



Red Pacto Mundial España  
WE SUPPORT

# Basi S.A.

INFORME DE PROGRESO  
2015

Planta de Badalona

# Tabla de Contenidos

01 | Carta de Renovación del Compromiso

02 | Perfil de la Entidad

03 | Metodología

04 | Análisis

- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Comunidad/Sociedad Civil
- Medioambiente

Basi S.A.  
C/ Sant Lluc, 54-64  
Barcelona



Planta Logística de Barberà del Vallès

# CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

## BASI S.A.

BASI S.A.  
Sant Lluç, 54-64  
08918-Badalona  
Barcelona (España)  
Tel. Ventas 93 484 64 00/ 902 12 12 66  
Ofic. Generales 93 484 64 01  
Fax 93 484 64 03  
[basi@armandbasi.com](mailto:basi@armandbasi.com)  
Dirección Postal  
Apartado 513  
Sucursal 1  
08914-Badalona



12 de Diciembre de 2016

Señoras, Señores,

El año 2015 ha supuesto el inicio de una nueva etapa, después de varios años difíciles y de transformación. En este nuevo periodo, mantenemos la firme decisión de seguir renovando el compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, y dar un paso más incluso, con la adhesión en el 2016 a los *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*.

Basi, de capital familiar recientemente reestructurado, durante el 2015 ha asentado las bases de su nuevo modelo de negocio, incrementando en un 7% sus ventas, superando los 66 millones de euros. Así pues, ha reordenado su estructura para encarar su nueva etapa como empresa distribuidora de marcas.

Con sede central en Barcelona, Basi trazó hace tres años un Plan Estratégico tras abandonar la producción Lacoste para el mercado español. La compañía que presido, ha apuntalado un proyecto para transformar su modelo de negocio y pasar de ser una empresa fabricante a una distribuidora.

Basi, con una plantilla de alrededor 450 trabajadores y trabajadoras, se prepara para una nueva etapa compuesta por tres sociedades: Basi, para la comercialización de Lacoste; Armand Basi para el desarrollo de la marca homónima, y Jatro BCN para la distribución de Náutica y, a partir de ahora, también de Cole Haan. El objetivo de la compañía es seguir ampliando la cartera de marcas e ir dotando de estructura cada una de ellas.

La renovación del compromiso con Global Compact y la prevista adhesión a los ODS, nos permite seguir reforzando nuestra gestión socialmente responsable y que se refleja en diversos ámbitos de nuestra estrategia y actividad diaria. Valoramos nuestra contribución al logro de los *Objetivos de Desarrollo Sostenible*, particularmente mediante políticas de empleo decente e inclusivo, promoviendo la igualdad de género, la innovación, la sostenibilidad y una infraestructura resiliente.

Desde BASI, S.A. seguiremos planteándonos nuevos retos para continuar desarrollando nuestros compromisos con el Pacto Mundial, así como el de comunicar con transparencia y veracidad nuestra contribución a la sostenibilidad.

Atentamente

Sra. NURIA BASI MORE  
C.E.O. BASI, S.A.

# PERFIL DE LA ENTIDAD



# INFORMACIÓN GENERAL

Nombre Completo (Razón Social)

Basi S.A.

Tipo de empresa

Empresa grande no cotizada

Dirección

C/ Sant Lluc, 54-64

Localidad

Badalona

Provincia

Barcelona

Comunidad Autónoma

Cataluña

Dirección Web

<http://www.basi-group.com/>

Nombre del máximo cargo ejecutivo

Nuria Basi Moré

Persona de contacto

Juan Carlos Franco Macarrilla

Número de empleados directos

434

Sector

Textil Lencería, artículos de lujo y calzado

Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

Textil, calzado y marroquinería

Ventas / Ingresos

66.000.000 €

Ayudas financieras significativas recibidas del gobierno (miles de euros):

No

Seleccionar los Grupos de Interés más significativos: (Los Grupos de Interés configuran su Informe de Progreso)

Clientes, Empleados, Proveedores, Socios/accionistas, Administración, Comunidad/Sociedad Civil, Medioambiente

Indique qué criterios ha seguido para seleccionar los Grupos de Interés

Para BASI, SA, además de los especificados, todos los stakeholders tienen un interés especial. Por tanto, se les da la misma importancia a cada cual en su contexto.

Alcance del Informe de Progreso (Países sobre los cuales la empresa reporta información en el Informe de Progreso) y sus posibles limitaciones, si existen

Todo el Grupo

¿Cómo ha establecido la materialidad o definidos los asuntos más significativos a incluir en el Informe de Progreso?

Impactos internos Impactos externos Relevancia  
Compromiso con los Grupos de Interés

Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso

Publicación en la web de Global Compact Publicación en la web de BASI, S.A.

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

año calendario

Ciclo de presentación del Informe de Progreso

anual

¿Su entidad tiene actividades en países en vías de desarrollo?

No

¿Su entidad tiene proveedores en países en vías de desarrollo?

No

¿Su entidad tiene un alto impacto medioambiental?

No

## ESTRATEGIA Y GOBIERNO

Indique cómo la entidad incorpora las sugerencias de los Grupos de Interés en su estrategia y en sus procesos de decisión

De forma natural a través del Consejo de Dirección. De existir, se derivarían mediante los canales de comunicación establecidos en el funcionamiento rutinario.

Indique la naturaleza jurídica de la entidad, detallando su organigrama

Sociedad Anónima

Indique si la junta directiva mide el progreso en la implantación de Los 10 Principios mediante indicadores

Tanto los principios del Pacto Mundial como la propia Responsabilidad Social de la empresa, son cometidos propios de los órganos directivos. No obstante, no se han definido KPI's específicos al uso, para un seguimiento cuantitativo o cualitativo.

Indique la estructura de gobierno y quién o quiénes a nivel directivo llevan a cabo los procesos de decisión y buen gobierno para la implantación de la RSE en línea con los Principios del Pacto Mundial e indique si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.

El propio Consejo de Dirección.

Organigrama

[Descargar elemento adjunto](#)

## OBJETIVOS Y TEMÁTICAS DE NACIONES UNIDAS

Indique si la entidad tiene proyectos de colaboración y desarrolla acciones de apoyo en relación a los objetivos y temáticas de Naciones Unidas (UNICEF, UNWOMEN, Objetivos de Desarrollo del Milenio, iniciativas de Global Compact, etc.)

Si, aunque indirectamente cooperando con entidades de proximidad que tienen participación y proyectos relacionados con las mencionadas. Se adjunta documento específico en el informe.

