



**INNOVARSE**  
NAVARRA

**BASMAT®**

**Memoria de Sostenibilidad  
InnovaRSE 2013**

Septiembre 2013

Basmat, s.l.

Esta Memoria de Sostenibilidad 2013 de la empresa **Basmat s.l.** ha sido elaborada -siguiendo la metodología InnovaRSE por **Raúl Jáuregui Martínez de Morentín**, de **CG Navarra S.L.**, que avala los datos que en ella se recogen, según la información aportada por la empresa.

Se ha elaborado gracias a la convocatoria de Ayudas para el Fomento de la Responsabilidad Social Empresarial del Departamento de Economía, Hacienda, Industria y Empleo del Gobierno de Navarra.

La Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra certifica que esta Memoria se ha realizado utilizando la **Metodología InnovaRSE** y verifica que se han seguido los principios y criterios definidos por Global Reporting Initiative (**GRI G3 C**).



	C	C+	B	B+	A	A+
Autodeclarado	<input checked="" type="checkbox"/>	Verificación externa de la memoria		Verificación externa de la memoria		Verificación externa de la memoria
Comprobación externa (terceras personas)	<input checked="" type="checkbox"/>					
Comprobación GRI						

Para cualquier información, duda o sugerencia relacionada con el contenido esta Memoria puede ponerse en contacto con nosotros en:

**Ricardo Muro Baglietto**  
**Basmat S.L.**  
**Calle P, 107**  
**31192 Mutilva, Navarra**  
**www.Basmat.com**  
**basmat@basmat.com**  
**948230492**



## ÍNDICE

UN RETO DE FUTURO _____	4
EL ALCANCE ESTA MEMORIA _____	6
¿QUIÉNES SOMOS? _____	8
NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN _____	12
COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS _____	13
LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD _____	14
DIMENSIÓN ECONÓMICA: UNA SÍNTESIS _____	15
DIMENSIÓN ECONÓMICA: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	16
DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES _____	17
DIMENSIÓN AMBIENTAL: UNA SÍNTESIS _____	18
DIMENSIÓN AMBIENTAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	19
DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES _____	20
DIMENSIÓN SOCIAL: UNA SÍNTESIS _____	21
DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA _____	22
DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES _____	23
PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL _____	24
LO QUE HACEMOS BIEN _____	25
EL PLAN DE ACTUACIÓN _____	27
AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO _____	29
LA APUESTA POR UNA MEJOR COMUNICACIÓN _____	30



## UN RETO DE FUTURO

Es un gran privilegio -y, al mismo tiempo, una gran responsabilidad- presentar esta primera **Memoria de Sostenibilidad** de nuestra empresa, resultado de un proceso de reflexión y compromiso que **BASMAT S.L.** inició en **2011** con el fin de **implantar progresivamente criterios de responsabilidad social** en su estrategia, su planificación y su gestión.

De este modo deseamos incorporarnos a un movimiento de carácter global en el que participan activamente miles de organizaciones públicas y privadas y millones de personas, persiguiendo **avanzar juntos en el camino de la sostenibilidad**. Entendemos que la responsabilidad social empresarial debe contemplar criterios de sostenibilidad en su triple dimensión económica, ambiental y social y para lograrlo hemos iniciado un proceso a largo plazo que deberá conducirnos progresivamente hacia la meta deseada.

No estamos realizando solos este camino, sino que lo hacemos -junto con un buen número de empresas navarras- gracias al apoyo del **Departamento de Economía, Hacienda, Industria y Empleo del Gobierno de Navarra** y de la **Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRANA)**.

El camino va a ser largo y complejo. La RSE exige nuevas formas de hacer y la adopción de claros principios éticos y un comportamiento responsable, así como una mayor vinculación de la empresa con la comunidad en la que desarrolla sus actividades. **La transparencia es un componente esencial de esta nueva visión de nuestra empresa** y es por ello que ponemos aquí -a disposición de nuestros trabajadores, clientes, proveedores y el conjunto de la sociedad del que formamos parte- información relevante sobre nuestra actividad y sobre nuestros planes de futuro.

En el marco de este proceso hemos podido identificar algunas de las **buenas prácticas** ya existentes en la empresa, en particular:

La empresa **BASMAT MATTING SYSTEM, S.L.** ha iniciado un importante proceso de reflexión destinado a implantar progresivamente los criterios de responsabilidad social en su estrategia, su planificación y su gestión. Así desea incorporarse a un movimiento de carácter global en el que participan activamente miles de organizaciones públicas y privadas y millones de personas, persiguiendo avanzar juntos en el camino de la sostenibilidad.

Entendemos que la responsabilidad social empresarial debe contemplar criterios de sostenibilidad en su triple dimensión económica, ambiental y social y para lograrlo hemos iniciado un proceso a largo plazo que deberá conducirnos progresivamente hacia la meta deseada.

En el marco de este proceso hemos podido identificar algunas de las buenas prácticas ya existentes en la empresa:

Además, hemos detectado también **algunas áreas y ámbitos de trabajo en los que estamos decididos a mejorar** en **2013**, en concreto:

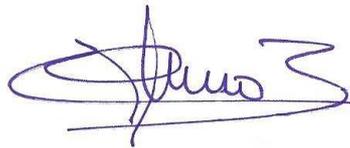
- Basmat realizará sus acciones comerciales garantizando que las informaciones sean transparentes, específicas, precisas y de confianza; promoviendo el uso responsable y seguro de los productos, evitando técnicas de venta no éticas y respetando la intimidad del colectivo consumidor.

- Basmat destinará recursos y capacidad directiva a innovar su actividad. Además Basmat ha desarrollado dos documentos que recogen los compromisos de Basmat en las otras dos dimensiones de la RSE. Política ambiental y Compromiso Social (Código de buenas prácticas)

Asumimos nuestro **decidido compromiso con este proceso**, del que estamos dispuestos a informar periódicamente a trabajadores, clientes, proveedores y otros grupos y colectivos interesados en las actividades de esta empresa y en su repercusión económica, ambiental y social. Además, serán bienvenidas todas las sugerencias, propuestas e ideas que en este sentido puedan ayudarnos a alcanzar la meta deseada.

Esta Memoria de Sostenibilidad es **una herramienta de comunicación de la RSE de nuestra empresa**. La difundiremos a todos nuestros grupos de interés como resultado de nuestro trabajo y compromiso por la sostenibilidad en nuestro negocio.

