



BlueSun[®]

2022

Informe Anual de Progreso

CONTENIDOS

| | |
|--|----|
| PRESENTACIÓN | 3 |
| CARTA DEL CEO DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO | 4 |
| LA COMPAÑÍA..... | 5 |
| El origen | 5 |
| La actualidad | 6 |
| Las personas..... | 7 |
| Las instalaciones | 20 |
| La visión | 22 |
| Calidad y certificaciones | 23 |
| Los valores | 25 |
| Concienciación social | 31 |
| MEDIO AMBIENTE..... | 33 |
| Sostenibilidad | 33 |
| Indicadores de consumos y residuos | 46 |



PRESENTACIÓN

El Informe de Progreso es el documento mediante el cual las organizaciones adheridas al Pacto Mundial informan de las acciones realizadas para la implementación de los 10 Principios Rectores.

Los 10 Principios del Pacto Mundial se fundamentan en diversas declaraciones de Naciones Unidas en materia de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y anticorrupción y gozan de consenso universal. BLUESUN CONSUMER BRANDS S.L. (BlueSun) se compromete a implementarlos a nivel interno y, en consecuencia, a la **preservación del medioambiente, al respeto de los derechos humanos y de las normas laborales, y a la transparencia** en sus actividades.

El presente informe cumple con la obligación de presentar los avances realizados por BlueSun en la implementación de los 10 Principios del Pacto Mundial, así como con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), pero también quiere mostrar el compromiso de BlueSun para con estos principios y valores, que forman parte de la filosofía de la empresa y se aplican en todas las actividades y operaciones.



1. ODS en los que BlueSun contribuye

CARTA DEL CEO DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO



BlueSun Consumers Brands. S.L.U.
Polígono Industrial
"El Rengle" c/Vilassar. 5 - 08302 Mataró
Tel. (34) 93 758 36 00 - Fax (34) 93 758 37 25
NIF ES B87472908

Carta de renovación del compromiso

Me complace comunicarle que *BlueSun Consumer Brands, S.L.U.* mantiene su apoyo a los diez principios del Pacto Mundial referentes a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la lucha contra la corrupción. Mediante esta comunicación, expresamos nuestra intención de seguir apoyando y desarrollando esos principios dentro de nuestra área de influencia. El Pacto Mundial y sus principios forman parte de la estrategia, la cultura y las acciones cotidianas de nuestra compañía.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Andrés Villegas".

Andrés Villegas

CEO de BlueSun Consumer Brands S.L.U

LA COMPAÑÍA

El origen

BlueSun es la punta de lanza de Phi Industrial Acquisitions, un holding industrial dedicado a las adquisiciones y a la gestión activa de empresas en diversos sectores que inició su actividad en 2006. La sede está en España, y tiene presencia local en Madrid, Barcelona y Milán. El capital proviene de un consorcio de inversores institucionales americanos y europeos.

Phi está presente en los sectores de fabricación, industria y servicios. A lo largo de su trayectoria sus valores han sido siempre la credibilidad, la integridad y la experiencia, y una característica propia es que sus actividades son a largo plazo.



2. Portfolio de Phi Industrial Acquisitions

La actualidad



3 centros con más de 100.000 m² de superficie



Más de 500 empleados



Más de 350.000 toneladas producidas al año



12 marcas presentes en 26 países



200 millones de facturación

CATEGORÍAS

DETERGENCIA



LEJÍAS



SUAVIZANTES



AMBIENTACIÓN



BAÑO Y WC

LIMPIADORES PARA EL HOGAR

quitagrasas, multiusos,
amoníaco, oxígeno activo

Las personas

Gobierno

La Junta General de Socios representa a todos los socios. Es el órgano decisorio del Grupo en todas las materias que son de su competencia. Grupo BlueSun está constituido por diferentes socios, concentrándose la representación en un único administrador, concretamente, la sociedad Phi Operations, S.A.U representada por D. Alexander Maarten Wit.

El Comité de Dirección del Grupo está representado por las direcciones estratégicas de cada área, especialmente por; la Dirección General, la Financiera y Servicios Corporativos, de Marketing, Operaciones, Comercial, así como Director de Compras, I+D e ingeniería.

Aprueba la dirección estratégica del grupo, siguiendo las directrices de los socios, y controla su ejecución, supervisa y controla la gestión presupuestaria y toma decisiones importantes en inversiones, compras, ventas, y aprueba las políticas maestras del Grupo. Las reuniones del Comité de Dirección son habitualmente 2 veces por semana.

El Comité de Dirección trabaja junto con los managers de cada área la ejecución de las políticas y directrices, delegando en ellos parte de las funciones del día a día. La importancia de la coordinación de ambas estructuras es fundamental para el funcionamiento del Grupo, reuniéndose con cada mánager los diferentes miembros del comité semanalmente.

Plantilla

DATOS SOCIALES NACIONALES



458

Empleados/as

Estabilidad y Calidad de Empleo



98,9%

de la plantilla con
contrato fijo

98,7%

jornada completa

Género y Edad Media

71%

Hombres

29%

Mujeres

Edad Media

46
años



4.400

Horas de
formación

Formaciones de políticas nuevas, planes de igualdad, idiomas, prevención de riesgos laborales



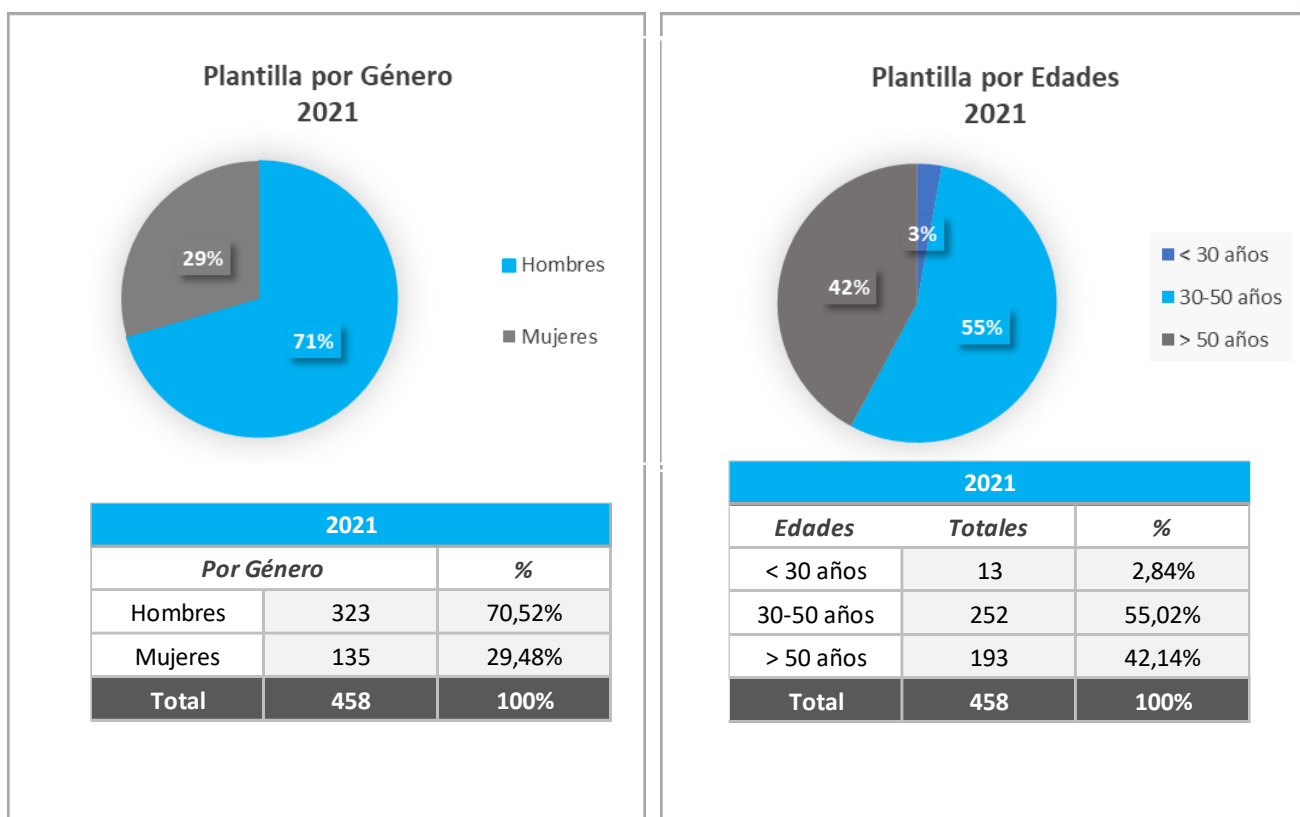
Mujeres

33% de los directivos

48% de responsables y directoras

38% mandos intermedios

Perfil de la plantilla por género



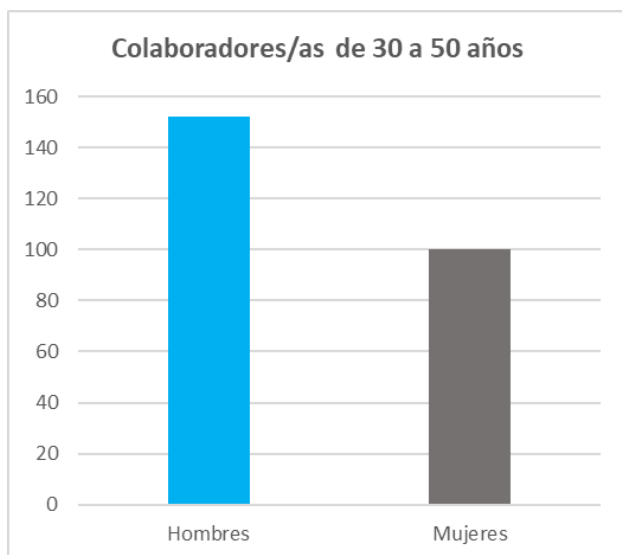
BlueSun se formó a partir de la integración de distintos centros de trabajo con condiciones iniciales diferentes, y una composición de su plantilla también muy característica para cada uno de ellos. Así mismo, en el 2016 se inició el proyecto BlueSun donde se crearon posiciones y departamentos nuevos, iniciándose una nueva etapa en el grupo, con el objetivo de ser uno de los grupos referencia en la lavandería y el cuidado del hogar.