## MÁS INFORMACIÓN

<http://www.basi-group.com/>



**Basi Group** distribuye las marcas de moda Armand Basi, Lacoste, Lacoste LIVE, Nautica y Cole Haan en el mercado ibérico. La solidez de nuestro grupo y nuestra dilatada experiencia, nos han llevado a ser uno de los mayores distribuidores de moda de la península.

Nos define una marcada identidad mediterránea, fruto del fuerte vínculo que mantenemos con Barcelona. Nuestro talentoso equipo llena de creatividad y pasión cada proyecto y es precisamente esto lo que nos ha llevado a contar con la confianza de marcas de renombre internacional en moda de hombre, mujer, accesorios, calzado y marroquinería.

Ponemos todo nuestro empeño en buscar siempre la innovación y la calidad, manteniendo la tradición de nuestros orígenes como empresa familiar, que nos enseñaron a trabajar siempre con rigor, respeto, tolerancia, integridad y diversidad. Porque nuestra responsabilidad no es solo con nuestro trabajo, sino también con nuestro entorno.

# PRESENTACIÓN Y CULTURA DE BASI, S.A.

## Orígenes, trayectoria y líneas de negocio

### Siete décadas de historia

Los primeros pasos de Basi se remontan a 1944, año en el que Mercedes Sabi instaló un taller artesano que fue el verdadero origen de lo que es el grupo hoy en día. Durante la década de los cuarenta, era en ese taller donde se fabricaban las prendas de punto de más alta calidad de Barcelona, que acababan comercializándose en los más célebres y prestigiosos establecimientos del país.

La **pasión** por el sector textil se trasladó de padres a hijos y en 1958, la empresa empezó a echar raíces cuando los hijos de Sabi se hicieron cargo del negocio familiar y crearon la firma Basi. Ese mismo año, los hermanos trasladaron el taller a una nave del barrio barcelonés de Gracia.

La **calidad** ha sido siempre el sello distintivo de la firma, que ya en sus comienzos se distinguía por buscar la excelencia en cada una de las piezas que sacaba al mercado. Esa incansable perseverancia derivó en la necesidad de ampliar el negocio, pues a medida que la sociedad evolucionaba, también cambiaban los clientes de Basi y se acotaban en un público cada vez más joven.

### Traspassando fronteras

La expansión no fue inmediata, pero la tenacidad de los Basi acabó por proyectar la firma hacia delante. En 1962, se logró la licencia de Lacoste para fabricar y distribuir en España las prendas textiles de la prestigiosa marca francesa. Aunque algunas décadas después, concretamente en 2002, Basi consiguió también la distribución de calzado y cinturones Lacoste, ese 1962 fue el punto de inflexión que propulsó la compañía a un nuevo nivel. A partir de entonces, la firma comenzó un crecimiento progresivo que la situaría en los años siguientes entre los mayores distribuidores de moda del país, posición que sigue manteniendo a día de hoy.

### Una marca de referencia

La marca Armand Basi nació en 1987, poco después de la inauguración de la fábrica Basi en Badalona, donde todavía hoy permanece su sede. Poco después, se abriría el centro de logística que la empresa tiene en Barberà del Vallés. La creación ese año de la marca Armand Basi, hizo de aquel 1987 una fecha trascendental en la historia de la compañía, que culminó ese mismo verano con el desfile en Barcelona de su primera colección. Ya en aquella pasarela fue patente que la firma Basi estaría siempre intrínsecamente vinculada al cosmopolitismo distintivo de la ciudad que la vio nacer. Varios años después, en 2009, se lanzaría la marca By Basi, la línea joven de Armand Basi, que potenciaría el vanguardismo y espíritu fresco de la marca mediterránea.

Su dilatada experiencia y la intensa dedicación de todos los profesionales que a lo largo de las muchas décadas de historia han formado parte de Basi han sido reconocidos a nivel internacional en múltiples ocasiones. En 1998, Armand Basi recibió la medalla Antoni Gaudí como agradecimiento por su dedicación a la industria de la moda catalana, mientras que el año siguiente, fue galardonado con la condecoración de la Legión de Honor de la República Francesa.

### Setenta años son solo el principio

Desde aquel lejano 1944, Basi no ha dejado de crecer hasta convertirse en uno de los mayores distribuidores de moda del Estado. A su vez, ha mantenido los valores inherentes a sus orígenes de empresa familiar. Las numerosas décadas de experiencia en el sector han convertido a Basi en una referencia en la distribución de las marcas más prestigiosas y

su dilatada presencia en franquicias, tiendas propias y multimarca, plataformas eCommerce y en corners de grandes almacenes es por sí misma una prueba irrefutable de la trascendencia que la firma ha alcanzado con el paso de los años. Basi continuará esforzándose cada día para asentar su posición líder en el mercado y para consagrarse como edén de la moda

## Misión

Somos una empresa dedicada a la distribución de productos textiles, calzado y complementos, a través de nuestras tiendas en todo el territorio nacional, franquicias, tiendas multimarca y grandes almacenes.

## Valores

Como empresa familiar, nuestra manera de ser y hacer se impregna en nuestra cultura. Así, nuestra abuela y fundadora, hace ya 70 años, implantó unos valores que aún perduran, y que se basan en el esfuerzo, honestidad y cuidado a las personas. Con nosotros trabajan personas desde hace muchos años, y aunque hemos crecido, el trato sigue siendo muy personal

También son importantes para nosotros, la responsabilidad y la calidad de nuestros productos, así como la innovación y la creatividad.

**La persona**, valoramos a las personas.

**Equipo**, trabajamos en equipo, colaboramos, sumamos esfuerzos y multiplicamos éxitos.

**Formación**, la empresa se preocupa de la formación continua en todos los ámbitos.

**Comunicación**, promovemos y facilitamos la comunicación entre todos los niveles de la organización, disponiendo de herramientas eficaces, convocando reuniones, eventos, convenciones y siempre con el compromiso constante de la dirección.

**Integridad y ética**, construimos confianza, cultivamos cada relación con integridad, y respetamos nuestra normativa interna.

**Servicio**, cumplimos con nuestros compromisos y nos hacemos responsables de nuestro rendimiento en todas nuestras decisiones y acciones, basándonos en una gran voluntad de servicio para y por nuestros clientes.

# METODOLOGÍA

El presente Informe de Progreso está basado en la metodología de reporting por grupos de interés. El concepto de grupo de interés es clave a la hora de entender la RSE. La complejidad y el dinamismo del contexto empresarial actual ha hecho necesario adquirir un compromiso sólido con los distintos grupos de interés, afectados directa o indirectamente por la misión empresarial.