En Mutilva, el 2 de Octubre de 2013



Ricardo Muro Baglietto  
Gerente de Basmat, s.l.



## EL ALCANCE ESTA MEMORIA

Esta Memoria de Sostenibilidad supone un tercer paso de **Basmat** en el marco de la Metodología InnovaRSE, un proceso de reflexión y mejora continua que ayuda a incorporar aspectos de RSE tanto en la estrategia a medio y largo plazo como en la operativa diaria a corto plazo.

En coherencia con esta metodología, antes de esta Memoria hemos realizado un **Diagnóstico** de la situación de la empresa en materia de Responsabilidad Social Empresarial y hemos elaborado un **Plan de Actuación**, que ahora estamos implementando. La información que aquí ofrecemos está recogida con mayor detalle y exhaustividad en ambos documentos, que han sido **elaborados por consultores acreditados en la metodología InnovaRSE** por el CRANA y el Departamento de Economía, Hacienda, Industria y Empleo del Gobierno de Navarra.

La información recogida en esta Memoria corresponde a los ejercicios **2010** y **2011** y será actualizada en **2015**, puesto que este documento tiene un carácter **bienal**.

El enfoque que se adopta en esta Memoria es **coherente con los principios definidos por la Global Reporting Initiative (GRI)** sobre transparencia en las Memorias de Sostenibilidad, tanto en lo relativo a la determinación de los temas sobre los que informar -materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad- como a la calidad y presentación adecuada de la información -equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, claridad y fiabilidad-:

- **Materialidad:** la información contenida en la memoria cubre aquellos aspectos e Indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquéllos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.
- **Participación de los grupos de interés:** Identificación de los grupos de interés y descripción de cómo se da respuesta a sus expectativas e intereses razonables.
- **Contexto de sostenibilidad:** presentación de datos del desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad.
- **Exhaustividad:** la memoria refleja suficientemente los impactos sociales, económicos y ambientales significativos y permite que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización durante el periodo que cubre la memoria.
- **Equilibrio:** la memoria refleja los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.
- **Comparabilidad:** la información divulgada se presenta de forma que los grupos de interés puedan analizar los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras organizaciones.
- **Precisión:** la información de la memoria es precisa y lo suficientemente detallada para que los grupos de interés puedan valorar el desempeño de la organización.
- **Periodicidad:** la información se presenta a tiempo y siguiendo un calendario periódico que se explicita.

- **Claridad:** la información se expone de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria.
- **Fiabilidad:** la información y los procedimientos seguidos en la preparación de la memoria se han recopilado, registrado, compilado, analizado y se presentan de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.

En la tabla se detalla el lugar de esta Memoria donde se recogen los contenidos exigidos en el enfoque GRI:

Contenidos GRI	Contenidos Memoria de Sostenibilidad InnovaRSE	Números de página
<b>1 Estrategia y análisis</b> (1.1 - 1.2)	Un reto de futuro	<b>4</b>
	Dimensión económica, ambiental y social: la situación de partida	<b>15, 18, 21</b>
<b>2 Perfil de la organización</b> (2.1 - 2.10)	¿Quiénes somos?	<b>8</b>
<b>3 Parámetros de la memoria</b> (3.1 -3.8 y 3.10 - 3.12)	El alcance de esta memoria	<b>6</b>
<b>4 Gobierno, compromisos y participación</b> (4.1-4.4 y 4.14 -4.15)	¿Quiénes somos?	<b>8</b>
	Nuestra misión y visión	<b>12</b>
	Comprometidos con las personas	<b>13</b>
<b>5 Enfoque de la gestión e indicadores por dimensiones</b>	Dimensión económica, ambiental y social: una síntesis, la situación de partida e indicadores	<b>14-24</b>
	Lo que hacemos bien	<b>25</b>
	El plan de actuación	<b>27</b>
	Avanzando en nuestro compromiso	<b>29</b>



## ¿QUIÉNES SOMOS?

**Basmat** se ha posicionado como líder en el mercado español de **felpudos de aluminio**, desde su lanzamiento como producto en 2006. Ante las perspectivas de crecimiento e internacionalización, **Basmat** se constituye como empresa independiente en junio de 2009.

**Basmat** tiene su origen en el desarrollo de un nuevo concepto de **felpudos de aluminio**. Tradicionalmente, los **felpudos metálicos** están formados por perfiles ensamblados entre sí por medio de sirgas metálicas u otros elementos. **Basmat** utiliza el sistema 'clic' de ensamblaje, de forma que los perfiles se insertan uno en el otro, sin necesidad de piezas de unión, dando lugar a numerosas ventajas de las que carecen el resto de **felpudos metálicos** presentes en el mercado.

**Basmat** dispone de su propio departamento de I+D+I donde desarrolla y mejora continuamente sus productos. **Basmat** fabrica todos sus productos en sus centros de producción situados en el área de Pamplona (Navarra) y Dallas, Texas (Estados Unidos), circunstancia que permite un suministro rápido y eficaz y una continua adaptación a las demandas del mercado.

**Basmat** exporta sus **felpudos de aluminio** a los 5 continentes.

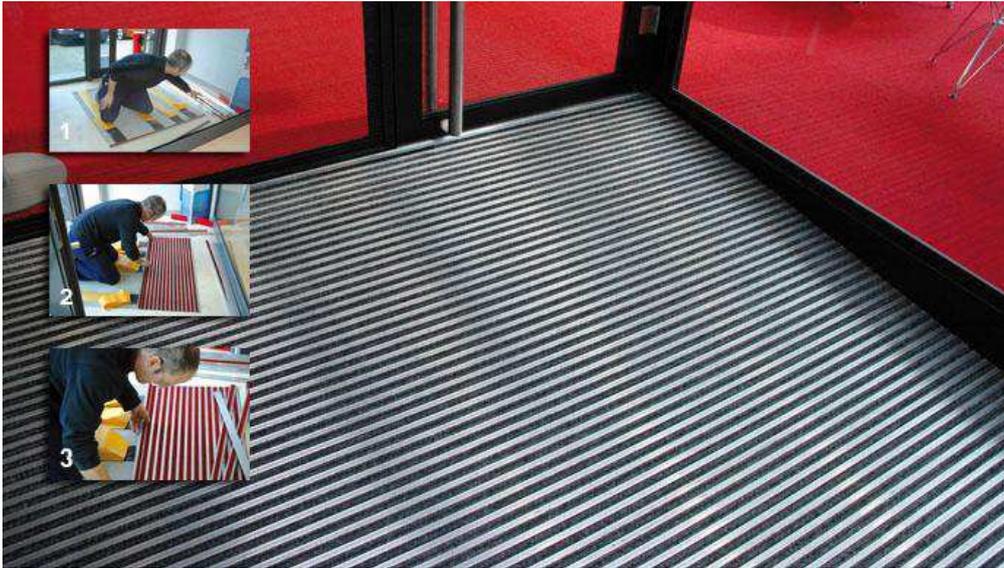
### Ferias



### Fabrica



Basmat, la barrera antisuciedad. Felpudos de aluminio con un excelente servicio y rápida entrega.



