



# **INFORME DE** **SOSTENIBILIDAD**

Mayo 2020 - Abril 2021



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>	<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
01.1	Do More Now	4	03.1	Pasión por la naturaleza	41
01.2	Carta del CEO	5	03.1.1	Conservación de los ecosistemas	42
01.3	Quiénes somos	6	03.1.2	Huella de carbono	45
01.4	Algunos datos sobre el grupo BUFF®	7			
01.5	De los inicios hasta ahora	8	<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
01.6	Así entendemos lo que somos	11	04.1	Compartir con las personas	52
01.7	Los valores de BUFF®	12	04.1.1	Compartir beneficios	53
01.8	Transparencia y gobernanza	13	04.1.2	Desarrollo	55
			04.1.3	Bienestar de las personas de la compañía	59
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>	04.1.4	Comunicación interna	62
02.1	Productos sostenibles	17	04.1.5	Diversidad e inclusividad	65
02.1.1	Alta calidad y durabilidad	18	04.2	Compromiso con las personas	68
02.1.2	Materiales responsables	20	04.2.1	Promoción de un estilo de vida saludable	69
02.1.3	Innovación continua	24	04.2.2	Producción local	71
02.1.4	Promoviendo la circularidad de los productos	28	04.2.3	Apoyo a la comunidad local	72
02.2	Producción responsable	29	04.2.4	Desarrollo sostenible	74
02.2.1	Mejores prácticas circulares y ecológicas	30	04.3	Transparencia y ética	75
02.2.2	Minimizando el impacto de nuestras instalaciones	35	04.3.1	Modelo de gobernanza	76
			04.3.2	Clientela	80
			<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
			05.1	BUFF® Transformation Journey	84



# ***INTRODUCCIÓN***

01



## Do More Now

Las acciones tienen el poder dar forma al mundo: crear, construir, mejorar y cambiar las cosas realmente.

En BUFF® estamos convencidos de que el liderazgo que ejercemos con nuestra gente, nuestros proyectos y nuestros procesos mediante nuestra iniciativa Do More Now para actuar, cuidar y proteger aquello que nos rodea nos permite emprender acciones que no solo mejoran el mundo hoy, sino que también ayudan a tomar conciencia del mañana.

Do More Now es algo más que una iniciativa, es un mantra y una filosofía. Es un modo de manifestar nuestra intención de reducir el impacto ambiental de nuestra actividad y potenciar la generación de un impacto positivo.

Nos comprometemos a crecer como una organización global, respetando el entorno, fomentando la creatividad y la diversidad, y persiguiendo el bienestar de las personas que participan de la compañía y de la sociedad en su conjunto.

Esta voluntad nos anima a presentar, año tras año, un informe como el presente donde reunimos las acciones que hemos llevado a cabo durante el ejercicio.

Nos sentimos muy orgullosos de ver con perspectiva cómo logramos seguir avanzando, reduciendo el impacto que generamos y haciendo nuestra contribución al planeta y a la sociedad. De ahí que los datos que se reflejan en este informe hagan referencia a los últimos

años para poder proporcionar una visión de la evolución reciente de la compañía. Los cálculos y la información que se presentan se obtienen en los cierres de los ejercicios fiscales. En este informe, las acciones que recogemos corresponden al ejercicio 2020-2021.

Dirigido a las personas que conforman la organización, clientes, socios comerciales, accionistas, organizaciones no gubernamentales, así como a las administraciones y representantes de ellas, este informe incluye mayoritariamente información sobre la sede central (de ahora en adelante, *Headquarters*). Pero esta filosofía de aportar valor a la sociedad se extiende en todo el grupo BUFF®, así que, por primera vez, hemos incluido también aquellas acciones que se llevan a cabo en nuestras filiales de Canadá, Estados Unidos, Alemania y Reino Unido.

El Do More Now empieza en cada una de las personas que forman BUFF®. Por eso, este informe es el resultado de un trabajo conjunto donde se han implicado activamente personas de todo el grupo. En caso de tener alguna consulta referente a la información presentada, ponemos a disposición el correo electrónico [sustainability@buff.com](mailto:sustainability@buff.com).



*Forética es la empresa externa que audita la implantación del Sistema de Gestión Ética Socialmente Responsable SGE21:2017 y que revisa la información y datos que conforman la memoria.*

01 INTRODUCCIÓN	01	INTRODUCCIÓN	3
	02	ACT MORE	15
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	03	PROTECT MORE	39
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	04	CARE MORE	50
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
05	AFRONTANDO EL FUTURO	83	
05.1	BUFF® Transformation Journey	84	



## Carta del CEO

Una vez alguien dijo que toda crisis tiene una solución, una fecha de vencimiento y un aprendizaje. Y alguien más añadió que los momentos difíciles son las mejores oportunidades para dar todo lo que uno tiene dentro. Después de que el 2020 nos haya puesto a prueba, podemos dar por hecho que estas afirmaciones son rotundamente ciertas.