En la actualidad, el departamento de Recursos Humanos trabaja en la homogeneización de políticas retributivas, así como en la composición de la plantilla del Grupo, estando muy orgullosos de los logros obtenidos hasta la fecha. Trabajando a medio y largo plazo en el plan de relevo generacional y en la política de nuevas incorporaciones con el objetivo de reducir el peso relativo que tiene el género masculino en la plantilla, así como potenciar la incorporación de personal más joven en el equipo, buscando un equilibrio entre ambas características.

Respecto a la edad, el grupo mayoritario con un 55,02% se corresponde a empleados/as entre 30-50 años. No obstante, el grupo de trabajadores mayores de 50 años también representa un alto porcentaje, 42,14%, aportando al grupo experiencia, vinculándose directamente con el mantenimiento de la calidad y excelencia de BlueSun.

El número de trabajadores a nivel nacional asciende a 458, situándose únicamente 7 trabajadores a nivel europeo vinculados todos ellos a ventas, siendo 3 mujeres y teniendo contratos indefinidos.

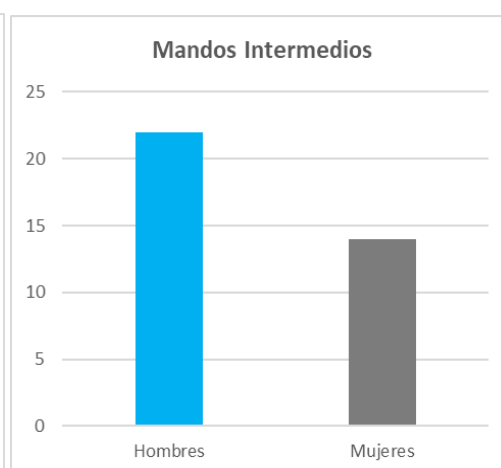
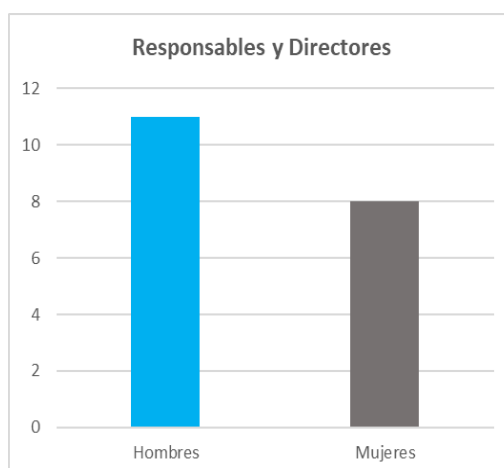
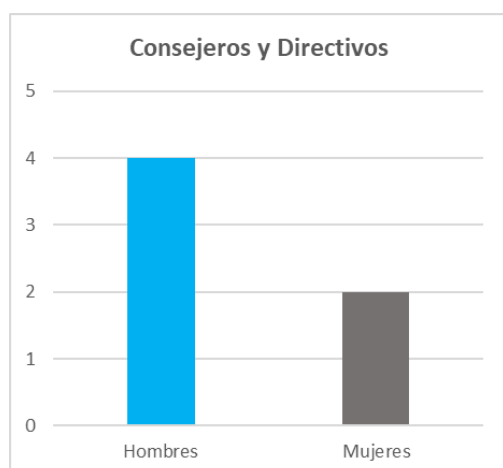
Este plan de acción se puede comprobar en la composición de los empleados/as entre 30 y 50 años, siendo muchos de éstos nuevas incorporaciones de ejercicios anteriores, donde las diferencias de género están más mitigadas.



| 2021 | | | |
|--------------|------------|------------|------------|
| Edades | Hombres | Mujeres | Totales |
| < 30 años | 10 | 3 | 13 |
| 30-50 años | 152 | 100 | 252 |
| > 50 años | 161 | 32 | 193 |
| Total | 323 | 135 | 458 |

Perfil de la plantilla por género y categoría

En la composición del equipo dividido por categorías profesionales se puede comprobar como las mujeres tienen una alta representación en los grupos de personal más cualificado, así como algunas posiciones que se crearon en los inicios de BlueSun. En concreto se observan:



| 2021 | | | |
|------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| <i>Categoría profesional</i> | <i>Totales</i> | <i>Hombres</i> | <i>Mujeres</i> |
| GRUPO 1- CONSEJEROS Y DIRECTIVOS | 6 | 4 | 2 |
| GRUPO 2- RESPONSABLES Y DIRECTORES | 19 | 11 | 8 |
| GRUPO 3-MANDOS INTERMEDIOS | 36 | 22 | 14 |
| GRUPO 4-TÉCNICOS ESPECIALISTAS | 45 | 31 | 14 |
| GRUPO 5-ADMINISTRATIVOS | 98 | 61 | 37 |
| GRUPO 6- PERSONAL CUALIFICADO | 133 | 115 | 18 |
| GRUPO 7- OPERADORES | 121 | 79 | 42 |
| Total | 458 | 323 | 135 |

Perfil de la plantilla por tipo de contrato y género

En 2021, el 98,9% de los contratos son de carácter indefinido, este dato aporta una gran estabilidad a la plantilla del Grupo.

| 2021 | | | | |
|------------------------|---------------|--------------|--------------|-------------|
| <i>Tipo de jornada</i> | <i>Género</i> | | <i>Total</i> | <i>%</i> |
| | <i>Hombre</i> | <i>Mujer</i> | | |
| Contrato indefinido | 320 | 133 | 453 | 98,9% |
| Contrato temporal | 3 | 2 | 5 | 1,1% |
| Total | 323 | 135 | 458 | 100% |

Perfil de la plantilla por tipo de contrato, género y edad

| 2021 | | | | | | |
|---------------------|-----------|------------|------------|-----------|------------|-----------|
| Tipo de contrato | Género | | | | | |
| | Hombres | | | Mujeres | | |
| | < 30 años | 30-50 años | > 50 años | < 30 años | 30-50 años | > 50 años |
| Contrato indefinido | 10 | 149 | 161 | 3 | 98 | 32 |
| Contrato temporal | 0 | 3 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| Total | 10 | 152 | 161 | 3 | 100 | 32 |

Perfil de la plantilla tipo de contrato, género y clasificación profesional

| 2021 | | | | | |
|--|---------------------|------------|-------------------|----------|------------|
| Tipo de contrato / Categoría profesional | Contrato indefinido | | Contrato temporal | | TOTAL |
| | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres | |
| Consejeros y Directivos | 4 | 2 | 0 | 0 | 6 |
| Responsables y Directores | 11 | 8 | 0 | 0 | 19 |
| Mandos Intermedios | 22 | 14 | 0 | 0 | 36 |
| Técnicos Especialistas | 31 | 14 | 0 | 0 | 45 |
| Técnicos y Administrativos | 61 | 37 | 0 | 0 | 98 |
| Personal Cualificado | 115 | 18 | 0 | 0 | 133 |
| Operadores | 76 | 40 | 3 | 2 | 121 |
| Totales | 320 | 133 | 3 | 2 | 458 |

Perfil de la plantilla tipo de jornada, género y edad

| 2021 | | | | | | | |
|----------------------|-----------|------------|-----------|-----------|------------|-----------|-------|
| Tipo jornada laboral | Género | | | | | | TOTAL |
| | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | < 30 años | 30-50 años | > 50 años | < 30 años | 30-50 años | > 50 años | |
| Completa | 9 | 152 | 160 | 2 | 97 | 32 | 452 |
| Parcial | 1 | 0 | 1 | 1 | 3 | 0 | 6 |
| Total | 10 | 152 | 161 | 3 | 100 | 32 | 458 |

Durante el ejercicio 2021 el 98,69% de BlueSun trabaja jornada completa, es decir, 8 horas diarias. Asimismo, hay 3 trabajadores que hacen jornada parcial y 3 que hacen jornada reducida, todos ellos haciendo 4 o más horas diarias.

Organización del tiempo del trabajo

El Convenio General de la Industria Química regula las relaciones laborales entre BlueSun y sus colaboradores, en concreto, marca que la jornada efectiva anual según Convenio es de 1752 horas. La prestación de servicios se realiza bajo diversas modalidades según el colectivo. En este sentido, el personal directivo, administrativo, comercial y técnico dispone de una jornada partida de 8h/día y su horario es flexible, siéndoles de aplicación una política de trabajo flexible en la empresa y de desconexión digital. Asimismo, en algunos departamentos hay personal que realiza trabajos en sábado mañana (mantenimiento) y tienen un pacto de guardias en fines de semana y festivos para solucionar cualquier incidencia que pueda surgir. En la misma línea, debe considerarse que el colectivo de IT tiene un régimen de guardias técnicas.