Gracias a su sistema de montaje mediante 'clic', desarrollado y patentado con tecnología propia, los plazos entre la proyección y el montaje se reducen de manera notable respecto a otros **felpudos de aluminio**. Los pedidos de felpudos a medida se despachan en un **plazo máximo de 7 días** laborables.

**Basmat** es un **felpudo de aluminio** formado por perfiles en los que se insertan piezas de fibra textil, plástico o cepillos, con disponibilidad en varios colores para facilitar su integración en cualquier ambiente.

La acción combinada de los distintos materiales del felpudo, actúa como una barrera contra la suciedad. Con ello se consiguen disminuir los gastos de limpieza del interior de los edificios, alargar la vida de los pavimentos y evitar accidentes debidos al deslizamiento. También evita el uso de productos de limpieza agresivos y contaminantes que también contribuyen al deterioro de los suelos.

**Basmat** puede ser colocado tanto encastrado como en superficie. Para completar la instalación del **Basmat** se encuentran disponibles diversos perfiles de terminación: en forma de rampa, para encastrar, enmarcar, etc.

Su sistema de montaje, sin sirgas ni elementos de unión, permite cortar los perfiles de aluminio en el propio lugar de instalación, en caso de que sea necesario, y realizar las adaptaciones pertinentes.

Gracias a su sistema de ensamblaje, **Basmat** puede ser colocado encastrado en suelos de 8 a 27 mm de espesor.

**Basmat** permite su colocación en múltiples entornos; viviendas, hoteles, edificios públicos, oficinas, edificios industriales, etc. Soporta el tránsito de gran número de personas y las condiciones más duras, incluso a la intemperie.

La estructura de **los felpudos Basmat**, 100% aluminio, se caracteriza por su gran resistencia, al carecer de sirgas o conectores.

Gracias a su sistema de montaje mediante 'clic', **Basmat** puede ser instalado en lugares en los que resulta imposible colocar **felpudos de aluminio** de otros fabricantes; formas irregulares, en rampa, en puertas automáticas, entre cristales o mamparas, debajo de rodapiés, en suelos laminados, escaleras, etc.

**Basmat** está especialmente concebido para cubrir grandes superficies, sin dividir el felpudo en partes más pequeñas, al contrario de lo que sucede con felpudos metálicos de características similares.

A diferencia de artículos similares de otras marcas, no es necesario levantar el felpudo para efectuar el proceso de limpieza, tan sólo es necesario el uso de un aspirador.

En caso de deterioro, las tiras de fibra textil, plástico o cepillos, pueden ser reemplazadas de manera sencilla retirándolas de los perfiles y sustituyéndolas por otras nuevas.

Basmat amplía el concepto de **felpudo**. Ya no se trata de un elemento aislado a la entrada de un local, sino de un pavimento tan extenso como se desee.



### El secreto de basmat



**Basmat** es un **felpudo de aluminio** formado por perfiles que se acoplan mediante un sistema 'clic' patentado.



Fáciles de ensamblar, los **felpudos de aluminio Basmat** se entregan al cliente cortados a medida y desmontados, con todos los elementos necesarios para una rápida instalación.

Mínimos plazos, tanto del envío por parte de **Basmat**, como de los presupuestos o valoración, puesto que pueden realizarse a través de la web en el momento de disponer las medidas.

Infinitas posibilidades de instalación. El sistema 'clic' convierte lo que antes era un elemento aislado en la entrada de un edificio en un felpudo-pavimento tan extenso como se desee.

Arquitectos, decoradores y prescriptores en general pueden disponer de este atractivo elemento decorativo y eficaz barrera antisuciedad para aportar exclusividad a sus proyectos.

Gracias a este concepto novedoso y simple, **Basmat** permite que cualquier empresa pueda convertirse en líder en la instalación y comercialización de felpudos de aluminio.

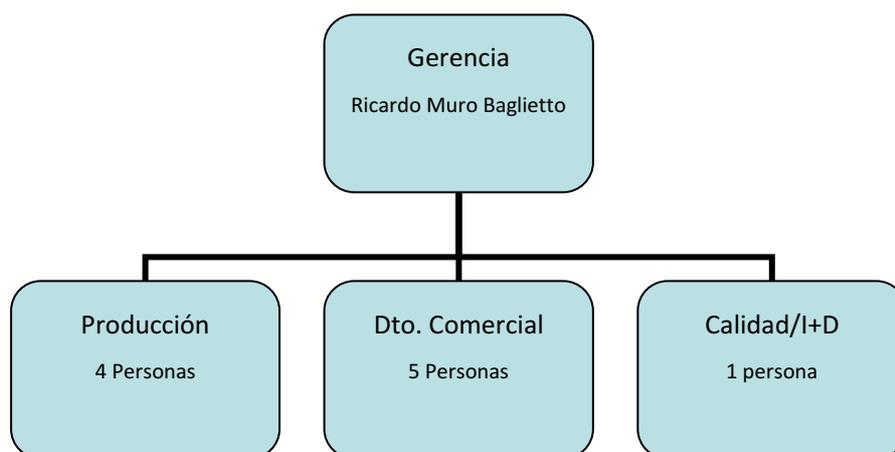
En determinados mercados, existe la posibilidad de licenciar el producto. Contacte con nuestro departamento de expansión ([expansion@basmat.com](mailto:expansion@basmat.com)) y le ampliaremos información sobre el concepto **Basmat**.