La pandemia ha sido un duro golpe para todos y no queremos dejar pasar la oportunidad de recordar sentidamente a todas las personas que la han vivido de cerca y a los profesionales esenciales por su encomiable labor.

Nosotros, en las Filter Tube y Filter Mask encontramos la manera de ofrecer una solución al mercado para frenar los contagios. Para la marca fue un desarrollo desde 0 que precisó de la adaptación y dedicación de todas las personas para sacarlo adelante y para hacer frente al pico de producción, llegando incluso a duplicar la plantilla. Así, pudimos hacer una nueva contribución en lo que a generación de empleo se refiere. Y siempre siguiendo estrictamente las medidas de seguridad en nuestras instalaciones.

Con todo esto, hemos cerrado el ejercicio con una facturación total de 84 millones de euros, cifra que representa un crecimiento del 61% respecto al año anterior. Sin lugar a duda, la pandemia ha marcado el enorme crecimiento que hemos experimentado como grupo. Un crecimiento que también se ha visto reflejado en el e-commerce, canal de venta al cual estamos dedicando recursos para potenciarlo, y que ha copado un 15% de las ventas totales.

Si bien es cierto que durante este ejercicio hemos tenido que trabajar duro para poder atender la demanda que hemos tenido, no hemos dejado atrás los valores que nos definen. La sostenibilidad sigue estando al frente de todas

nuestras decisiones, así ha sido desde nuestros inicios y así es en el presente cada vez en mayor grado. Muestra de ello, el informe que presentamos a continuación, dividido en los tres grandes bloques de nuestro programa de sostenibilidad Do More Now: Act More, Protect More y Care More.

**"Entendemos el negocio como una manera de hacer el bien, de aportar valor a nuestra sociedad y al planeta. Y este es el motivo por el cual estamos aquí. Seguiremos haciendo todo lo que esté en nuestras manos para aprender, crecer y ofrecer soluciones que contribuyan a la causa"**

Porque no sabemos cuál es la fecha de vencimiento de la pandemia o del planeta, lo que sí sabemos es que seguiremos haciendo todo lo que esté en nuestra mano para aprender, crecer, ofrecer soluciones y convertir todos los momentos difíciles en grandes oportunidades.



David Camps  
Chief Executive Officer

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



## Quiénes somos

Joan Rojas era un inconformista nato, siempre lejos de lo convencional y ansioso por enfrentarse a los retos que se la planteaban en el camino.

Todo empieza alrededor del año 1991, cuando Joan eligió una ruta diferente: la ruta que eligen los que quieren marcar la diferencia.

La braga militar que utilizaba para resguardarse del frío y del viento era molesta así que decidió mejorar ese producto que tanto necesitaba para sus salidas en moto por las carreteras de Igualada. Dibujó e investigó, días tras día, hasta que un año más tarde encontró la solución: un tubular de microfibra y sin costuras.

1992 fue el año de nuestro nacimiento, con la aparición por primera vez en el mercado de nuestro producto icónico bajo la marca BUFF®.



El nuevo producto fue muy bien acogido por familiares y amigos y Joan decidió seguir esa ruta diferente que había iniciado un año antes. Así que en 1995 comenzó a vender el tubular en diferentes puntos de Europa y, en la actualidad, estamos presentes en más de 70 países a través de distribuidores exclusivos, lo cual representa un 90% de nuestra cuota de mercado.

Los países a los cuales vendemos han ido creciendo, al igual que nuestra familia, tanto la de los *headquarters* como la de las filiales en Alemania, Canadá, EE. UU. y Reino Unido.



Y también lo han hecho nuestros productos y líneas de negocio. Los productos BUFF® actualmente representan una línea de accesorios de cabeza y cuello disponibles en gran variedad de colores y diseños en su colección anual además de ofrecer la posibilidad de estampar diseños personalizados. Hemos ido incorporando nuevos tejidos técnicos de marcas líderes que nos han permitido ampliar el catálogo con un abanico de productos para diferentes ámbitos, tanto para uso deportivo como profesional y lifestyle.