Permisos de paternidad y maternidad

| <i>Permisos</i> | <i>2021</i> |
|--------------------|-------------|
| Maternidad | 5 |
| Maternidad parcial | - |
| Paternidad | 15 |
| Paternidad parcial | 4 |
| Totales | 24 |

Durante el 2021 han estado de permiso de paternidad y maternidad un total de 24 trabajadores. La tasa de retorno ha sido de un 91,67%. Además, la sociedad se ha concedido un permiso a una trabajadora por riesgo de embarazo.

Absentismo

La salud, la seguridad y el bienestar de las personas que trabajan en el Grupo BlueSun tiene consecuencia directa en el índice de absentismo.

Para minimizar algunas de las principales causas de absentismo, se establece una buena comunicación y coordinación con la mutua de accidentes, cuando el trabajador entra en BlueSun se le entrega los procedimientos de absentismo y se les presenta los servicios de salud laboral.

En el Grupo BlueSun se encuentran mutuas distintas según la sociedad a la pertenezca el trabajador. En todo el grupo BlueSun, ha habido un total de 44.531,52 horas de ausencia, el índice de absentismo para el ejercicio 2021 asciende a un 5,85%. Para este cálculo, se han tenido en cuenta las enfermedades con y sin baja médica, los accidentes

de trabajo con y sin baja médica, las visitas médicas, horas por la pérdida o el ingreso de familiares, permisos retribuidos, traslado domicilio e indisposiciones.

Medidas de conciliación familiar y laboral para fomentar el ejercicio corresponsable y medidas de desconexión

BlueSun tiene implementados toda una serie de beneficios sociales en aras de potenciar la corresponsabilidad (ayuda escolar, economato de productos de empresa, plan de pensiones, seguro médico, ticket guardería.... etc.) que se aplican en cada centro de trabajo en función de las características de cada uno de ellos.

Formación

La organización mejora o cambia mediante la mejora de las competencias de sus colaboradores, por esta razón, la formación es una herramienta básica para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa. Se busca mejorar las competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) a través de un proceso de mejora continua.

En la sociedad se crean Planes de Formación para el personal, estructurados y definidos con mucha rigurosidad, definiendo siempre las necesidades, los objetivos que se buscan, el calendario previsto, presupuesto, ayudas a la formación y evaluación.

Se lleva un control de todas las formaciones que se realizan, con la necesidad de la formación, el título de la formación, fecha prevista, número de participantes, a quién va dirigida y el responsable de la formación.

La mayoría de las formaciones de este año son relacionadas con prevención de riesgos laborales, igualdad, nuevas certificaciones y normativas, formaciones específicas del puesto de trabajo y formación para el nuevo personal.

Las horas de formación durante el ejercicio 2021 ha sido las siguientes:

| 2021 | |
|--------------------|--------------|
| Horas de formación | Totales |
| Hombre | 2.697 |
| Mujer | 1.703 |
| Total | 4.400 |

A lo largo del 2021 se han llevado a cabo 4.400 horas de formación, 2.697 han sido cursadas por hombres y 1.703 por mujeres. Las horas de formación de las mujeres han sido superiores en proporción a la plantilla media de mujeres/hombres.

Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

En BlueSun se busca formar un equipo de personas que sean referencia del mejor talento y promuevan los valores de la empresa. La compañía considera que el talento puede ser encontrado en entornos muy diversos y diferenciados, siempre y cuando existan oportunidades.

El objetivo es concienciar sobre la inclusión laboral de diferentes sectores de la población como las personas con discapacidad o personas que provengan de situaciones de vulnerabilidad. El número medio de las personas con discapacidad superior al 33% en el ejercicio 2021 ha sido el siguiente:

| 2021 | | |
|-------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| <i>Sociedades</i> | <i>Número medio empleados</i> | <i>Ocupación</i> |
| BLUESUN CONSUMER BRANDS, S.L. | 1 | Personal Cualificado |
| BLUESUN CONSUMER BRANDS, S.L. | 1 | Técnicos y Administrativos |
| BLUESUN CONSUMER BRANDS, S.L. | 1 | Operadores |
| LA ANTIGUA LAVANDERA, S.L. | 1 | Técnicos y Administrativos |
| Totales | 4 | |

Actualmente hay 4 personas con una discapacidad superior al 33% trabajando en la compañía.

Adicionalmente, la política de Grupo a nivel nacional establece la priorización de la contratación de servicios a Centros Especiales de Trabajo. En el pasado ejercicio 2020, la facturación de los Centros Especiales de Trabajo ascendió a 135.063,43 euros y durante el presente ejercicio 2021 ha ascendido a 113.402,04 euros.

| <i>Centros Especiales Trabajo</i> | <i>Total facturado 2021</i> | <i>Total facturado 2020</i> |
|---|---------------------------------|---------------------------------|
| CEO-Serv. Anual desbroce vegetales exterior | 16.733,69 | 13.149,17 |
| TRABAJOS SOLIDARIOS- manipulacion lotes navidad | 30.744,00 | 42.801,00 |
| NORDIS SOCIAL COFEE SLU | 13.056,19 | 17.626,92 |
| CENTRO CANT- lavanderia | 31.477,34 | 30.470,04 |
| CEO- ROPA | 17.135,15 | 31.016,30 |
| ESCID-SIFU (màquina | 4.255,67 | |
| | 113.402,04 | 135.063,43 |

Las instalaciones

BlueSun cuenta con dos plantas de producción: una en Mataró (Barcelona) y otra en Alcalá de Guadaira (Sevilla). Ambas plantas son de primer nivel y cuentan con la máxima tecnología.

Planta de Mataró

La planta de Mataró fue adquirida a Procter & Gamble (P&G) en 2016. Se encuentra a 30 Km de Barcelona y es la mayor de las plantas de BlueSun. Con 75.000 m² de instalaciones industriales, la fábrica de Mataró produce Detergente Líquido, Detergente en Polvo y Ambientadores. Su capacidad técnica es de 430.000 Tns./año para Detergentes, y 530 millones de botellas para Ambientadores. Posee 5 líneas de soplado y 20 de envasado, abasteciendo a un amplio número de países a nivel mundial.



3. Planta de Mataró

Planta de Sevilla

La planta de Sevilla fue adquirida a Henkel en 2013. Situada cerca del municipio de Alcalá de Guadaíra, este centro de producción de 47.000 m² de superficie y 14.000 m² de instalaciones industriales, se especializa en la producción de productos con base Lejía, Agua Destilada y Amoníacos. Con una capacidad técnica de 120.000 Tns./año, posee 12 líneas de soplado y 4 de envasado, abasteciendo principalmente al territorio de la zona sur de Iberia y África.



4. Planta de Sevilla

La visión

La adquisición de BlueSun por parte de Phi tenía como objetivo que BlueSun se convirtiera en un referente en el cuidado del hogar. Por ello, BlueSun tiene una visión muy marcada, basada en 3 objetivos:

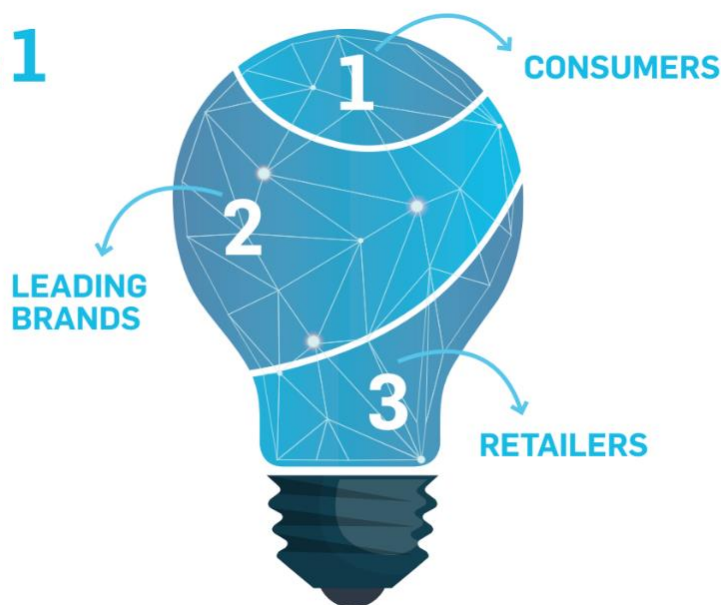
1. Ser una empresa relevante y dinámica en el sector de bienes de rápido consumo.
2. Ser un especialista en marcas privadas.
3. Ser un fabricante y contratista de gran confianza.

Esta visión se refleja directamente en el modelo de negocio 3 en 1 de BlueSun, la cual consiste a servir a 3 grupos de clientes: Consumidores, Minoristas y Primeras Marcas.

Para poder cumplir esta visión, BlueSun basa su estrategia en 4 pilares fundamentales:

1. La mejor fabricación, eficiencia y calidad de su clase.
2. Orientación al consumidor y al cliente.
3. Capacidades y servicio de primera clase en todas las áreas de la empresa: Investigación y Desarrollo, Operaciones, Suministro, Logística, Marketing, Finanzas, Tecnologías de la Información, Recursos Humanos.
4. Precios competitivos.