### Otros datos

Todos nuestros datos de empresa incluidos los económicos, reflejan el alto grado de transparencia con la que Basmat Matting System, opera en el mercado. También operamos con total transparencia en los mecanismos para otorgar opinión a los accionistas. A continuación presentamos nuestras ventas netas y la capitalización total recogidas en el siguiente cuadro:

Datos económicos 2012					
Ventas netas	Resultado Ejercicio	Patrimonio neto	Capital social	Valor Activo Total	Número de empleados
940.000€	98.000€	114.000€	110.000€	3.040€	11

Nuestra organización es completamente plana, sin niveles intermedios. Contamos con 11 trabajadores organizados en la forma que se representa en el siguiente organigrama:





## NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN

La Misión (razón de ser) de BASMAT es:

- A nivel externo, conseguir la captación, confianza y fidelización de clientes en todo el mundo:
  - Recogiendo información y atendiendo las necesidades de la sociedad en lo que respecta al diseño, desarrollo y fabricación de felpudos metálicos.
  - Garantizando la calidad productos, cuidando del medioambiente y cumpliendo todas las legislaciones y recomendaciones.
  - Agregando valor a los productos, mediante la innovación.
- A nivel interno, reportar a los socios una rentabilidad creciente y sostenible y a los empleados la posibilidad de desarrollar sus competencias profesionales:
  - Reinvirtiendo en activos e I+D+i.
  - Apostando por la Prevención de Riesgos y Salud Laboral, así como con el Compromiso con el medioambiente.

La Visión de BASMAT explicita cómo queremos ser percibidos en el futuro:

Por todos los grupos de interés:

Como una empresa líder del sector del felpudo metálico en continuo crecimiento y con presencia en todo el mundo.

Por los clientes:

Como una empresa que se distinga por proporcionar una **calidad de servicio excelente** a sus clientes.

Por los socios:

Como una empresa que se distinga por una **rentabilidad sostenida** a sus socios.

Por las personas:

Como una empresa que se distinga por la ampliación de oportunidades de **desarrollo profesional y personal** a sus empleados.

Por la sociedad:

Como una empresa que se distinga por su una **contribución positiva a la sociedad y el medioambiente**.



## COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS

Durante la elaboración de nuestro Diagnóstico y Plan de Actuación RSE, hemos podido analizar la importancia esencial que para **Basmat** tiene nuestra relación con los trabajadores, los proveedores y los clientes, así como **las personas, los usuarios y accionistas**.

De hecho, durante el proceso de elaboración de nuestro Plan de Actuación en materia de RSE hemos tenido muy en cuenta el modo en que nuestra actividad afecta a estos grupos de interés de la empresa y hemos podido revisar también la forma en que la actividad de la empresa se ve influenciada por dichos grupos de interés a través de una matriz de priorización.

Así, nuestros productos tienen gran importancia en los espacios que ocupan nuestros usuarios y clientes. Dando soluciones con nuestra variada gama de felpudos de aluminio. Los intereses de nuestros clientes y de los consumidores finales marcan nuestras directrices fundamentales a la hora de encaminar nuestras acciones de desarrollo, con el objetivo de la máxima satisfacción de todos ellos.

Como se puede comprobar en este mismo documento, nuestros objetivos de mejora en materia de responsabilidad social han tenido muy en cuenta la percepción e intereses de nuestros grupos de interés. Y no solo ello, sino que estamos procurando también articular los medios necesarios para mejorar tanto nuestra relación como la calidad de la comunicación que mantenemos. Una de las mejores pruebas de ello es, obviamente, esta misma Memoria de Sostenibilidad.

Además, periódicamente se realizan reuniones de Marketing, Comercial, o de Producción, en ellas las partes concernidas: empleados, responsables, y Dirección son informados en cada una de ellas sobre la situación de la empresa con total transparencia. La empresa pone todos los recursos humanos, tiempo, o monetarios, para que la salud laboral de los trabajadores se garantice en su totalidad. Hay un seguimiento continuo y constante y las evaluaciones permiten tener un control más exhaustivo de este aspecto. Las condiciones son revisadas periódicamente en los consejos de prevención que se realizan en la empresa, así como en los de calidad y dirección.

Por otro lado en determinados proyectos nuevos o en fase de inicio, las opiniones de los empleados pueden ser muy importantes, y a través de entrevistas personales se trata de recoger el Know-How, que cada empleado posee, con el fin que el proyecto sea un éxito, y la empresa se beneficie de ello, así como **todos sus grupos de interés**.

Las reuniones con personas de diferentes departamentos para llevar adelante proyectos, es una práctica habitual en BASMAT. Estos grupos multidisciplinares garantizan un **sistema participativo**, en el que todo el mundo puede aportar desde su conocimiento y su posición en la empresa, a la buena marcha del proyecto común.



## LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD

La Unión Europea, en su Estrategia renovada para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas, define la RSE como «*la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad*».

La RSE recoge la inquietud por las cuestiones socioambientales y la percepción de que el modelo económico en el que estamos inmersos necesita adoptar una serie de cambios importantes si no queremos poner en peligro su supervivencia y la del medio.

**La RSE está ligada al concepto de sostenibilidad en su triple dimensión: social, económica y ambiental.** Así, trata de incorporar estas variables a la planificación y la gestión de la empresa, con lo que se incrementan y enriquecen los factores que habitualmente se utilizan para la toma de decisiones.

Aparentemente, esto significa complicar la gestión empresarial y hacerla más dificultosa. Sin embargo, nosotros estamos convencidos de que incluir las componentes sociales y ambientales en la gestión empresarial incrementa la competitividad de la empresa y, a medio y largo plazo y **mejora sustancialmente la calidad de los productos o servicios que ofrece a la sociedad.**

Nuestra empresa realizó en **2010 un diagnóstico de RSE para cada una de las tres dimensiones de la sostenibilidad: la económica, la ambiental y la social.** Este análisis supuso un magnífico punto de partida para conocer en qué medida estábamos contemplando criterios de responsabilidad social en nuestra gestión empresarial y, también, en qué aspectos necesitábamos mejorar de forma prioritaria.

Para la elaboración del Diagnóstico, **se analizaron diez criterios para cada una de las tres dimensiones con parámetros cualitativos y cuantitativos.** Los cualitativos han sido útiles como elementos de aprendizaje y reflexión sobre la situación de la RSE en la empresa, mientras que los parámetros cuantitativos nos han ayudado a complementar el análisis con algunos datos y cifras útiles para poder evaluar tendencias y realizar comparativas en el medio y largo plazo.