Identificar los grupos de interés, y cuáles son sus expectativas, son aspectos que facilitan la implantación integral de la RSE en el seno de cualquier organización. Esto permitirá a las entidades anticipar posibles riesgos u oportunidades y establecer políticas, acciones, herramientas e indicadores de seguimiento como los que se recogen en el presente informe.

El siguiente Informe de Progreso ha desarrollado los siguientes pasos:

1. Seleccionar los grupos de interés más relevantes de su entidad.
2. Identificar los desafíos más significativos para los grupos de interés seleccionados
3. Neutralizar estos riesgos o materializar las oportunidades con el establecimiento de:

**Políticas:** documentos formales plasmados por escrito que definen los valores y comunicaciones de la entidad detectados en la identificación de desafíos.

**Acciones/Proyectos:** las acciones ayudan a la entidad a dar forma a las políticas desarrolladas y minimizar los

riesgos detectados. Las acciones deben estar planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

**Herramientas de seguimiento:** evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas. Proporcionan las herramientas para controlar el cumplimiento de las políticas y ayuda a detectar fallos en el sistema de gestión para su posterior mejora.

**Indicadores de seguimiento:** datos cualitativos para medir el grado de implantación de las ideas (políticas, acciones/proyectos y herramientas de seguimiento).

El Informe de Progreso está planteado en términos de medición del progreso: no se trata de que se cumpla al 100% el primer año, el objetivo es ir progresando. El Informe de Progreso, es por tanto una demostración importante por parte de los firmantes del compromiso adquirido con el Pacto Mundial y sus Principios.



# ANÁLISIS

## DERECHOS HUMANOS



3

Desafíos u Oportunidades contemplados

## NORMAS LABORALES



2

Desafíos u Oportunidades contemplados

## MEDIOAMBIENTE



2

Desafíos u Oportunidades contemplados

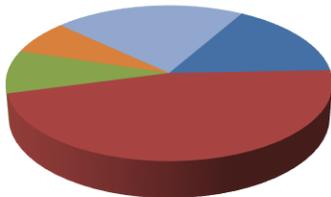
## ANTICORRUPCIÓN



1

Desafíos u Oportunidades contemplados

## Políticas aplicadas por grupos de interés



- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Accionistas
- Administracion
- Comunidad

### CANTIDAD DE POLÍTICAS APLICADAS:

Clientes: 9  
Empleados: 26  
Proveedores: 5  
Accionistas: 0  
Administración: 0  
Comunidad: 4  
Medio ambiente: 12

GRUPO DE INTERÉS  
**CLIENTES**



---

## Relación duradera con los clientes

---

BASI se ha adaptado a los nuevos tiempos, defendiendo la venta "on line" como canal prioritario.

En esta nueva etapa, la venta por internet y de otras marcas es una prioridad para BASI.

BASI, con la voluntad de acercarse a la mayoría de públicos, es una de las pocas marcas que vende a través de todos los canales: tiendas multimarca (minoristas), grandes almacenes, tiendas propias y franquiciadas, outlet e Internet (desde el mes de noviembre de 2015 con plataforma propia).

Las ventas on-line tienen una valoración interna muy positiva, sobre todo en el caso de Lacoste.

Uno de los grandes objetivos de la marca es estar cerca de la gente joven y la venta por Internet ayuda mucho a la consecución de este objetivo.

Aparte de la cantidad de clientes, también es satisfactoria la calidad del público que accede y compra.

La gran ventaja de la venta por Internet es el incremento en la cantidad de producto a ofrecer, salvando las limitaciones de espacio que cualquier tienda física supone.

## Política de Calidad

***BASI, marca global reconocida por su excepcional calidad.***

Durante 2015, la política de calidad de BASI se ha adaptado y aplicado en su nuevo canal de venta: *e-commerce*.

### Servicio de atención al cliente

Para mantener la distinción en cuanto a atención se refiere, BASI ha seguido manteniendo los recursos necesarios para atender adecuadamente a los clientes que lo requieran. Cuenta para ello, con un

departamento de atención al cliente donde se recogen las sugerencias o quejas, y se ofrece siempre una solución de forma inmediata.

Tanto sugerencias, quejas, como incidencias se pueden comunicar por cualquiera de las vías puestas a disposición por BASI. De la gestión de cada incidencia, se responsabiliza el departamento correspondiente.

**Comunicación Interna y Externa** En 2015, BASI ha desarrollado la nueva web para lanzar durante el 2016. Otro de los desarrollos, esta vez para la mejora de la comunicación interna, ha sido la Intranet, como instrumento para la transparencia, pero preservando la confidencialidad.

Estos nuevos canales de comunicación externa e internos cumplirán con el cometido de facilitar el contacto y el acceso de los stakeholders. En el caso de la web, se adaptará principalmente a los requerimientos de los clientes, con el objetivo de poder captar sus necesidades y transmitir adecuadamente la información que les afecta.

Por último, cualquier cliente que solicite establecer una comunicación con BASI, dispone de diferentes canales de comunicación (web, mail, y atención personalizada en los establecimientos).

### Buzón de sugerencias

La empresa pone a disposición de quién pueda solicitarlo o necesitarlo, diferentes canales de comunicación para recibir sugerencias u otro tipo de comunicación.

### Mantenimiento de Canal de Denuncias

Se facilitan diferentes canales y herramientas para recibir las denuncias que se puedan dar, sin poder considerarse un canal específico y exclusivo a tal efecto. Se pone a disposición de los clientes cualquier canal de comunicación que pueda facilitar la presentación de quejas o denuncias: web, mail, teléfono, hoja de reclamación).

### Gestión de incidencias

Con el mismo objetivo que el seguimiento de sugerencias y quejas, las incidencias se pueden comunicar con cualquiera de nuestras vías disponibles. De la gestión de cada incidencia se responsabiliza el departamento correspondiente.

### **Relación de mutua confianza con los clientes**

BASI ha lanzado nuevo canal de venta por internet en el 2015. Esto ha supuesto un reto importante, como es la mejora continua del servicio al cliente, reforzando el compromiso de mantener una estrecha relación con él y garantizando su satisfacción y nivel de confianza.

El *e-commerce* que lanzado por BASI, aporta otro valor añadido a su marca con las ventajas que comporta este tipo de transacción: comodidad (en cualquier lugar y en cualquier momento); flexibilidad en el medio de pago; y reducción del precio final por el ahorro de costes.

Por otro lado, subrayar que este nuevo canal de venta, refuerza a BASI como marca amigable con el medio ambiente, ya que el *e-commerce* contribuye a la sostenibilidad, evitando desplazamientos.