3 in 1



5. Modelo de negocio de BlueSun

Calidad y certificaciones

Cumplir con la visión de BlueSun implica contar con sistemas de gestión integrados del más alto nivel en las áreas más importantes: Calidad, Seguridad y Medio Ambiente. Por ello, BlueSun cuenta con certificados ISO 9001, ISO 45001 e ISO 14001. Adicionalmente, BlueSun cuenta con un certificado IFS HPC, norma que audita específicamente la calidad y seguridad de los fabricantes de productos de limpieza domésticos, así como productos de cuidado personal.



6. Certificaciones de Calidad de BlueSun

Política de materias primas

Un punto importante para asegurar la Calidad y la Seguridad dentro de las instalaciones de BlueSun es la Política de materias primas. La compañía ha desarrollado durante 2022 una política de materias primas donde se exige a los proveedores unos mínimos de calidad y seguridad para que materia prima entre en las instalaciones de la compañía.

Así, la Política de materias primas determina aspectos clave como la seguridad de las propias materias (que no sean cancerígenas, mutágenas o tóxicas, por ejemplo), que los proveedores cuenten con sistemas de gestión integrados o que cumplan con la legislación vigente en materia de productos químicos. Del mismo modo, y siendo conscientes cada vez más sobre el sufrimiento animal, la política exige a los proveedores confirmar si su materia es de origen animal y prohíbe expresamente el uso de productos testados en animales.

Los valores

En BlueSun es importante cumplir con la visión y objetivos de la compañía, pero no por cualquier medio. Por ello, en BlueSun se trabaja siempre teniendo los valores de la compañía presentes, los cuales son:



Proactividad: Llevamos siempre la iniciativa, buscando nuevas soluciones para adelantarnos al futuro y a las necesidades de nuestros clientes. Queremos aportar un liderazgo real al sector, por eso mejoramos y evolucionamos constantemente.



Pasión: Ponemos pasión en lo que hacemos y nos implicamos con ilusión para ser una organización rentable y sostenible. Todos/as aportamos valor para mejorar cada día, porque nuestro objetivo es ser la mejor opción del mercado.



Sentido de pertenencia: Todas las personas que formamos la compañía la sentimos como una parte de nosotros mismos. Trabajamos como un solo equipo para obtener los mejores resultados y somos muy exigentes con la calidad de nuestra labor.



Adaptabilidad: Siendo una empresa local con visión global y de futuro, estamos cerca de las personas y comprendemos sus necesidades. Somos flexibles, queremos desarrollar al máximo el potencial de nuestros compañeros de trabajo. Y la proximidad con nuestros clientes nos permite adaptarnos a la realidad de cada uno de ellos, por eso podemos aportar siempre soluciones personalizadas y eficaces.



Integridad: Establecemos relaciones de confianza y profesionalidad con nuestro equipo y nuestros clientes. La transparencia y la responsabilidad son la base para alcanzar una satisfacción mutua.

Para poder cumplir con estos valores, BlueSun ha desarrollado un código de ética y de conducta, una política anticorrupción, así como un plan de igualdad progresivo que abarca desde 2022 hasta 2025. Los tres documentos son públicos y pueden encontrarse en la web corporativa de la compañía.

Código de ética y Conducta

El objetivo del Código de Ética y Conducta (el “Código”) es establecer una guía de actuación clara en las distintas situaciones de negocio, que aporte al personal de las empresas que conforman el BlueSun las directrices de comportamiento ético y legal.

BlueSun, en línea con la Visión, Principios y Valores descritos, debe actuar como un solo equipo para prosperar y garantizar que obtendremos la confianza y el respeto de proveedores, clientes y consumidores. Para conseguirlo, más allá del estricto cumplimiento de la legislación vigente, este Código recoge los principios y estándares éticos que debe guiar el desarrollo de la actividad empresarial de BlueSun, así como el comportamiento de su personal, para quien es de obligado cumplimiento. El Código sirve de guía para que todos los empleados conozcan y compartan una forma de ser y hacer ética y legal, reflejando en todo momento y en cada acción los Principios y Valores de BlueSun. El Código es la norma interna de mayor nivel de BlueSun, e inspira las políticas, protocolos, procedimientos y procesos internos, que lo complementan. El Órgano de Administración de BlueSun ha acordado la designación de un Compliance Officer y de un Comité de Cumplimiento Normativo, que tienen encomendada la función de verificar el efectivo

cumplimiento de este Código y de la restante normativa interna que lo complementa. Toda la normativa interna será objeto de revisión y actualización periódica, y puesta a disposición de todo el personal de BlueSun en la intranet corporativa.



7. QR de acceso al Código. <https://www.bluesuncb.com/codigo-etico>

Política anticorrupción

La finalidad de la Política Anticorrupción (la “Política”), es el desarrollo de los principios y valores presentes en el Código Ético de BlueSun, en relación con el compromiso de la compañía en la prevención de la corrupción. La Política establece criterios y procedimientos relacionados en el Código Ético del BlueSun, sobre la prevención de la corrupción y los conflictos de interés, que puedan surgir en las actividades ordinarias y de comercialización, realizadas por los empleados o las Personas Vinculadas a la compañía, ya sean con otros particulares o con funcionarios públicos.

La compañía pone a disposición de sus empleados, proveedores y clientes un canal de denuncias que garantiza la confidencialidad del denunciante. Del mismo modo que con el Código de conducta, BlueSun se cerciora de que todos los empleados, clientes y proveedores, reciban una copia de la Política de anticorrupción para asegurar su cumplimiento.



8. QR de acceso a la Política anticorrupción.
<https://www.bluesuncb.com/politica-anticorrupcion>

Plan de igualdad

BlueSun firmó el 12 de diciembre de 2019 el Compromiso de la Dirección para el establecimiento y desarrollo de políticas que integren la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, constituyendo igualmente 17 de marzo de 2021 una Comisión de Igualdad conformada 6 personas: 3 en representación de la plantilla y 3 en representación de la empresa. Esta Comisión tiene como objetivo principal trabajar en todos los campos necesarios para conseguir una verdadera igualdad de trato y oportunidades dentro de BlueSun. Para lograr esto, la Comisión coordinó un estudio detallado sobre la situación de los trabajadores y trabajadoras de la empresa en materia de salarios, distribución por departamentos, edad etc. Y, a raíz de los resultados de este estudio, se desarrolló el Plan de Igualdad.

Este Plan de igualdad tiene como objetivo lograr la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y, para ello, el plan contempla actuar en 9 ejes, cada uno de ellos con sus propios objetivos y medidas que se detallan en la página siguiente. Todos los empleados, al igual que con el Código ético y que con la Política anticorrupción, reciben una copia del Plan de Igualdad.



9. QR de acceso al Plan de Igualdad. <https://www.bluesuncb.com/plan-de-igualdad>

| EJE DE ACTUACIÓN | OBJETIVOS |
|---|--|
| PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN | Fomentar un equilibrio por sexo en la composición de la plantilla. Revertir la segregación horizontal detectada en la empresa. |
| CLASIFICACIÓN PROFESIONAL | Incorporar la perspectiva de género en todos los procesos de clasificación profesional |
| FORMACIÓN | Mejorar Plan de formación anual con formaciones de igualdad a disposición de todas las personas de la empresa. |
| PROMOCIÓN PROFESIONAL Y REPRESENTACIÓN FEMENINA | Revisar procedimientos de promoción de BlueSun con perspectiva de género. |
| CONDICIONES DE TRABAJO Y RETRIBUCIÓN | Revisión de la política retributiva de la empresa y estudio de la situación de satisfacción de las personas trabajadoras |
| EJERCICIO CORRESPONSABLE DE LOS DERECHOS DE LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y LABORAL | Poner en marcha un Plan de corresponsabilidad que aúne medidas de conciliación de la vida laboral, familiar y personal. |
| PREVENCIÓN DEL ACOSO SEXUAL Y POR RAZÓN DE SEXO | Garantizar un entorno laboral seguro y libre de situaciones de acoso sexual y por razón de sexo. Sensibilizar y formar a la plantilla en materia de acoso sexual y por razón de sexo. |
| SALUD LABORAL | Fomentar un entorno de un entorno libre de riesgos laborales |
| COMUNICACIÓN Y CULTURA ORGANIZACIONAL | Transmitir el compromiso de BlueSun con la igualdad entre hombres y mujeres y difundir el Plan de Igualdad entre la plantilla. |

10. Ejes de actuación del Plan de Igualdad de BlueSun

Concienciación social

Añadido a las políticas anteriormente mencionadas, un aspecto importante que se alinea con los valores de la compañía es el de la concienciación social.

El compromiso de la compañía se manifiesta mediante las comunicaciones periódicas que hacen referencia a todos los programas sociales de nuestro entorno y/o ambiente tales como:

- Jornadas para las donaciones de alimentos.
- Programas de ayudas a discapacitado.
- Donaciones de bienes básicos para la ayuda.
- Promoción del comercio local
- Así como jornadas de concienciación social como por ejemplo, la comunicación y sensibilización de días reivindicativos como el día contra la violencia contra la mujer, día de la Tierra, día sin vehículos, entre otros.

Por otro lado, BlueSun también realiza colaboraciones con centros de estudios locales y/o provinciales para el desarrollo de diferentes tecnologías de innovación o estudios de productos así como ayudando a los centros educativos proporcionando puestos para el desarrollo de los estudiantes facilitando el acceso a la industria mediante las prácticas en empresa en nuestras instalaciones y si se da la posibilidad, en las ocasiones que sean oportunas realizando la incorporación de dichos estudiantes a la plantilla de la empresa facilitándoles así la incorporación al mundo laboral con su primera experiencia.