En las páginas siguientes detallamos algunas de las principales conclusiones alcanzadas en dicho Diagnóstico, lo que nos permitió definir algunos de los aspectos sobre los que, de hecho, ya hemos comenzado a mejorar desde entonces.



## DIMENSIÓN ECONÓMICA: UNA SÍNTESIS

Este es un resumen gráfico de nuestra situación en lo referente a la **dimensión económica de la sostenibilidad** y los diez aspectos clave que se analizan en el marco de la metodología InnovaRSE:

Contabilidad y fiscalidad	
Transparencia y buen gobierno	
Política salarial	
Política financiera	
Política de inversiones	
Política de distribución de beneficios y tesorería	
Control y políticas de costes	
Política de selección de proveedores	
Política de pagos a proveedores	
Cumplimiento de periodos de pago a proveedores	

	¡Hay que hacer cambios!
	Necesitamos mejorar
	Estamos en valores intermedios
	Vamos por buen camino
	¡En esto destacamos!



## DIMENSIÓN ECONÓMICA: LA SITUACIÓN DE PARTIDA

En cuanto a la dimensión económica en la empresa Basmat se encuentra en una situación muy satisfactoria. Con un promedio en las valoraciones de 6,9, permitiendo tener un margen de mejora importante todavía.

Las principales **fortalezas** están en los **criterios claros de buen gobierno y transparencia** con el uso de la información con los diferentes grupos de interés, y las **planificaciones de las inversiones**, así como con las **condiciones de pago** acordadas. En una situación muy satisfactoria se encuentran también las **políticas de distribución de beneficios**, y la **gestión de los datos relativos a los costes de producción** y servicio.

En cuanto a las dificultades para implantar aspectos de RSE en la dimensión económica, la empresa encuentra en el control de la gestión que entidades financieras hacen, para realizar prácticas socialmente responsables su máxima expresión por la dificultad de conocer las prácticas reales de las entidades financieras.

Sin embargo, también contamos con importantes apoyos, como criterios claros de buen gobierno y transparencia con todos los grupos de interés, la planificación de las inversiones, las reinversiones e inversiones en I+D, y la optimización en la gestión de los costes de producción.

El análisis que hemos realizado nos ha permitido detectar también algunas necesidades que tendremos que intentar cubrir en el futuro, como es el caso de formación específica en RSE.



## DIMENSIÓN ECONÓMICA: ALGUNOS INDICADORES

Estos son algunos de los indicadores que estamos utilizando para analizar la dimensión económica:

ÁREA DE ANÁLISIS	INDICADOR	Observaciones	GRI	Valor 2013
Uso de los recursos locales	Porcentaje de compras producidas en el territorio sobre el total de compras	Este indicador permite identificar el porcentaje de compras efectuadas en el mismo territorio donde la empresa está instalada sobre el total de compras.	EC1	40%
Gestión de capital	Ventas netas	Este indicador quiere indicar la cifra de negocio de la organización, expresada como habitualmente ya se hace en otros documentos como las cuentas anuales. No obstante, se debe subrayar que las ventas netas eliminan de sus ingresos descuentos, rappels... que la empresa hace a la clientela, para dar una cifra más real del valor neto de sus ingresos.	EC1	906.000€
Gestión de capital	Aumento o disminución de las ganancias retenidas al final del período	El objetivo de este indicador consiste en identificar la evolución de las Ganancias Retenidas (Beneficios – Dividendos = Ganancias Retenidas) de la organización durante un período en concreto, que puede ser respecto al año anterior o de un año base diferente. No obstante, es recomendable hacer una comparación explícita de la evolución de la ganancia retenida en los últimos tres años, como mínimo.	EC1	98000€
Marketing responsable	Incidentes por el incumplimiento de la legislación o de los códigos voluntarios	Identificación y registro por parte de la empresa de los incidentes derivados por el incumplimiento de la legislación o de los códigos voluntarios relacionados con los impactos de los productos y de los servicios en el ámbito de la información y el etiquetaje o la salud y la seguridad durante su ciclo de vida.	PR2 PR4	0
Innovación	Recursos destinados a la innovación	Este indicador procura identificar de forma objetiva los esfuerzos de la organización respecto al desarrollo de la innovación, identificando de forma documental los recursos que la empresa destina a la innovación (horas/persona o euros invertidos => maquinaria, sistemas de gestión y de la información, despliegue de nuevos proyectos...).		60.000€



## DIMENSIÓN AMBIENTAL: UNA SÍNTESIS

Este es un resumen gráfico de nuestra situación en lo referente a la **dimensión ambiental de la sostenibilidad** y los diez aspectos clave que se analizan en el marco de la metodología InnovaRSE:

Política ambiental explícita	
Sistema de Gestión Ambiental implantado	
Control consumos de agua, energía y combustibles	
Gestión de residuos	
Gestión de vertidos	
Gestión de emisiones	
Gestión del ruido	
Gestión de envases y embalajes	
Formación e investigación ambiental	
Certificación ambiental	

	¡Hay que hacer cambios!
	Necesitamos mejorar
	Estamos en valores intermedios
	Vamos por buen camino
	¡En esto destacamos!



## DIMENSIÓN AMBIENTAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA

En la dimensión ambiental Basmat se encuentra en una situación buena. Con un promedio en las valoraciones de 6,375. Que junto con el compromiso de la dirección y las declaraciones recogidas en la Misión y Visión de la empresa hacen que la mejora en esta dimensión puede ser importante en los próximos tiempos. A pesar de que la situación actual es buena como se ha comentado, y se cumple con todas las legislaciones al respecto.

La principal fortaleza está en la gestión de residuos y vertidos, y en el cumplimiento con todas las legislaciones aplicables en materia medioambiental

Obviamente, la empresa encuentra algunas dificultades para implantar aspectos de RSE en la dimensión ambiental, como es el caso de no realizar acciones formativas entre el personal de la empresa en esta materia.

Es importante mencionar, también, las ayudas y refuerzos como son la implicación de todos los integrantes de la familia con el cuidado medioambiental, y los compromisos con la generación recogida y reutilización de los residuos y embalajes generados por la actividad de la empresa.