GRUPO DE INTERÉS  
**EMPLEADOS**



Sala de Formación de Empleados en Planta de Badalona

---

## Identificación del empleado con la entidad

---

### Objetivo general

Fomentar la fidelidad y compromiso de las personas trabajadoras de BASI, y mejorar su cooperación y trabajo en equipo.

### Política de RRHH

*BASI va más allá de la normativa laboral, incluyendo medidas de RSE*

BASI, S.A. no cuenta con una política de RRHH escrita, pero lleva a cabo mejoras sobre la normativa en varias cuestiones, quedando reflejado en el Manual de Bienvenida: mejoras salariales, como complemento por accidente de trabajo hasta el 100%; complemento por maternidad hasta el 100% del salario real en casos de base de cotización superior al tope; complemento de seguro de accidentes hasta 32.000€. Jornada flexible para quienes lo requieran.

Beneficios sociales: comedor con medios y herramientas a disposición del personal.  
Servicio médico propio y revisión médica anual.  
Ayuda económica para medicamentos.  
Mantenimiento de 2 rutas de transporte colectivo al centro de trabajo de Barberà del Vallès.

Por otro lado, la política salarial por incentivos de las tiendas, está registrada por escrito.

### Política de Comunicación Interna

Con la Plataforma de la Marca, más el Manual de Bienvenida, se transmiten los valores a todo el personal de BASI, con el objetivo de alinearlos con la cultura de la empresa.

### Kit formativo de bienvenida

Todo personal que empieza su trabajo en la empresa, recibe la documentación legal correspondiente acompañada de diferentes documentos e información entre los que se encuentra la participación en Global Compact.

Durante 2015, y dada la nueva etapa, se ha revisado y adaptado el protocolo de bienvenida, adjuntando el nuevo Manual de Acogida, con información útil para una integración ágil: presentación y cultura de la empresa; órganos de gobierno y gestión; compromiso social; descripción del puesto de trabajo; tiempo de trabajo; formación; comunicación interna; riesgos laborales; normativa interna; Información jurídico-laboral; póliza de seguros. También se informa sobre beneficios sociales y profesionales, por formar parte de la plantilla.

### PRL

Además de existir los protocolos debidamente y legalmente establecidos, existe un Comité de Prevención de Riesgos que trabaja conjuntamente con el departamento de RRHH.

Se prevé la evaluación de riesgos psicosociales para 2016.

### Plan de Carreras

Además de contar con una plantilla totalmente fidelizada que lleva una media de más de 10 años trabajando en la empresa, se facilitan las promociones internas favoreciendo los planes de carrera. Se refuerzan, si cabe, con formación específica e individualizada.

### Comunicación Interna y Externa

Contamos con los canales de comunicación tradicionales y contemporáneos que cualquier grupo de interés pueda necesitar. Asimismo se sigue trabajando para facilitar el acceso de los stakeholders a las herramientas que vayan surgiendo.

### Buzón de sugerencias

La empresa pone a disposición de quién pueda solicitarlo o necesitarlo, diferentes canales de comunicación para recibir sugerencias u otro tipo de comunicación.

Durante 2015 se ha incorporado el Buzón de Sugerencias en la nueva Intranet para empleados.

### Creación de Canal de Denuncias

Durante 2015 se ha incorporado un Canal de Denuncias en la nueva Intranet para empleados.

---

## Formación como medio para mejorar la profesionalidad de los empleados

---

En 2015 se han llevado a cabo más de 20.000 horas de formación a 184 trabajadores y trabajadoras.

Durante 2015, la ratio de horas de formación/persona ha sido superior entre los hombres que entre las mujeres de la plantilla.

La tipología de formación ha sido genérica, específica y en habilidades. La formación específica es la que ha concentrado mayor número de horas y de participantes.

Las especialidades que mayor dedicación han supuesto han sido: Estrategia y Objetivos comerciales, Microsoft Outlook y Formación de Equipos de Trabajo y Retail.

Otras se han dirigido a entrenar en habilidades directivas, en competencias básicas, formar a formadores, como gestionar equipos, e idiomas.

---

## Contratar empleados en función de sus aptitudes profesionales

---

Con el objetivo de determinar las competencias requeridas para las nuevas incorporaciones, conocer el potencial de los trabajadores, y determinar la adecuación de las promociones, se ha implementado la evaluación por competencias.

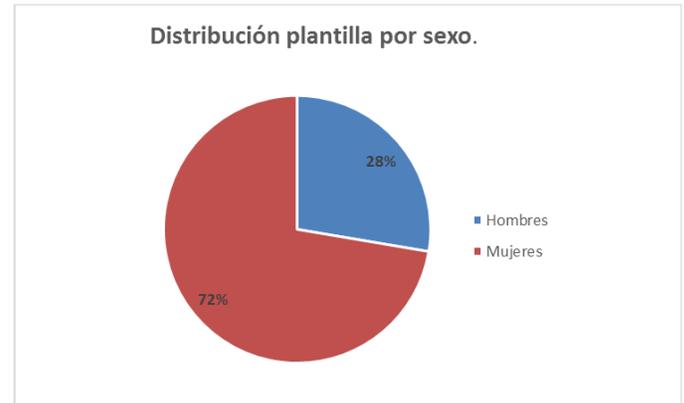
En primer lugar, se ha procedido a la descripción de puestos de trabajo, para seguir con la formación de los evaluadores.

---

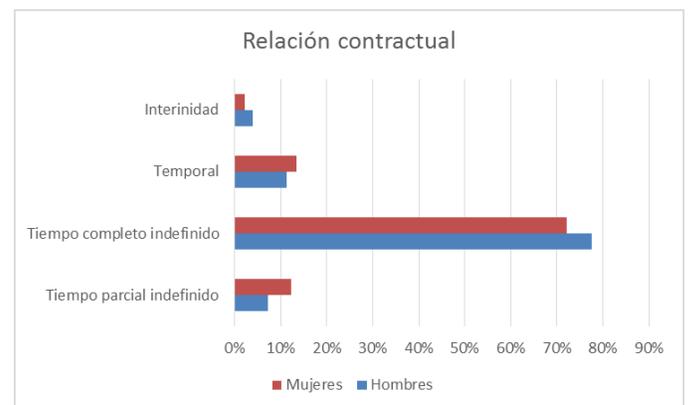
## Igualdad de género

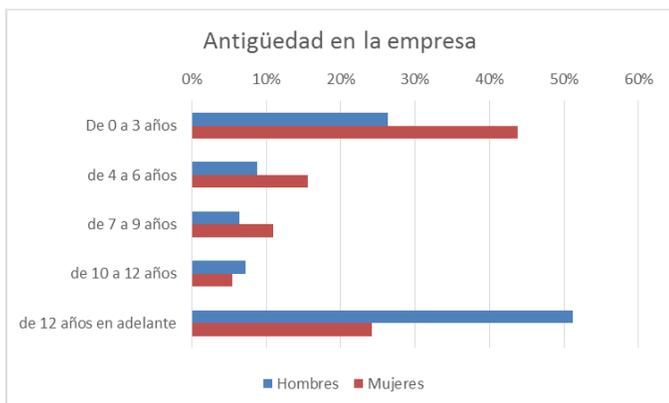
---

Revisión del Plan de Igualdad de BASI, por el cambio en la estructura de la plantilla del 2014 y por el cambio de modelo de negocio realizado durante el 2015.