Donaciones

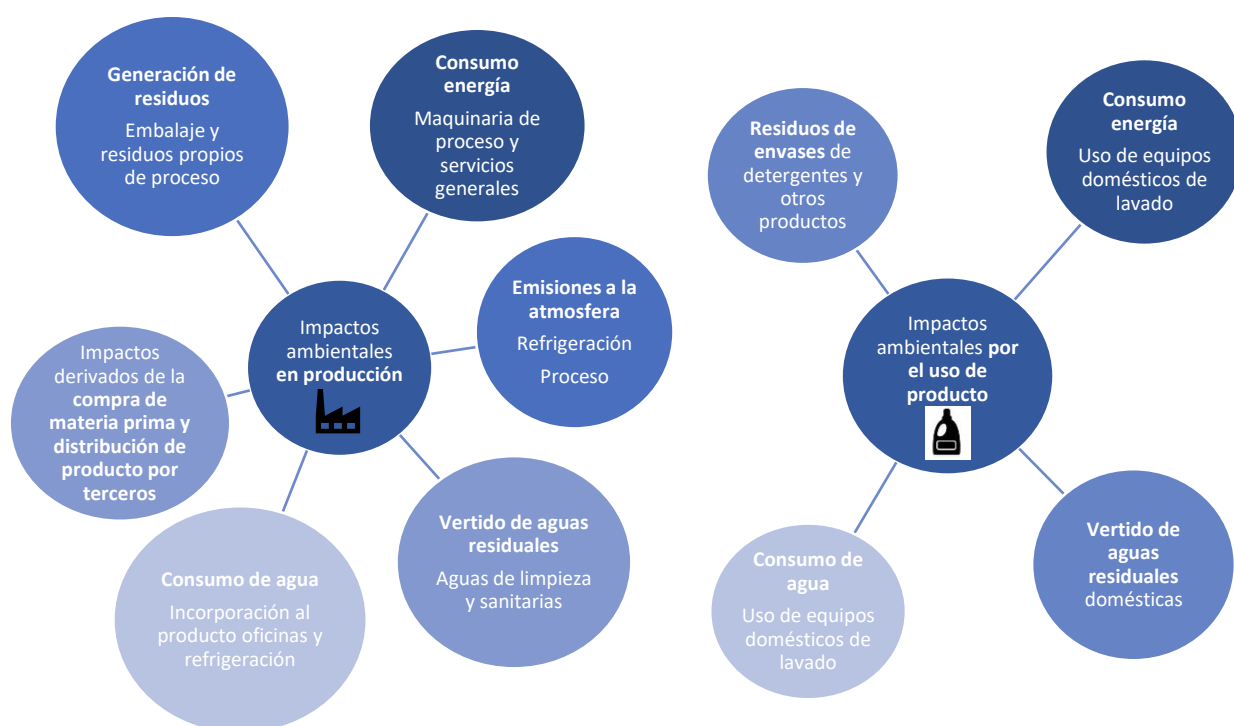
A lo largo de este ejercicio 2021 el Grupo BlueSun ha proporcionado las siguientes donaciones:

- Donación de 2.500 euros a l'Obra Social de l'Ordre Hospitalari de Sant Joan de Déu
- Otra donación de 2.500 euros a la entidad CÀRTITAS INTERPARROQUIAL de Mataró
- Donación de 16.416 a la entidad Think Pink Europe

Asimismo, BlueSun también efectúa donaciones de Productos a la Associació Cívica La Nau.

MEDIO AMBIENTE

Sostenibilidad



11. Principales impactos ambientales de la actividad de BlueSun.

Cada vez más, la industria y los consumidores son conscientes de la importancia de proteger el medio ambiente y de tener un modelo de producción que sea respetuoso con él. La protección del medio ambiente y el desarrollo de un modelo de producción sostenible forman parte de la Visión de BlueSun, por ello, en la compañía se desarrollan una serie de acciones que vayan en línea con esta visión:

Compra de materiales procedentes de derivados de palma certificados RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil)

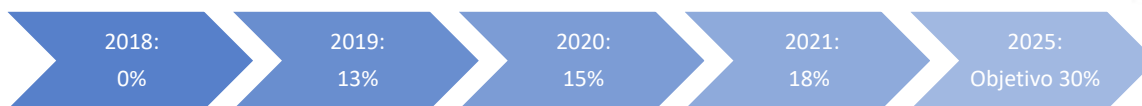
El aceite de palmiste es una materia prima natural y renovable que es empleada como punto de partida para la obtención de materias primas de uso en el mercado detergente, como son tensioactivos, ácidos grasos o solventes.

Pese a las ventajas que supone frente a alternativas clásicas del sector petroquímico, el empleo de aceite de palma procedente de plantaciones del sudeste asiático ha sido objeto de escrutinio público debido a malas prácticas relacionadas con su cultivo (deforestación, condiciones laborales inaceptables, etc.). Por ello, ya hace un tiempo se constituyó entre los proveedores de aceite de palma y derivados la Roundtable for Sustainable Palm Oil production (RSPO): un mecanismo certificable de auditorías que garantizan la puesta en funcionamiento de buenas prácticas en sus aspectos más polémicos.

La certificación RSPO es garantía, pues, de calidad y de sostenibilidad en este mercado de derivados. BlueSun empezó en 2019 a proveerse de materias primas certificadas RSPO en consonancia con las tendencias medioambientales en el sector y se ha adherido, por tanto, a los estándares de exigencia más elevados al respecto en estos mercados.

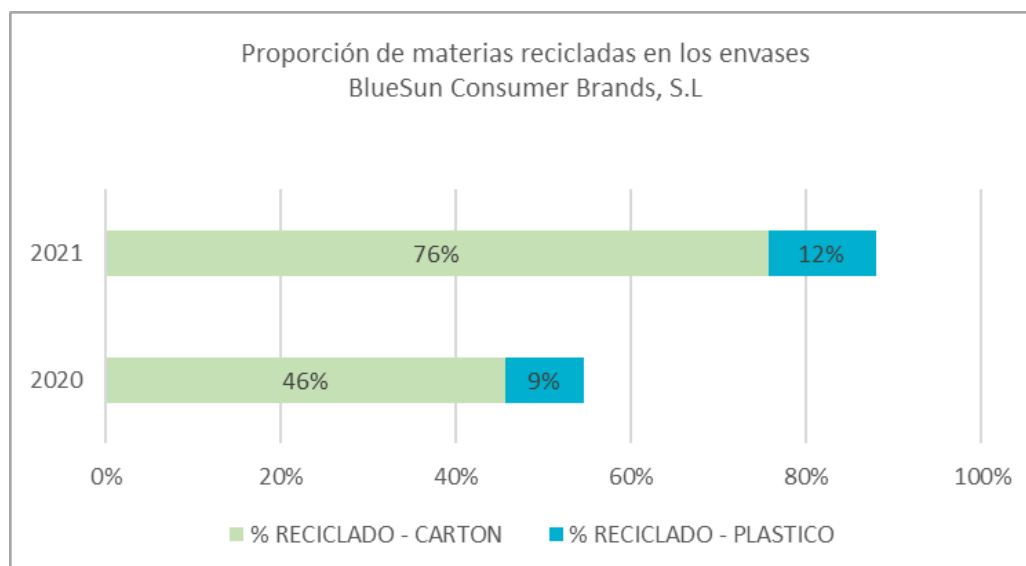
Las principales materias primas que compradas que son RSPO son:

- Tensioactivos aniónicos y no iónicos
- Ácidos grasos
- Glicerina



12. % de materias primas RSPO vs no RSPO

Empleo de materiales reciclados en los envases



13. Evolución del uso de materiales reciclados en 202 y 2021 en BlueSun

BlueSun ha pasado de consumir 2650 Tn de cartón reciclado en 2020 a 4587 Tn en 2021, mientras que el consumo de plástico reciclado ha crecido de 326 Tn en 2020 a 564 Tn en 2021.

Reducción del consumo de plástico

Los envases de tipo “Doypack” reducen el consumo de plástico respecto a envases tradicionales como son botellas o tarrinas. Desde 2019, BlueSun desarrolla y utiliza de manera generalizada estos envases y, actualmente, está trabajando en el desarrollo de “Doypack” monomateriales completamente reciclables.