Junto a todo ello, el diagnóstico realizado nos ha llevado a identificar algunas necesidades que tendremos que solventar en los próximos años. Entre las más relevantes, facilitar formación ambiental a los trabajadores e incluir en mayor medida criterios ambientales en la relación con los grupos de interés



## DIMENSIÓN AMBIENTAL: ALGUNOS INDICADORES

A continuación relacionamos algunos de los indicadores que hemos utilizado para cuantificar la dimensión ambiental:

ÁREA DE ANÁLISIS	INDICADOR	Observaciones	GRI	Valor 2013
Gestión del agua	% total de agua reciclada o reutilizada para el funcionamiento de la actividad	La organización ha de poner de manifiesto si tiene implantado algún sistema de reutilización de sus aguas residuales de manera que el consumo anual de agua de la red se vea disminuido. En caso afirmativo, debe medir el porcentaje de agua reciclada o reutilizada para el funcionamiento de la actividad.	EN10	0% <sup>m3</sup>
Gestión de energía	Control y seguimiento del consumo directo e indirecto anual de energía, desglosado en fuentes primarias	Por una parte, se pretenden saber de todas las fuentes de energía que son utilizadas para el funcionamiento de la organización (en la producción, en el transporte de mercancías, en los desplazamientos de los comerciales...) cuál es su consumo anual. Por otra parte, interesa evidenciar si la organización realiza un seguimiento de estos consumos anuales, para así, a partir de un análisis, en los casos que sean necesarios, establecer medidas de mejora.	EN3 EN4	Eléctrica 10800€/año  gasoil 1000€  gas natural 0
Gestión de energía	Porcentaje de energía consumida proveniente de fuentes renovables propias	Se quiere poner de manifiesto qué cantidad de toda la energía consumida por la organización proviene de fuentes de energía renovables de producción propia (placas fotovoltaicas, aerogeneradores...).	EN5	0%
Contaminación acústica	Diferencia del ruido exterior producido por la actividad y el valor de emisión límite de la zona de sensibilidad acústica	La organización ha de indicar la diferencia del ruido exterior producido por la actividad y el valor de emisión límite de la zona de sensibilidad acústica donde se ubica la actividad, expresado en decibelios.		<30dBA
Contaminación atmosférica	Control y seguimiento de la emisión, directa e indirecta, de gases de efecto invernadero	La organización ha de evidenciar si lleva un control de las emisiones de gases de efecto invernadero, de manera que pueda saber la evolución de este indicador. Por otra parte, las emisiones debidas al consumo anual de energía (eléctrica, gasóleo, gas natural, GLP...) se pueden expresar en toneladas de CO <sub>2</sub> , mediante factores de conversión que permitirán sumar todos los valores.	EN16 EN17	<0,0001 Tn CO <sub>2</sub>



## DIMENSIÓN SOCIAL: UNA SÍNTESIS

Este es un resumen gráfico de nuestra situación en lo referente a la **dimensión social de la sostenibilidad** y los diez aspectos clave que se analizan en el marco de la metodología InnovaRSE

Política de seguridad y salud laboral	
Control condiciones trabajo y valoración del riesgo	
Participación interna en la empresa	
Política de igualdad de oportunidades	
Contratación colectivos desfavorecidos	
Conciliación de la vida laboral y personal	
Políticas de atención al cliente	
Código de prácticas profesionales o carta de servicios	
Apoyo a proyectos sociales	
Contratación de proveedores locales	

¡Hay que hacer cambios!

Necesitamos mejorar

Estamos en valores intermedios

Vamos por buen camino

¡En esto destacamos!



## DIMENSIÓN SOCIAL: LA SITUACIÓN DE PARTIDA

En la Dimensión Social nos encontramos en una situación buena. Con un promedio en las valoraciones de 6,5. Existe un compromiso explícito impulsado desde la dirección que también se plasma en las declaraciones recogidas en la Misión y Visión de la empresa. Sin embargo el control y mejora en esta dimensión se puede continuar produciendo, a través de las participaciones de los trabajadores, colaboradores y de la dirección.

La fortaleza más importante se encuentra en la Política de Seguridad y Salud Laboral, y en las medidas de conciliación de la vida laboral y personal que la empresa provee a sus empleados y colaboradores.

También en la dimensión social, hemos descubierto algunas dificultades para integrar la RSE. En particular, existen dificultades en la mayor contratación de proveedores locales ya que el aluminio que es la materia prima más importante que utilizamos, así como su extrusión es difícil cubrirlo con los proveedores locales hasta la fecha.

Aunque, obviamente, también disponemos de importantes apoyos, entre los que destacan la existencia de un Servicio de Prevención de Riesgos Laborales ajeno muy implicado, la gestión personalizada de la relación con los clientes, y el sistema participativo y dialogo con todas las personas que componen la empresa.

El análisis de las necesidades nos ha permitido conocer algunos aspectos en los que será necesario procurar ayuda en el futuro, en concreto, no hemos realizado una carta de servicios o un código de prácticas profesionales, así cómo planificar y sistematizar acciones con la personas de la empresa sobre la relación con la comunidad y el Medio Ambiente



## DIMENSIÓN SOCIAL: ALGUNOS INDICADORES

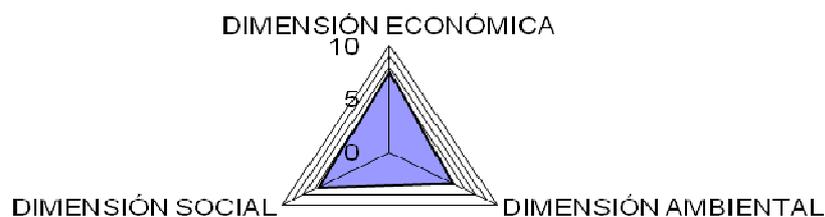
Y éstos son algunos de los indicadores que hemos seleccionado para el análisis de la dimensión social de la sostenibilidad:

ÁREA DE ANÁLISIS	INDICADOR	Observaciones	GRI	Valor 2013
<b>Formación</b>	Horas de formación por persona	Indicar el número medio de horas de formación por trabajador/a. Desglosado por categoría y por tipo de formación (promoción, prevención de riesgos laborales, medio ambiente, derechos humanos y otros).	LA10 LA11 HR3 HR8 SO3	PRL 2 h/pax PROMOCION 6 h/pax OTROS 2 h/pax
<b>Igualdad de oportunidades</b>	Personal según categoría profesional	Desglosar las personas de la organización según la categoría profesional, se especificará el porcentaje de mujeres, hombres, personas con discapacidad, mayores de 45 años, personas procedentes de programas de integración u otros para cada categoría.	LA13	75% hombres 25% mujeres 0% discap. 16.7% > 45 años 16.7% emigrantes
<b>Seguridad e higiene en el trabajo</b>	Índice de incidencia	Indicar el valor del índice de incidencia de la organización, que equivale al número de personal con baja por cada millar de personal expuesto. Índice de incidencia = (Nº de accidentes con baja / total de la plantilla) x 100000.	LA7	0%
<b>Satisfacción de la clientela</b>	Quejas recibidas por parte de la clientela	Indicar el número de quejas recibidas por parte de la clientela durante el año, donde se determina la existencia en su origen de responsabilidad de la organización por cualquier naturaleza. Incluye tanto quejas fruto del incumplimiento de regulaciones como de códigos voluntarios.	PR4 PR5	2 quejas
<b>Comunidad Local</b>	Patrocinio y acción social	Describir la implicación de la empresa en la organización de actos sociales, culturales, solidarios o ambientales, y las colaboraciones anuales a nivel monetario o de cualquier otro tipo con el mencionado fin.	EC8 EC9	0,1% de las compra son a proveedores locales.



## PERSIGUIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE LAS TRES DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Se muestra la totalidad de los resultados del diagnóstico mediante un gráfico de tela de araña.



El diagnóstico RSE fue muy positivo. En primer lugar porque el ejercicio ha permitido aclarar términos y hacer que la empresa conozca con mayor profundidad los conceptos manejados entorno de la RSE. Y en segundo lugar para descubrir las áreas en las que la empresa puede mejorar en el futuro.

El gráfico resumen de Representación Gráfica Global, en forma de araña, muestra de forma resumida la situación de cada una de las dimensiones y de todas ellas en relación. La dimensión económica de la empresa es la que mejores valoraciones obtiene con un promedio de 6,9, alcanzando una puntuación notable. Frente a la dimensión ambiental que obtiene unos resultados correctos con una puntuación de 6,375 que permite tener un margen de mejora considerable gracias al compromiso de la dirección. Hay que decir que se cumple toda la legalidad en materia de respeto Medio Ambiental, pero la valoración incluye auto-exigencias que van más allá de lo legal, para con la dimensión ambiental.

Por otra parte la dimensión social obtiene una valoración buena con un promedio de puntuación de 6,5. En esta dimensión como en la ambiental cabe mayor mejoría, además de estar recogido en la Misión y Visión de la empresa el compromiso de la organización con este aspecto.

En algunos casos se podría haber obtenido mayor puntuación simplemente haciendo mayor énfasis en algunos aspectos en los que ya se tienen unas muy buenas prácticas en materia de RSE. El énfasis puede ser simplemente una mayor difusión para que todos los grupos de interés conozcan las buenas prácticas realizadas en alguna de las materias de los decálogos. O recoger de forma más explícita en planes o códigos internos.



## LO QUE HACEMOS BIEN

Gracias a la elaboración del Diagnóstico RSE, pudimos conocer en qué aspectos de su gestión Basmat, s.l. ya estaba actuando conforme a los criterios de la Responsabilidad Social Empresarial.

Son lo que denominamos buenas prácticas RSE, de las que nos sentimos especialmente orgullosos:

### Nuestras buenas prácticas en la dimensión económica

#### **Inversión en activos e I+D**

Basmat realiza inversiones en I+D o en nuevos activos garantizando el futuro y sostenibilidad a nivel económico de los puestos de trabajo y de la propia actividad de la empresa. Basmat impulsado desde la Dirección, ha venido reinvertiendo los beneficios en activos o incluso a través de proyectos de Innovación. Siempre pensando en garantizar el futuro de la empresa. Este hecho es parte del compromiso con todos los grupos de interés. Además está recogida esta buena práctica en el protocolo familiar como piedra angular de la actividad.

#### **Transparencia y buen gobierno**

BASMAT en cuanto a retribución a los trabajadores está por encima del convenio sectorial. Se prima a los empleados que toman iniciativas y responsabilidades y que tienen un beneficio en la empresa.

La empresa hace encuestas anónimas en ocasiones a los trabajadores sobre su situación en la empresa, y también sobre su retribución. Y donde pueden indicar si están satisfechos y la percepción que tienen sobre su retribución y respecto a otros sectores, o empresas. La satisfacción es alta entre los empleados a este respecto.

### Nuestras buenas prácticas en la dimensión ambiental

#### **Una gestión de residuos comprometida**

En Basmat se lleva a cabo la segregación e identificación de los residuos según su tipología. Se utilizan materiales reciclables para la actividad de la empresa, se Reduce en lo posible el uso de material desechable, se Reutilizan estos materiales cuando fuera el caso y finalmente se Recicla utilizando los gestores autorizados para ello los residuos no utilizables.

### **Recogida y atención de reclamaciones, fidelización de la clientela**

BASMAT recoge las sugerencias y reclamaciones de los clientes a través del contacto directo de personal del área comercial con cada uno de ellos, y se hace un seguimiento exhaustivo de cada una. Actualmente se ha comenzado a establecer indicadores para reducir el número o importancia de las desviaciones apreciadas por los clientes, frente a las expectativas. Se toman además acciones inmediatamente para subsanar cada incidencia para que no se presente en el futuro.

Entre otras acciones para la mayor satisfacción de la clientela y su fidelización, BASMAT ofrece descuentos, promociones y regalos especiales, en determinados momentos o para pedidos de compra concretos.

### **Sistema participativo**

Basmat, en la dimensión interna y relacionada con las personas las tiene en cuenta en sus decisiones. Ya que las reconoce como grupo de interés de la empresa y la gran influencia que sobre ellas tiene. En la Misión y Visión de la empresa así se recoge también.

Hay en la empresa un buzón de sugerencias para los empleados, donde se recogen todo tipo de iniciativas que los trabajadores quisieran trasladar a la dirección, y si así lo quieren pueden mantener el anonimato.

Las reuniones multidisciplinarias con personas de diferentes departamentos para llevar adelante proyectos, es una práctica habitual en Basmat. Estos grupos ayudan a tener un sistema participativo, en el que todas las personas de la empresa, puedan aportar desde su conocimiento y su posición en la empresa, a la buena marcha del proyecto común.