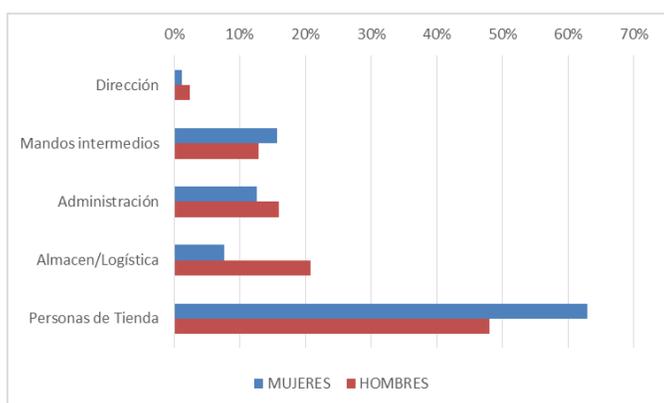


BASI S.A. ha renovado su compromiso, por un lado, en cuanto a establecer y desarrollar políticas que incorporen la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, evitando la discriminación por razón de sexo tanto directa como indirecta y, por otro, fomentar las medidas favorecedoras que conviertan la igualdad de oportunidades en una estrategia o valor comparativo en la empresa.





Por otro lado, se han incluido, en esta nueva revisión, parámetros para la equidad en el cuadro directivo. La paridad se logrará con la incorporación de más hombres, en niveles de dirección, mandos intermedios, y en tienda.



La actualización del Plan de Igualdad ha supuesto la revisión del Protocolo de Acoso y el Manual de Lenguaje no sexista.

La imagen tanto interna como externa que transmite la compañía, ha sido de permanente acuerdo con el principio de igualdad entre mujeres y hombres.

## Estrategias para gestionar la diversidad y fomentar la inclusión social

BASI S.A., firmó un convenio en virtud del cual, se adhirió al programa Incorpora de la Caixa. El objetivo es el fomento del empleo y la integración laboral de personas en riesgo de exclusión social.

La firma de este convenio persigue crear una alianza entre las asociaciones que forman parte del programa Incorpora y BASI S.A., para potenciar la integración laboral de aquellas personas que tienen discapacidad física, psíquica o sensorial, inmigrantes y víctimas de violencia de género. Es decir, favorecer, mediante políticas y acciones concretas, una mejor incorporación al mundo laboral de los colectivos con más dificultad para encontrar trabajo. La fuerte apuesta de la Obra Social de la Caixa, y BASI S.A., por la responsabilidad social son factores decisivos en esta alianza.

Dentro de este marco, BASI SA, a través de acuerdos de colaboración con diferentes asociaciones, fundaciones e instituciones regionales y provinciales, y la utilización de su servicio de bolsa de trabajo para facilitar la realización de prácticas, promover la formación y integración de las personas en riesgo de exclusión social.

Asimismo BASI, SA, siguiendo con su política de inserción laboral, emplea a personas con discapacidad a través de empresas como EUROLOTES y COEMPA.

BASI S.A., trabaja en el desarrollo de la diversidad de su plantilla, compuesta por personas de 16 nacionalidades diferentes, en cuatro áreas: generacional, género, discapacidad y origen étnico.

En cuanto al cumplimiento de la Ley de la LISMI la empresa tiene cubierto el 2% que la ley establece.

## Gestión de los riesgos laborales

### Política de seguridad y salud laboral en la empresa

BASI S.A., interesada por la integridad de cada uno de sus empleados y empleadas, exige el conocimiento, y puesta en práctica de las normas y procedimientos de prevención de riesgos laborales.

Por ello se establecen protocolos de actuación y formación en materia de prevención de riesgos

laborales. Cuenta con un Mapa de riesgo en la empresa.

A cada una de las personas que trabajan en BASI, se le hace entrega en el momento de su incorporación a la compañía, ficha de riesgos generales y riesgos propios del puesto de trabajo.

### **Derechos y obligaciones de la persona en materia de prevención**

- Velar por su propia seguridad y salud en el trabajo y por la de aquellas otras personas a las que pueda afectar su actividad profesional, a causa de sus actos y omisiones en el trabajo, de conformidad con su formación y las instrucciones establecidas.

- Usar adecuadamente, de acuerdo con su naturaleza y los riesgos previsible, las máquinas, aparatos, herramientas, sustancias peligrosas, equipos de transporte y, en general, cualesquiera otros medios con los que desarrollen su actividad.

- Utilizar correctamente los medios y equipos de protección facilitados por la empresa de acuerdo con las instrucciones recibidas por ésta.

- No poner fuera de funcionamiento y utilizar correctamente los dispositivos de seguridad existentes o que se instalen en los medios relacionados con su actividad o en los lugares de trabajo en que ésta tenga lugar.

- Informar de inmediato a su superior jerárquico directo y / o al Técnico de Seguridad del Departamento de Prevención sobre cualquier situación que, a su juicio, entrañe, por motivos razonables, un riesgo para la seguridad y la salud de los trabajadores.

- Contribuir en el cumplimiento de las obligaciones establecidas para proteger la seguridad y la salud de los trabajadores.

- Cooperar con la empresa para que ésta pueda garantizar unas condiciones de trabajo que sean seguras y no entrañen riesgos para la seguridad y salud de los trabajadores.

- El incumplimiento por parte de los trabajadores de las obligaciones en materia de prevención de riesgos a que

se refieren los apartados anteriores tendrá la consideración de incumplimiento laboral.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 18 de la Ley 31/1995, sobre prevención de riesgos laborales, el trabajador reconoce haber sido informado sobre los riesgos de su puesto de trabajo o función, y sobre las medidas de protección y prevención aplicables a dichos riesgos. Asimismo, reconoce haber sido informado sobre las medidas necesarias en materia de evacuación en caso de emergencia.