Iniciativas de reducción de gases de efecto invernadero

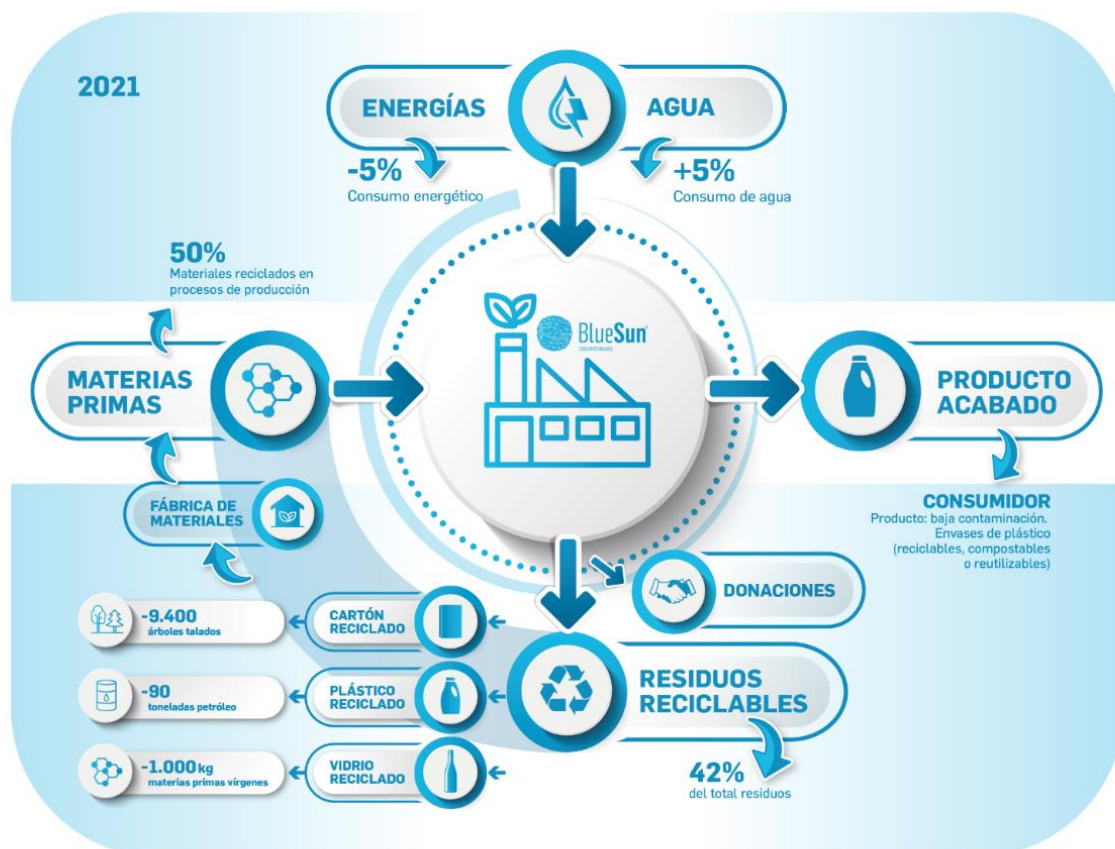
La compañía es consciente de los efectos ambientales asociados a sus actividades y productos y por ende, de su contribución al cambio climático. Por este motivo, se impulsan iniciativas que contribuyan a minimizar la huella de carbono.



Economía circular

La economía circular es un modelo de producción y consumo que garantiza un crecimiento sostenible en el tiempo. Con la economía circular se promueve la optimización de recursos, la reducción en el consumo de materias primas y el aprovechamiento de los residuos, reciclándolos o dándoles una nueva vida para convertirlos en nuevos productos.

El objetivo de la economía circular es, por tanto, aprovechar al máximo los recursos materiales de los que disponemos alargando el ciclo de vida de los productos. La idea surge de imitar a la naturaleza, donde todo tiene valor y todo se aprovecha, donde los residuos se convierten en un nuevo recurso. Así, se logra mantener el equilibrio entre el progreso y la sostenibilidad. En BlueSun, se diseñan y desarrollan los productos con foco en minimizar el impacto ambiental que puedan suponer tanto en el proceso de fabricación como en el uso de los mismos. Se minimiza la generación de residuos, y en caso de generarse, la intención es siempre que se puedan reutilizar, reciclar o valorizar, disminuyendo al máximo el impacto en vertedero.



14. Modelo de economía circular de BlueSun

Afiliaciones y certificaciones

Carta International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products (AISE)

BlueSun es miembro de la Asociación Internacional de Jabones, Detergentes y Productos de Mantenimiento (AISE por sus siglas en inglés) desde 2016. Como miembro, BlueSun está comprometida con las iniciativas del sector en materia de sostenibilidad y, en particular, con el proyecto del Charter (Carta) para la Sostenibilidad. Esta es una iniciativa voluntaria de la industria europea de jabones, detergentes y productos de mantenimiento cuyo objetivo consiste en adoptar medidas de mejora continua en términos de sostenibilidad y, asimismo, animar a los consumidores a aplicar procedimientos de lavado, limpieza y mantenimiento del hogar más sostenibles.

El Charter es un esquema basado en el análisis del ciclo de vida. Fomenta y facilita un enfoque común para la industria en lo referente a prácticas e informes de sostenibilidad. Cubre una amplia variedad de actividades e iniciativas como la seguridad de los productos y sustancias químicas para las personas y el medio ambiente, la ecoeficiencia, la salud y seguridad laboral, el uso de recursos y la información para el consumidor.

BlueSun aplica en sus productos todas las recomendaciones de AISE y del Charter y reporta anualmente a AISE diferentes indicadores clave para demostrar el trabajo que la compañía hace para cumplir con los objetivos de éstos. Del mismo modo, cada 3 años AISE realiza una auditoría para verificar que la compañía se adapta a todo lo exigido por el Charter.

En todos los productos de BlueSun se puede encontrar el logo de AISE que certifica que la compañía es miembro del Charter.



15. Logo de AISE para empresa



15.1 Logo de AISE para productos

Nordic Swan Ecolabel

Nordic Swan Ecolabel es una certificación sostenible muy reconocida en los países nórdicos para productos del hogar, como pueden ser detergentes, limpiadores, cosméticos etc. Esta certificación permite reconocer todos aquellos productos cuyas características de producción, como pueden ser la formulación y el diseño del envase, son beneficiosas para el medio ambiente. BlueSun cuenta con gran variedad de productos certificados por Nordic Swan Ecolabel, desde detergentes líquidos y en polvo, hasta limpiadores. La compañía trabaja mano a mano con la asociación de Nordic Swan Ecolabel para poder mejorar continuamente en su proceso de producción.

Entre los requisitos exigidos por Nordic Swan se encuentran parámetros como:

- Uso de materias primas RSPO.
- Relación entre volumen del envase y volumen de producto mínima.
- Prohibición de uso de sustancias peligrosas como sensibilizantes, carcinógenos o peligrosos para el medio ambiente.
- Condiciones de uso medioambientalmente sostenibles: lavado en frío, dosificaciones pequeñas etc.

Certificando los productos de BlueSun con Nordic Swan Ecolabel, la compañía aporta su grano de arena en la producción y uso sostenible de detergentes y limpiadores.



16. Logo Nordic Swan

EU Ecolabel

EU Ecolabel es el equivalente a Nordic Swan Ecolabel pero a nivel europeo. Al igual que Nordic Swan, esta certificación permite reconocer todos aquellos productos cuyas características de producción, como pueden ser la formulación y el diseño del envase, son beneficiosas para el medio ambiente, pero su reconocimiento se amplía a toda Europa. BlueSun cuenta con gran variedad de productos certificados por EU Ecolabel y la compañía trabaja mano a mano con las autoridades de EU Ecolabel para poder mejorar continuamente en su proceso de producción.



17. Logo EU Ecolabel

Asthma Allergy Nordics y Finland

Asthma Allergy Nordics y Asthma Allergy Finland son dos asociaciones del norte de Europa que certifican productos del hogar que no son sensibilizantes ni contienen perfumes. La primera asociación aglutina a las asociaciones de alergia y asma de Dinamarca, Noruega y Suecia, mientras que la segunda solo tiene competencia en Finlandia.

Los casos de asma y alergia han aumentado considerablemente en los últimos años, por ello, para BlueSun es importante que sus productos sean lo más respetuosos posible con personas sensibilizadas. Certificando sus productos con en las asociaciones de Asthma Allergy, BlueSun asegura a sus consumidores que el producto no contiene fragancias ni conservantes sensibilizantes (como pueden ser las isotiazolonas), así como un riesgo mínimo de reacciones adversas en la piel.



19. Logo Asthma Nordics



18. Logo Asthma Finlandia

Programa para el Reconocimiento de Certificación Forestal (PEFC)

Aunque el mayor volumen de negocio de BlueSun sea la producción de detergentes, BlueSun cuenta también con la producción de ambientadores. Una de las marcas estrella de BlueSun, OPSÖ, está especialmente diseñada para ser sostenible. La innovadora composición de ÖPSO sustituye ingredientes artificiales de las fragancias tradicionales por resina liberada naturalmente por los pinos del Mediterráneo.

Las fragancias y sus envases cuentan con el certificado forestal PEFC/14-38-00265, que garantiza que la materia prima proviene de bosques gestionados de forma sostenible. A través del uso responsable y sostenible de los bosques contribuimos a generar empleo y bienestar social en las comunidades locales que dependen de ellos

El uso de ingredientes naturales para producir estas fragancias supone una ayuda para las comunidades locales y el desarrollo sostenible de los bosques.



20. Logo PEFC

Certificación EcoVadis

EcoVadis es una empresa certificadora externa que evalúa aspectos no financieros como los impactos en el medio ambiente, prácticas laborales y derechos humanos, ética y compras sostenibles etc. Estas evaluaciones se resumen en fichas de evaluación que proporcionan puntuaciones entre cero y cien y medallas (bronce, plata, oro y platino), en función de la evaluación.

En 2021, BlueSun obtuvo la medalla de oro.