## EL PLAN DE ACTUACIÓN

**Basmat** elaboró en **2010** su primer Plan de Actuación RSE, lo que nos permitió avanzar un paso importante en el camino de la sostenibilidad y definir, con detalle, en qué aspectos y líneas de trabajo íbamos a enfocar nuestros esfuerzos de mejora, así como definir el seguimiento y control del mismo para garantizar la mejora continua de la gestión de la RSE en la empresa.

Este informe pretende, por tanto, dar continuidad al trabajo iniciado con el Diagnóstico de RSE, dando un paso más allá en el camino hacia la implantación de la responsabilidad social en la empresa. Así, una vez analizados los resultados del Diagnóstico, se ha redactado este Plan de Actuación, un instrumento eficaz para que la RSE se vaya integrando progresivamente en la estrategia empresarial.

Para la definición del Plan de Actuación tuvimos muy en cuenta la perspectiva de los diferentes grupos de interés, especialmente de los trabajadores, consumidores de productos de Basmat, nuestros clientes, los socios y sus familias así como los resultados del Diagnóstico que hemos sintetizado en las anteriores páginas.

Un elemento clave del Plan de Actuación fue la definición de las Áreas de Mejora en las que se están centrando los esfuerzos durante el periodo de implantación del Plan. A continuación detallamos dichas Áreas de Mejora y el momento del proceso en que nos encontramos en la fecha de redacción de esta Memoria de Sostenibilidad:

### Áreas de mejora en la dimensión económica

#### Gestión de compras y proveedores

Basmat tiene un sistema de homologación de entidades proveedoras y subcontratistas que tiene en cuenta fundamentalmente entre otros aspectos la calidad del servicio o producto suministrado. Se considera la necesidad de incluir a esta homologación también criterios de RSE.

### Áreas de mejora en la dimensión ambiental

#### Indicadores de consumo

La empresa utiliza materiales reciclables para la realización de su actividad, y no existen ni vertidos ni residuos peligrosos, y se puede considerar una empresa con poco impacto en el Medio Ambiente. El compromiso de Basmat en esta área que parte desde la dirección nos lleva a ir más allá y crear unos indicadores de consumo para su gestión y control. Estos indicadores se han implantado desde 2012.

### **Código de buenas prácticas profesionales**

Hay un protocolo familiar muy explícito en esta materia. Pero no está difundido al ser un documento privado. Partiendo de esta idea y para el conocimiento de todos nuestros grupos de interés hemos pensado que será beneficioso el desarrollo del código de prácticas profesionales de BASMAT. La recopilación y plasmación de las buenas prácticas en un código podría ser importante para la empresa. Y ayudará a que el compromiso que la empresa tiene con todos los grupos de interés quede reflejado en ese documento.



## AVANZANDO EN NUESTRO COMPROMISO

Las Áreas de Mejora en las que **Basmat** está trabajando se desglosan a su vez en una serie de objetivos y acciones de mejora, que configuran nuestro compromiso en materia de RSE.

A continuación detallamos algunos de los objetivos más relevantes para el periodo que nos ocupa **2011 -2013** y la variación esperada para algunos indicadores de desempeño - asociados a dichos objetivos- en este periodo.

Objetivo	Indicador asociado	Valor inicial	Valor esperado
Homologación de entidades proveedoras y subcontratistas criterios RSE	% de entidades homologadas	0%	55%
Recursos destinados a la innovación incluyendo criterios RSE	Recursos destinados a la Innovación €	8.000€	18.000€
Definir y difundir Política Medioambiental	Actividades de información y/o formación en lo que respecta a la mejora ambiental y nº de participantes	Nº actividades 0	Nº actividades 2
		Nº de participantes 0	Nº de participantes 15
Elaborar e informar a los grupos de interés sobre código de buenas prácticas y avances en RSE	Nº de acciones de comunicación Información RSE	0	3 año
Elaboración de la carta de servicios	Publicación en web	NO	SI
Aumentar la satisfacción del cliente	Encuestas de satisfacción	----	satisfechos



## LA APUESTA POR UNA MEJOR COMUNICACIÓN

Uno de los retos que nos plantea el enfoque RSE es el de **mejorar nuestra comunicación como empresa**, lo cual requiere un importante esfuerzo para trasladar nuestros planteamientos e intenciones a los grupos de interés y, también, escuchar sus puntos de vista, tratando de incorporarlos a nuestra práctica empresarial.

Dentro de este esfuerzo de comunicación y transparencia, utilizaremos esta Memoria de Sostenibilidad como elemento central de información sobre nuestros retos en materia de responsabilidad social.

Para lograr que la difusión de nuestros compromisos en materia de RSE y de esta Memoria sea lo más eficaz posible, estamos poniendo en marcha las siguientes acciones:

- En la reunión del consejo de Administración la Dirección transmitirá el compromiso con la RSE.
- En las reuniones con los trabajadores se informará de la obtención de los sellos y su importancia para comunicar el compromiso de la empresa con la RSE.
- En la página web de la empresa se publicará la Memoria de RSE para su consulta por parte de los clientes y otros grupos de interés.
- Se difundirá por varios modos a los grupos de interés (trabajadores, clientes, proveedores, accionistas).
- Publicación en el tablón de anuncios de los trabajadores la disponibilidad de la Memoria de RSE en la página web de la empresa.
- Envío por email a proveedores y clientes con el link a la Memoria de RSE en la web.

Las metas que nos hemos planteado son ambiciosas y requieren un esfuerzo notable. Para seguir avanzando y conseguir nuestros objetivos es **esencial la colaboración de nuestros trabajadores, clientes, proveedores y de todas las personas o entidades que se ven afectadas por nuestra actividad**: necesitamos opiniones y sugerencias de mejora.

Todas las dudas, inquietudes o recomendaciones serán bienvenidas y tenidas muy en cuenta en nuestro compromiso con la sostenibilidad.

Puede dirigirse a nosotros personalmente, por correo postal o correo electrónico, en la siguiente dirección:

**Ricardo Muro Baglietto**  
**Basmat S.L.**  
**Calle P, 107**  
**31192 Mutilva, Navarra**  
**www.Basmat.com**  
**basmat@basmat.com**  
**948230492**



**INNOVARSE**  
NAVARRA