En caso de cambio a un nuevo puesto de trabajo o función, se provee de la Ficha de Seguridad correspondiente a éste.

### **Vigilancia de la salud:** revisiones médicas

La empresa facilita anualmente a todos sus empleados la posibilidad de hacerse la revisión médica a través de la empresa de vigilancia de la salud SOLPREVIN.

BASI cuenta con un Plan de emergencias.

GRUPO DE INTERÉS

# PROVEEDORES



---

## Cumplimiento de la normativa

---

*BASI, más allá de cumplir las normas, potencia su cultura empresarial hacia otra manera de hacer negocios muy vinculada a la gestión de riesgos, la ética y la responsabilidad social corporativa.*

### Objetivo general

BASI, ha implementado definitivamente el *Compliance* en el 2015, siendo de exigencia obligada también para proveedores.

### Normativa interna de la organización

De acuerdo a la declaración del Consejo de Administración de BASI, su compromiso se concretó en la adopción y ejecución de un programa de prevención de riesgos penales destinado a evitar, detectar, y en su caso, corregir la comisión de delitos en el seno de la empresa, incluyendo medidas eficaces de vigilancia y control.

Supone el establecimiento de un Programa de Cumplimiento Normativo (*Compliance Program*), y el nombramiento de un órgano de Prevención y Control (*Compliance Officer*), encargado de adoptar las medidas necesarias para asegurar la adecuada implementación, control y cumplimiento eficaz de los referidos programas.

BASI, S.A. practica desde hace tiempo esta línea de actuación, y con ello asume los compromisos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, haciendo propios los principios de conducta en materia de derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente, y lucha contra la corrupción.

BASI, S.A., mediante el *Compliance*, se alinea con los dos proveedores con los que tiene trato exclusivo: **Lacoste Operations y Pentland de Calzado**, los cuales también incorporan la implantación del COMPLIANCE en sus compañías para velar por el cumplimiento de la normativa legal, así como de la ética empresarial.

El *Compliance* es como una exigencia común entre clientes y proveedores, en donde se solicita un certificado de antecedentes penales favorables, antes

de contratar; y una cláusula resolutoria del contrato, caso de cometerse un delito.

---

## Contratar a proveedores que cumplan con criterios de RSE

---

*BASI, alineada con la RSE en toda la cadena de suministro.*

### Política de RSE

BASI lleva a cabo una serie de iniciativas que conforman, sin estar escrita, una propia filosofía o política de RSE. A su vez, trabaja con dos proveedores exclusivos, que incorporan también políticas de RSE en su gestión, generándose sinergias y retroalimentación positivas que refuerzan mutuamente las buenas prácticas en la materia.

**Lacoste Operations** (proveedor textil marca Lacoste), cuenta con una RSE basada en el lema de su creador, el juego limpio, y en 3 pilares interconectados: gente, productos y planeta. Según Thierry Guibert, CEO de Lacoste: *Me gustaría que nuestra estrategia de RSE fuera compartida por todos los colaboradores y partners de nuestra marca, porque la RSE nos concierne a todos.*

Exige que sus partners comerciales cumplan sus mismos estándares.

**Pentland Brands plc** (proveedor de calzado marca Lacoste), espera de sus partners que adopten e implementen sus estándares o tengan sus propias políticas que reflejen similares estándares. Al respecto de todo ello manifiestan: *Nos relacionamos con partners que contribuyan a comprender las tendencias de responsabilidad corporativa, compartir experiencias y construir relaciones que hagan posible el progreso. Por ejemplo, somos miembros desde hace tiempo, de la Iniciativa de Comercio Ético, miembro del consejo de la Federación Mundial de Industrias de Artículos Deportivos, firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Anualmente presentamos nuestros compromisos y actividades de responsabilidad corporativa.*

## **Envío de comunicaciones a proveedores sobre la adhesión de su empresa a la iniciativa de Pacto Mundial de Naciones Unidas**

Como cada año, BASI informa debidamente a todos los proveedores con los que inicia una relación comercial, sobre su adhesión al Global Compact, y por lo tanto a sus 10 principios.

### **Código ético comercial**

Los proveedores de BASI, firman un Código de Conducta donde se hacen extensivos los valores propios de la marca, así como también los principios del Pacto Mundial.

### **Establecer una relación estratégica con una ENL a largo plazo que favorezca su generación de empleo o ingresos**

BASI incluye en su relación de proveedores, dos Centros Especiales de Trabajo:

*TEB VERD SCCL*, para servicios de mantenimiento y jardinería con personal discapacitado psíquico supervisado por un responsable.

*MANSOL PROJECTES*, para la destrucción certificada de documentos, llevada a cabo por personas con disminución física y riesgo de exclusión social.

---

## **Crear relaciones estables con los proveedores**

---

***BASI promueve relaciones duraderas, donde prime la confianza y el beneficio mutuo.***

### **Política de Compras**

BASI ha seguido trabajando en la mejora de su política de compras y medidas anticorrupción, sobre todo considerando, la nueva etapa iniciada en el 2015, donde la actividad exclusiva es la distribución de las marcas habituales y nuevas marcas.

La RSE es transversal en BASI, incluyendo compras como el brazo de la empresa hacia proveedor. Igualmente, se trabaja en que la selección de proveedores responda a criterios de compra responsable, tanto éticos como sociales y ambientales.

Se considera priorizar proveedores que promuevan el comercio justo, el cuidado del medio ambiente y el respeto por los derechos humano. Cumplir con RSE es un criterio de inclusión obligado desde el departamento de compras.

### **Comunicación interna y externa**

BASI pone a disposición de sus proveedores, canales de comunicación que faciliten la relación en dos direcciones, y la transparencia. El diálogo con proveedores es clave para mayor eficiencia y menos costes.

### **Buzón de sugerencias**

La empresa pone a disposición de quién pueda solicitarlo o necesitarlo, diferentes canales de comunicación para recibir sugerencias u otro tipo de comunicación.

### **Creación de Canal de Denuncias**

Se facilitan diferentes canales y herramientas para recibir las denuncias que se puedan dar, sin poder considerarse un canal específico y exclusivo a tal efecto. Se pone a disposición de los proveedores cualquier canal de comunicación que pueda facilitar la presentación de quejas o denuncias: web, mail, teléfono, hoja de reclamación).

### **Gestión de incidencias**

Con el mismo objetivo que el seguimiento de sugerencias y quejas, las incidencias se pueden comunicar con cualquiera de nuestras vías disponibles. De la gestión de cada incidencia se responsabiliza el departamento correspondiente.