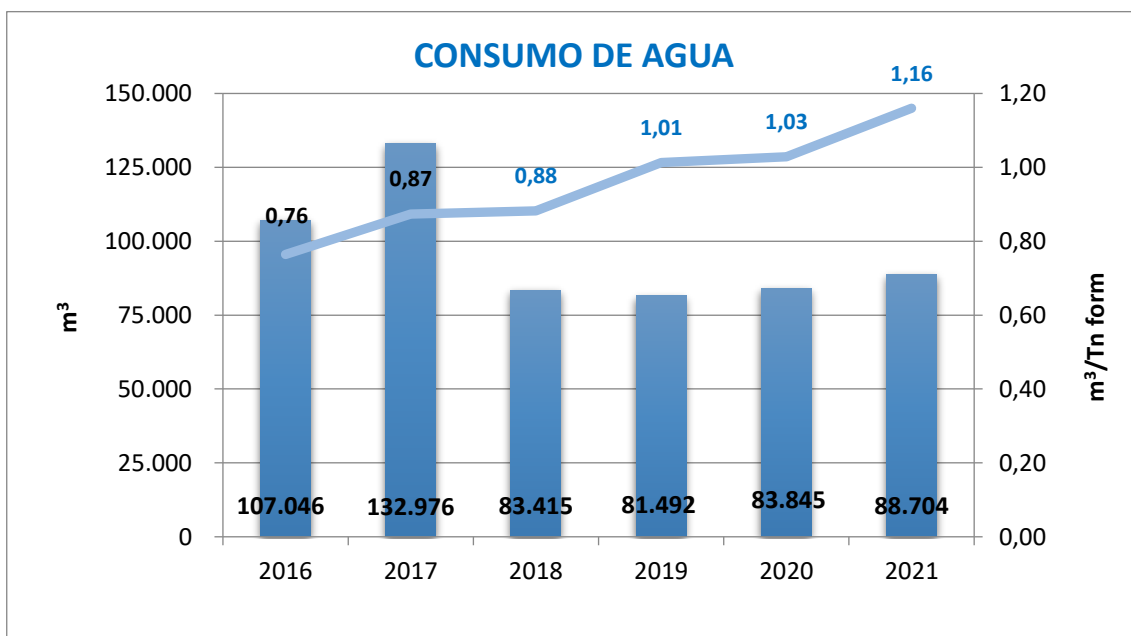


21. Sello de oro de EcoVadis

Indicadores de consumos y residuos

Consumo de agua

El 50% del agua consumida en BlueSun se utiliza en la formulación de producto de jabón líquido y en limpiezas de las instalaciones de producción. Desde 2017, el consumo de agua en planta se ha reducido en un 37% debido al establecimiento de mejoras para la reducción del consumo de agua en las limpiezas de las instalaciones como la reducción en origen o la reutilización de estas aguas. También se ha hecho una mejora en los propios procesos de producción, así como la reducción en la medida de lo posible de la cantidad de agua en las formulaciones de los productos.



22. Detalle de la evolución del consumo de agua en relación con las Tn fabricadas de producto formulado

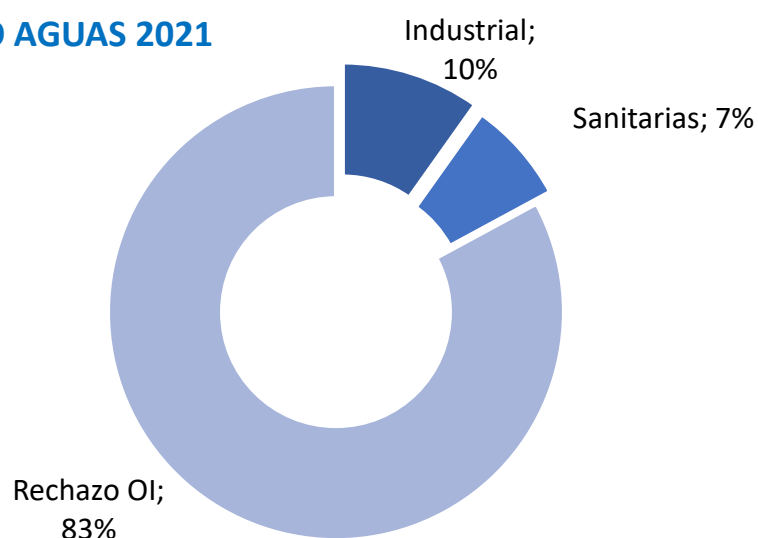
Como se puede observar, la tendencia de 2020 continúa presente en 2021. Si bien es cierto que hubo un incremento del consumo de agua en 2021, este consumo se debe al incremento de producción de formulados en ese mismo año.

Vertidos de aguas residuales

BlueSun cumple con todos los límites exigidos por ley en concepto de vertidos de aguas residuales. Los vertidos en nuestra planta de fabricación se diferencian en 3 tipos

- **Sanitarias**
- **Agua industrial:** Vertido procedente de la limpieza de las instalaciones, el cual se depura mediante procedimientos fisicoquímicos.
- **Rechazo de tratamiento por osmosis inversa:** Vertido procedente del agua tratada que se utiliza en la formulación de detergente líquido para conseguir los estándares de calidad deseados.

VERTIDO AGUAS 2021

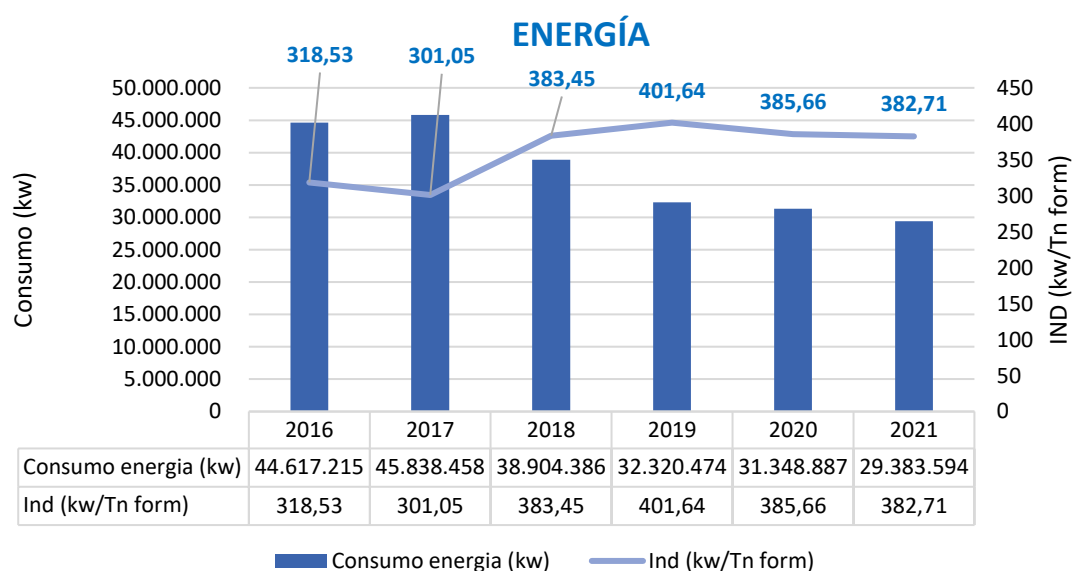


23. Relación entre los tres tipos de aguas residuales de BlueSun en 2021

El rechazo por osmosis inversa representa claramente el porcentaje más elevado de vertidos acuáticos que genera BlueSun. Desde la compañía se trabaja para que este rechazo sea cada vez menor.

Consumo de energía

El consumo de energía considera como un conjunto el consumo eléctrico y el de gas en planta.



24. Detalle de la evolución del consumo de energía en relación con las Tn fabricadas de producto formulado

Tal y como se muestra en el detalle arriba referenciado, el consumo de energía de BlueSun ha experimentado un descenso notable desde 2016, mientras que el consumo de energía por tonelada producida ha ido en aumento, llegando a su pico en 2019. Esto se debe a que el consumo energético de la planta no está enteramente ligado a la producción por lo que es factible que el consumo global de BlueSun baje, mientras que el coste energético de producción aumenta.

Pese a ello, desde 2019 el consumo energético por tonelada producida ha ido bajando gradualmente y, consecuentemente, el consumo energético global. Desde BlueSun se trabaja para que los procesos productivos sean lo más energéticamente eficientes posible.

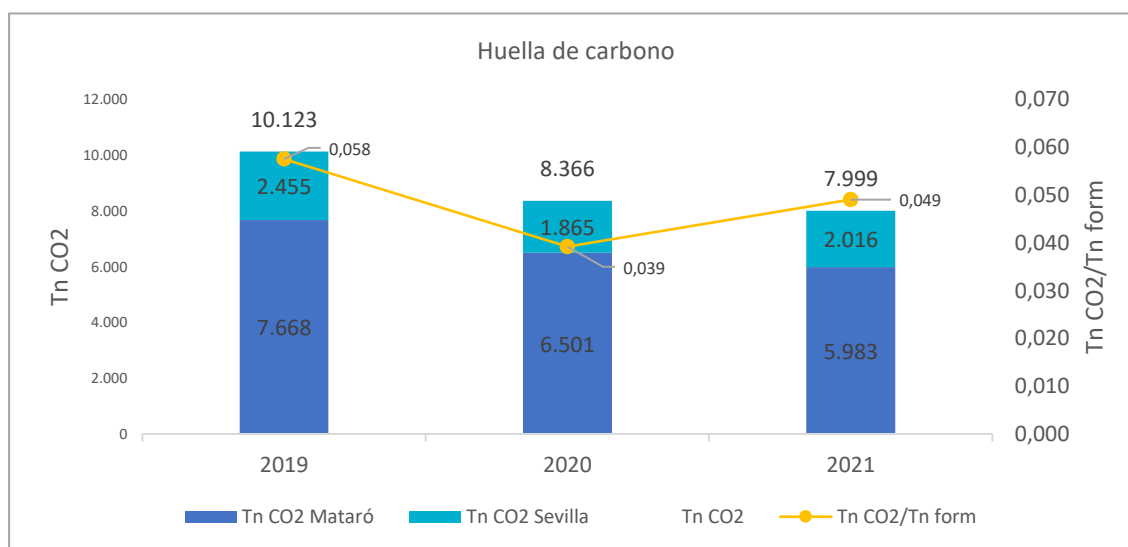
Consumo de materias primas

En la tabla de abajo se indica las materias primas consumidas en BlueSun.