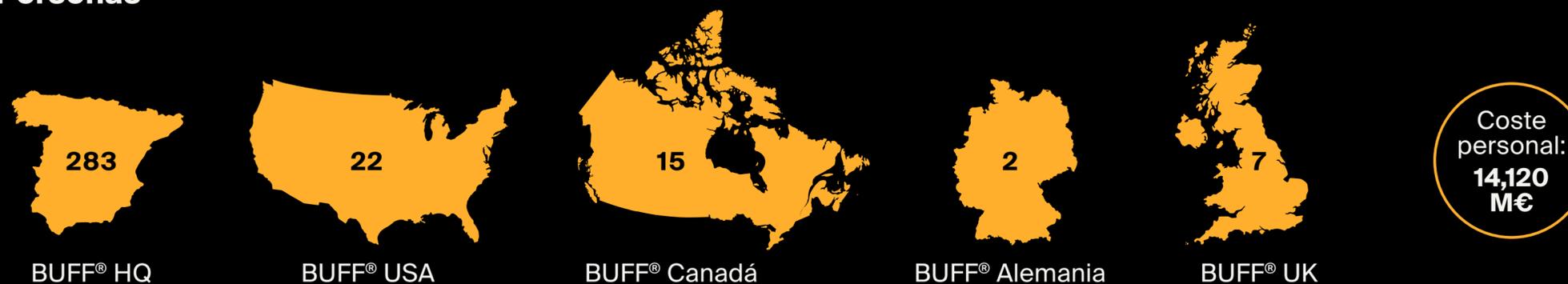


<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



## Algunos datos sobre el grupo BUFF®

### Personas



### Clientes

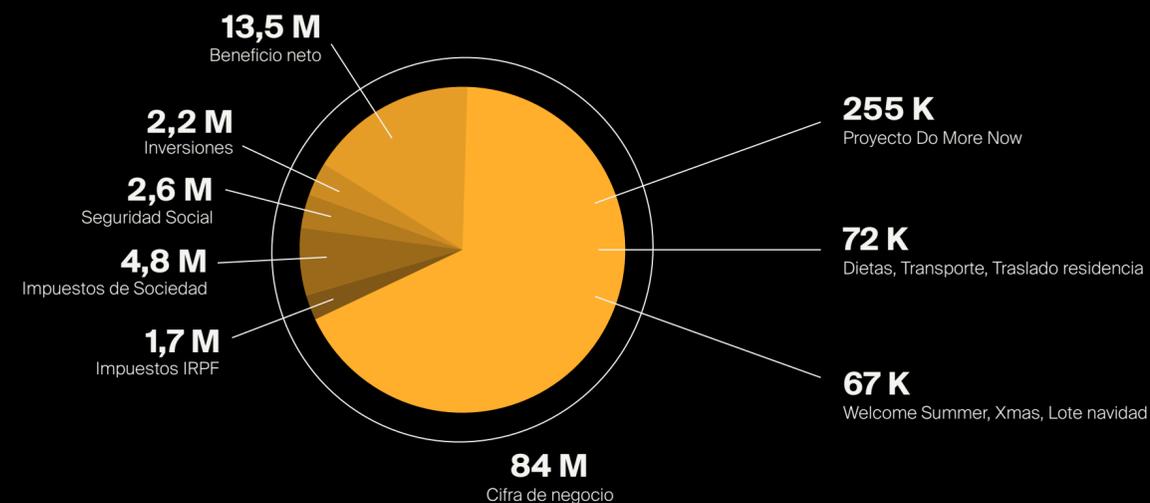
14.790 clientes  
92 países  
60 distribuidores

\*Los clientes de la línea Safety están incluidos en los datos.

### Proveedores



### Cuentas



\*en Millones de euros

\*en miles de euros

### Sostenibilidad

Importe destinado a acciones sociales y medioambientales para los trabajadores

01 INTRODUCCIÓN	<b>01 INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02 ACT MORE</b>	15
	02.1 Productos sostenibles	17
	02.2 Producción responsable	29
	<b>03 PROTECT MORE</b>	39
	03.1 Pasión por la naturaleza	41
	<b>04 CARE MORE</b>	50
	04.1 Compartir con las personas	52
	04.2 Compromiso con las personas	68
	04.3 Transparencia y ética	75
	<b>05 AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
	05.1 BUFF® Transformation Journey	84



## De los inicios hasta ahora

**1992**

- Creación del primer tubular multifuncional sin costuras bajo la marca BUFF®.

**1995**

- Inicios de exportación a diferentes puntos de Europa (Francia, España, Italia, Alemania e Inglaterra).
- Primera vez que superamos el millón de €.

**2002**

- Nuevas instalaciones en C/França (8.000m<sup>2</sup>).

**1994**

- Primer logo – marca Caviro, SL.

**2000**

- Premio al Mérito exportador (Cambre de Comerç de Barcelona).

**2005**

- Cambio razón social a Original Buff SA.

## De los inicios hasta ahora

### 2006

- Lanzamiento de la línea Professional.

