.9 Fuentes de agua afectadas significativamente por la captación de agua.</b>	46	8
<b>EFLUENTES Y RESIDUOS</b>		
<b>EN22. Vertido total de agua.</b>	46	8,9
<b>EN23. Peso total residuos. Según tipo y método de tratamiento.</b>	47	8
<b>CUMPLIMIENTO REGULATORIO</b>		
<b>EN29. Valor monetario de las multas significativas y número sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación.</b>	44	8
<b>GENERAL.</b>		
<b>EN31. Desglose gastos e inversiones ambientales.</b>	45	7,8,9
<b>EN32. Proveedores que se examinaron en función de criterios medioambientales.</b>	43	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>	29	6
<b>RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN</b>		
<b>LA4. Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos.</b>	31	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.	14	
LA 6. Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo.		
<b>CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN</b>		
LA 9. Promedio de horas de capacitación anuales por empleado.	28	6
LA 11. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y desarrollo profesional.	30	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.	13,16,17	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.	36	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.	30	1
<b>NO DISCRIMINACIÓN</b>		
HR 3. Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	36	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.	29	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.	28	5
<b>TRABAJO FORZOSO.</b>		
HR 6. Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso.	28	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>	28	1
<b>SOCIEDAD</b>		
<b>S04. Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.</b>	29	10
<b>S05. Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.</b>	29	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>	41	
<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>	41	
<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>	41	
<b>PR5. Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.</b>	27	
<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>	41	
<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>	41	