| MATERIAS PRIMERAS (TN) | TIPO | 2019 | 2020 | 2021 |
|-------------------------------|---------------------|--------|--------|--------|
| TENSOACTIVOS | Activos | 4.911 | 4.798 | 5.134 |
| SOSA | | 10.278 | 9.923 | 6.625 |
| AZUFRE | | 466 | 471 | 385 |
| PERFUMES | | 964 | 1.035 | 1.540 |
| SALES INORGÁNICAS PRINCIPALES | | 14.507 | 14.379 | 10.826 |
| CARTÓN/PAPEL | Embalaje y envasado | 5.837 | 5.835 | 6.063 |
| PLÁSTICO | | 2.998 | 3.626 | 4.582 |
| VIDRIO | | 2.423 | 2.863 | 3.088 |
| CELULOSA | | 87 | 53 | 111 |

Generación de gases de efecto invernadero

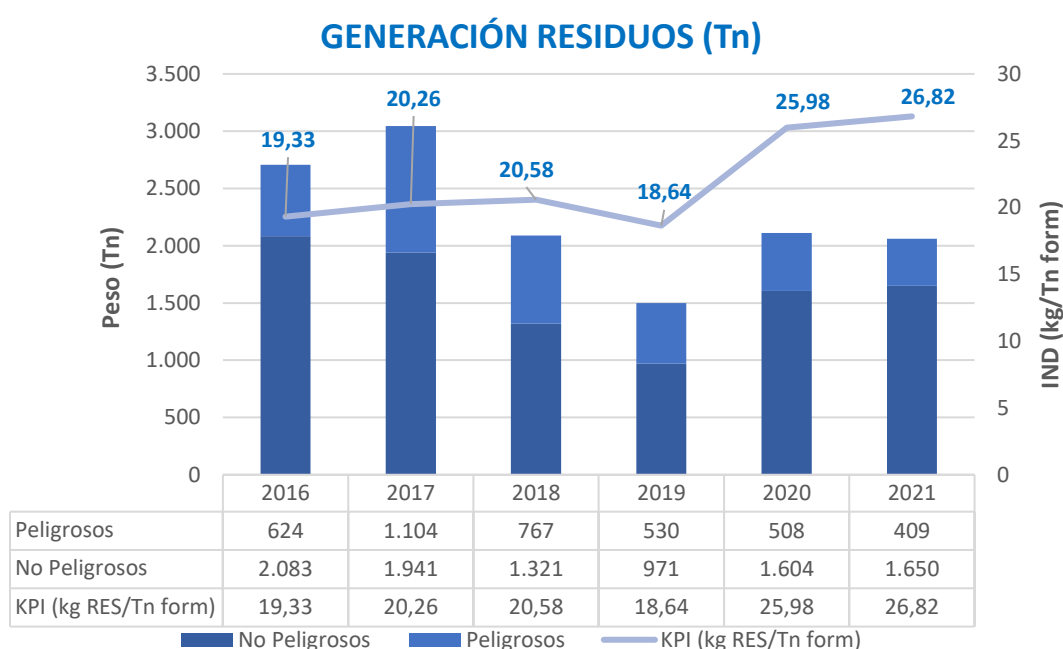
Desde 2019, BlueSun ha reducido la emisión combinada de CO₂ de las plantas de Sevilla y Mataró un 20%.



25. Detalle de la evolución de las emisiones de CO₂ de BlueSun

Generación de residuos y reciclaje

A nivel de generación de residuos, se consideran en el siguiente gráfico de manera global tanto los residuos peligrosos como los no peligrosos.

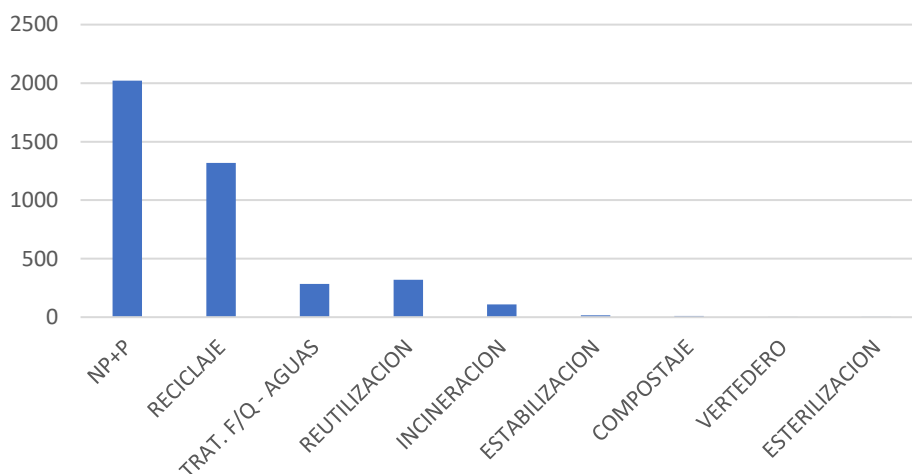


26. Detalle de la evolución de la generación de residuos peligrosos y no peligrosos en relación con las Tn fabricadas de producto formulado

Las cantidades globales de residuos se redujeron un 28% entre 2016 y 2019. A partir de 2019, pese a que la cantidad de residuos peligrosos siguió disminuyendo, la cantidad de residuos no peligrosos fue en aumento, siguiendo esta tendencia en 2021. Del mismo modo, la relación entre residuos generados por tonelada de producto producido ha aumentado en 2020 y en 2021. Debido en parte a la adopción de líneas de producción de jabón líquido en cápsulas.

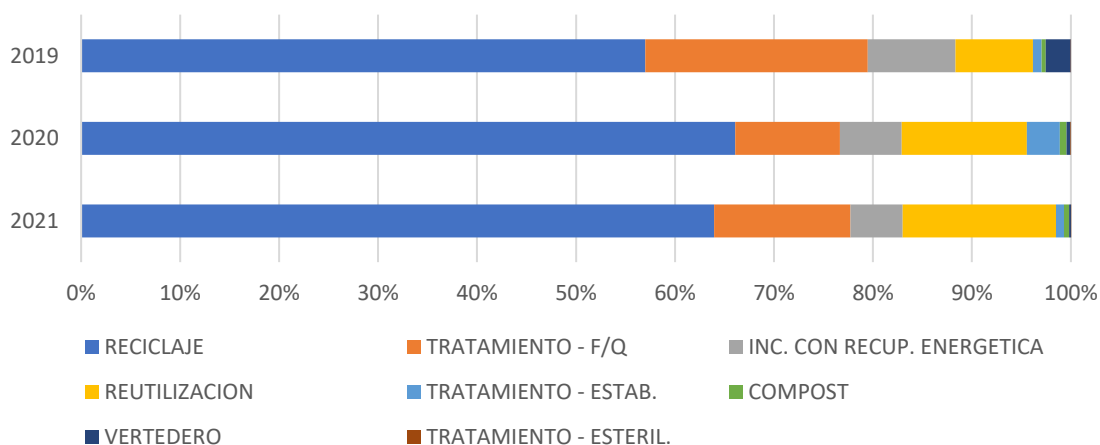
Aunque en 2020 y en 2021 la cantidad de residuos generados aumentase, gran parte de estos residuos son reciclados y tratados de tal manera para que no lleguen al medio ambiente.

RESIDUOS Y TRATAMIENTOS 2021



27. Cantidad en Tn de residuos peligrosos (P) y no peligrosos (NP) y su tratamiento

RESIDUOS Y TRATAMIENTOS 2021



28. Evolución del % de residuos tratados en función del tratamiento

| NP+P | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|----------------------|---------|----------|----------|---------|----------|---------|
| RECICLAJE | 1300,87 | 1412,112 | 1346,814 | 1328,95 | 1375,615 | 1317,3 |
| TRAT. F/Q - AGUAS | 170,01 | 907,566 | 584,747 | 337,3 | 223,516 | 284 |
| INCINERACIÓN | 209,46 | 244,31 | 183,852 | 132,74 | 131,49 | 108,7 |
| REUTILIZACIÓN | 370,4 | 382,66 | 170,2 | 117,35 | 267,1 | 318,94 |
| VERTEDERO | 2,22 | 0 | 0 | 38,11 | 8,03 | 3,54 |
| COMPOSTAJE | 35,64 | 3 | 3 | 6,06 | 14,314 | 11 |
| ESTABILIZACIÓN | 298,74 | 278,564 | 31 | 13,32 | 70,778 | 16,37 |
| ESTERILIZACIÓN | 0 | 0 | 0 | 0,06 | 1 | 0,01 |
| | 2387,34 | 3228,212 | 2319,613 | 1973,89 | 2091,843 | 2059,86 |

Se ha reducido notablemente el porcentaje de residuos no peligrosos cuyo destino final es el vertedero, y actualmente prácticamente todos los residuos no peligrosos generados son valorizados, ya sea en operaciones de reciclaje, reutilización, compostaje, o por incineración con recuperación energética.



BlueSun®



BlueSun®

CONSUMER BRANDS