GRUPO DE INTERÉS

# COMUNIDAD



# Alianzas entre asociaciones y empresas

## Política de Acción Social

### BASI y su compromiso social

Mantenemos el espíritu familiar que engendró el grupo y somos fieles a los estándares éticos que heredamos y que determinan cada una de las actuaciones que llevamos a cabo. Cultivamos los principios del rigor, el respeto, la tolerancia, la integridad y la diversidad, porque nuestra responsabilidad no es solo con nuestro trabajo, sino también con nuestro entorno.

El nombre BASI se asocia a un inquebrantable compromiso social. Los valores y principios que marcaron nuestros inicios siguen siendo la esencia que nos fundamenta.

### Intervención

Desde el propio Consejo de Dirección se establecen lazos estrechos con las entidades con quienes se colabora. De esta manera, se establecen vínculos duraderos en el tiempo y sólidos para el funcionamiento de las organizaciones. Así, BASI, conoce la evolución de los proyectos con los que colabora.

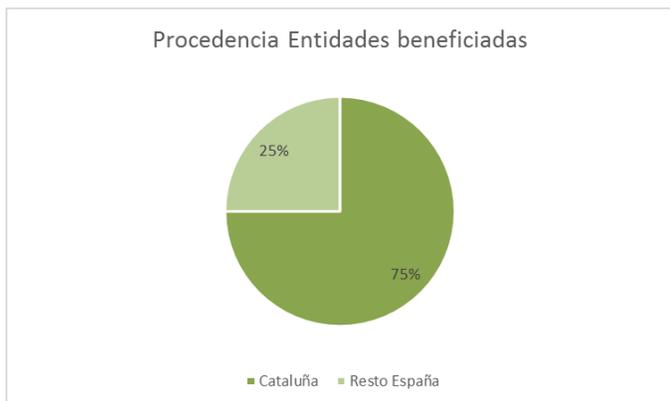
### Cantidad de dinero invertido en la comunidad o comunidades (en especie, productos o servicios) - Indicadores de Seguimiento.

Durante 2015, BASI ha realizado donaciones a 60 entidades no lucrativas, por un valor total de 86.115 €. Las aportaciones han sido tanto en dinero como en especies, en concepto de prendas de vestir, tejidos, telas, hilaturas, cajas y máquinas de coser.



### Entidades no lucrativas que han recibido donativos durante 2015 por parte de BASI:

ACTUA	FUNDACIÓ EL SOMNI... FESTA VILAJOAN 2015
ALDEES INFANTILS S.O.S.	FUNDACIÓ ICÀRIA
AECC	FUNDACIÓ LA GAVINA
ASOCIACIÓN ALBA	FUNDACIÓN ARED
ASOC. ADEPOS (INTEGRA_2)	FUNDACIÓN BLAS MÉNDEZ PONCE
ASOC. CIVICA LA NAU	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ESPERANZA Y LA ALEGRIA
ASOC.DE FAMILIARES DE ALZHEIMER DE VALENCIA	FUNDACIÓN DE OTOLOGÍA DR.GARCIA IBAÑEZ
ASOCIACIÓN CATALANA PER AL PARKINSON	FUNDACIÓ ESMEN
ASOCIACIÓN CONCORDIA ANTISIDA (ACAS)	FUNDACIÓN LORETO SULLÀ
ASOCIACIÓN DE REINSERTADOS "FORMAS"	FUNDACIÓN NIDO
ASOCIACIÓN ESCLEROSIS MULTIPLE DE GUIPUZCOA	FUNDACIÓN SINDROME DE WEST
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CANCER "HOSP D. Y R."	FUNDACIÓ RAMON NOGUERA
ASSOCIACIÓ FOTBOL LES	FUNDACIÓ SIQUE
ASSOC. PUNTAIRES DE SANT CEBRIÀ	GALA SIDA BCN
ASPANIN	GRUPO ESPAÑOL DE PACIENTES CON CÁNCER
B.U.S.F. EL ESFUERZO SOLIDARIO	HOGAR SAN JOSÉ DE LA MONTAÑA
CSM ORG	WWF LA HORA DEL PLANETA
CRUZ ROJA	LAS MONJITAS JERONIMAS DE ALMODÓVAR DEL CAMPO
DONATIVO CRISTMAS Y TRANSPORTE	MATILDE LUCAS
ESCOLA DE TEIXITS (DIPUTACIÓ BCN)	MULLA'T PER L'ESCLEROSI MÚLTIPLE (CAMPANYA)
ESCUELA HOGAR SANTA MARTA	ONG ACTIVE AFRICA
ESPLAI SANT ISIDOR	PACTO MUNDIAL
FEMCAT	PARROQUIA DE SANT JAUME
FESTIVAL D'HUMOR GAT PERICH	PARROQUIA NTRA. SRA. DE LOURDES
FIDEM (FUNDACIÓ INTERNACIONAL DONA EMPRENEDORA)	PRODIS (PRODISCAPACITATS FUNDACIÓ PRIVADA)
FUNDACIÓ AMICS DE CIPO	REMAR O.N.G.D.
FUNDACIÓ ACOLLIDA I ESPERANÇA "CAN BANÚS"	RESIDENCIA AUSIAS MARCH
FUNDACIÓ CATALUNYA EUROPA	RESIDENCIA I CENTRE DE DIA PORTA
FUNDACIÓ CATALANA PER A LA PARALISIS CEREBRAL	RESIDENCIA JARDI PEDRALBES
FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ESPERANZA Y LA ALEGRIA	RESIDENCIA POBLENOU



**Relaciones estratégicas con ENLs a largo plazo que favorecen generación de empleo o ingresos.**

Durante 2015, BASI ha fomentado su acción social con entidades con las que ha construido un vínculo permanente y sólido para actuaciones en bien de la comunidad.

- Convenio entre BASI y GRUPO INCORPORA CATALUÑA, en el marco del Programa Incorpora de la Obra Social de "La Caixa", para favorecer una mayor incorporación de las personas con riesgo de exclusión del mundo laboral y promover la Responsabilidad Social Empresarial.

- Donativos de BASI a Entidades con actividades de interés general, como canal tradicional de colaboración. BASI también ha colaborado en acciones de difusión y sensibilización con entidades que han solicitado actuaciones de voluntariado corporativo.

**Informe o Memoria de Sostenibilidad - Herramienta de seguimiento**

Presentación del Informe de Progreso de Global Compact, correspondiente al ejercicio de 2015.

Mediante este informe, BASI reporta anualmente la inversión realizada en Acción Social con las entidades y proyectos que colabora. Además, mantiene una comunicación permanente y periódica con cada una de las entidades y asociaciones de forma que los lazos establecidos se consolidan con el paso de los años.

GRUPO DE INTERÉS

# MEDIO AMBIENTE



---

## Identificación de los aspectos ambientales del entorno donde opera

---

### Objetivo general

Identificar los aspectos ambientales, en esta nueva etapa donde la actividad es la distribución, con la participación de los especialistas de las áreas involucradas, que tengan suficiente experiencia y conocimientos en las actividades de la organización, de manera que no se omita ningún aspecto ambiental que interactúe con el medio ambiente o posea potencial para ello.

### Política Medioambiental

La gestión ambiental es un aspecto fundamental de nuestra política empresarial, lo que se demuestra a través de nuestra implicación en cuanto al cumplimiento de las obligaciones relativas al medio ambiente. Por ello y siempre que sea posible, desarrollamos nuestras actividades de manera que nos permitan un mejor aprovechamiento de los recursos y considerando la prevención de la contaminación ambiental como algo prioritario.

Así pues en el desarrollo normal de nuestro trabajo colaboramos en:

- Utilizar la cantidad justa de material.
- Utilización de papel reciclado.
- Impresión de los documentos que sean necesarios, imprimir el mínimo posible.
- Apagar luces, máquinas y aparatos si no estarán en uso durante un cierto tiempo.
- Vigilar que cada residuo que generamos en nuestro sitio o área de trabajo, tiene su destino:

Bolsa amarilla – plástico	Bolsa negra - orgánico
Bolso azul – papel	Carro Verde - cartón

### Acción Social

BASI ha llevado a cabo su colaboración anual con WWF para la difusión de la acción de sensibilización "La Hora del Planeta", en la que se informa a los grupos de interés de la empresa de esta actuación.

### Acción para reducir el consumo de papel

Existen en todos los departamentos y en las comunicaciones on-line los recordatorios específicos sobre el consumo de papel.

### Mecanismo de evaluación del cumplimiento de los objetivos medioambientales

BASI se somete voluntariamente a auditorías y evaluaciones que permiten conocer el estado de las actuaciones en el campo medioambiental. Certificado de uso de energía 100%

### Número de auditorías llevadas a cabo - Indicador de Seguimiento

Auditoría externa anual de elementos energéticos y ambientales. Reporte ECOEMBES.(\*)

---

## Uso de nuevas tecnologías respetuosas con el medioambiente

---

### Objetivo general

Incorporar nuevas tecnologías que nos permiten ahorrar energía de manera considerable, eficiente y respetuosa con el medio ambiente.

### Política de Reducción de Consumo

*BASI por la mejora de la gestión de energía.*

### Uso de nuevas tecnologías para el ahorro de recursos.

Control de costes de energía externalizado a un servicio de consultoría en soluciones de gestión energética:

- Sistema de gestión de datos de energía basado en la nube.

- Plan estratégico de compras de energía (electricidad y gas natural) para el ahorro de costes.

Estrategia y gestión implementada en 58 establecimientos comerciales vinculados con BASI.

### Auditoría

Auditoría de facturas de energía para identificar posibles oportunidades de reembolso, con emisión de recomendaciones y tramitación con los suministradores su recuperación.



Declaración de Envases

Ecoembes 2015

ECOEMBES

Declaración Definitiva 2015 y Declaración Provisional 2016

Código	Razón Social	NIF
42299	BASI S.A.	A08193249

Fecha Firma de Declaración: 10/02/2016

Materia	Cantidad	Tarifa 2015	Contribución 2015	Tarifa 2016	Contribución 2016
CARTÓN BR.M.M.	0,000 Kg	0,0000	0,00	0,0000	0,00
CERÁMICA	0,000 Kg	0,0000	0,00	0,0000	0,00
MADERA DORCHO	0,000 Kg	0,0000	0,00	0,0000	0,00
METALES ACERO	0,000 Kg	0,0000	0,00	0,0000	0,00
METALES ALUMINIO	0,000 Kg	0,1000	0,00	0,1000	0,00
OTROS	0,000 Kg	0,4720	0,00	0,4720	0,00
PAPLICARTÓN	181.380,868 Kg	0,0650	12.394,44	0,0650	12.394,44
PLÁSTICOS BIODEGRADABLES	0,000 Kg	0,4720	0,00	0,4720	0,00
PLÁSTICOS HDPE (Cuerpo Rígido y Bata Resiliente)	0,000 Kg	0,3770	0,00	0,3770	0,00
PLÁSTICOS HDPE Flexible	0,113 Kg	0,4720	0,00	0,4720	0,00
PLÁSTICOS LDPE	0,000 Kg	0,4720	0,00	0,4720	0,00
PLÁSTICOS OTROS	10.100,470 Kg	0,4720	4.811,32	0,4720	4.811,32
PLÁSTICOS PET	0,000 Kg	0,3770	0,00	0,3770	0,00
PLÁSTICOS PVC	0,000 Kg	0,4720	0,00	0,4720	0,00
VIDRIO	0,000 Kg	0,0000	0,00	0,0000	0,00
VIDRIO	0,000 Kg	0,0180	0,00	0,0180	0,00
<b>Total Producto Contenido 017.404,83 Kg</b>					

Total Contribución Declaración Definitiva 2015:	17.435,82 Euros
Total Contribución Declaración Provisional 2016:	17.435,82 Euros

Esta información se incluyó en los informes que Ecoembes presenta a las CCAs.

Declaro bajo mi responsabilidad, en nombre de la empresa, sociedad, persona física o jurídica que represento, que los datos reflejados en la presente declaración son completos, exactos y veraces, y se ajustan fielmente a lo establecido en el contrato de Adhesión entre Ecoembespaís España, S.A. y BASI S.A.

En calidad de firmante autorizado de la declaración:

**JURIA BASI MORE** **BASI, S.A.**

Firma y Sello

SEPT LLOC. 54 - 64  
08918 BADALONA

Contact: 06600621487274286699236 29010310

No envíe este hoja suelta firmada, por lo hace el actor por el envío telemático



De conformidad con la Ley Orgánica 15/1999, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos de carácter personal que usted nos proporciona, se incorporan a un fichero del que es titular y responsable ECOEMBES, con la finalidad exclusiva de facilitarnos el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato de adhesión. Los derechos de acceso, modificación, cancelación y oposición pueden ejercitarse dirigiéndose por escrito a ECOEMBES.

Importe de información para la empresa. No se envía a Ecoembespaís España, S.A. V.3



Red Pacto Mundial España  
WE SUPPORT