### 2008

- Primera filial en Alemania.
- Inicio del proyecto de pop up con la primera tienda en el centro comercial de L'Illa Diagonal.
- Primera BUFF® Epic Run.
- Certificación ISO 9001 - 14001.

### 2010

- Lanzamiento de la línea Urban.

### 2012

- Rediseño del logo y nuevo claim Flat is boring.
- 20 Aniversario.

### 2007

- Nuevo claim, Adventure begins today.

### 2009

- Segunda filial en Estados Unidos.
- Lanzamiento de la línea Apparel.
- Lanzamiento productos fabricados con fibras naturales: merino wool.

### 2011/2012

- Premio apoyo a la protección del entorno (European Outdoor Conservation Association).

### 2013

- Cancelación línea Apparel.

## De los inicios hasta ahora

### 2014

- Apertura 1ª tienda permanente en la T1 del Aeropuerto de Barcelona.
- Evolución de la línea Urban a Lifestyle.
- Primera BUFF® Epic Trail.
- Certificación Oeko-Tex.

### 2016

- Ampliación oficinas C/ França (12.500m²).
- Premio Capacidad emprendedora (Unió Empresarial de l'Anoia).
- Creación departamento Digital Sales.

### 2018

- Cuarta filial UK.
- Primera colección del producto icónico de la marca, el Original BUFF® fabricado a partir de 2 botellas de plástico.

### 2020

- Creación de la primera colección de tubulares y mascarillas con filtros reemplazables.

### 2015

- Lanzamiento colección de gorros.

### 2017

- Presentación proyecto de sostenibilidad Do More Now.
- 25 aniversario.
- Rediseño logo y nuevo claim Live More Now.
- Tercera Filial Canadá.
- Lanzamiento colección de gorras (2017 pack run cap, 2018 colección completa de gorras, 2019 lanzamiento colección gorras kids).

### 2019

- Apertura primera tienda permanente en el Aeropuerto de Munich.
- Implantación Norma SGE21:2017.
- Premio Factor Humano Mercè Sala (Fundació Factor Humà).

### 2021

- Evolución y consolidación de la línea de productos técnicos y seguros en ámbitos especializados, BUFF® Safety

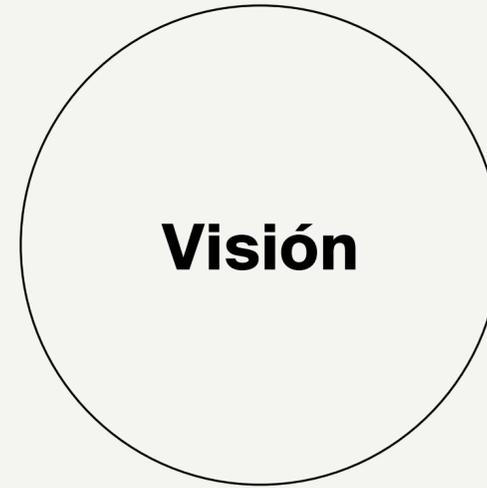
BUFF®  
Transformation  
Journey  
*Continuará*



## Así entendemos lo que somos



Animar a las personas a disfrutar de la vida al aire libre.



Ser la marca líder mundial de accesorios técnicos y de lifestyle.



Desarrollar y producir accesorios únicos y de alta calidad que ayuden a las personas a tener un estilo de vida activo. Potenciar la creatividad e innovación para aportar soluciones socialmente responsables.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



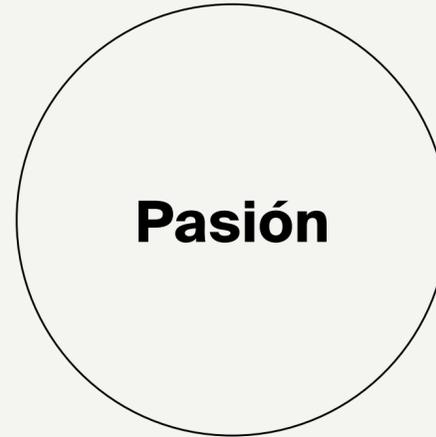
### Los valores de BUFF®

01 INTRODUCCIÓN

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

INFORME DE SOSTENIBILIDAD Mayo 2020 - Abril 2021

Por lo que hacemos y por cómo lo hacemos, nuestro deseo es animar, apoyar e inspirar a las personas a que disfruten de lo que hacen, sean felices, optimistas y libres.



**Pasión**

Orientamos nuestras conductas hacia los intereses de los grupos de referencia, las personas, la compañía y el entorno. Actuamos bajo la consideración de que tenemos responsabilidades e influencia directa en el impacto social y ambiental.



**Compromiso**



**Originalidad**

Somos creativos, aventureros, curiosos e inconformistas. Actuamos con iniciativa, valentía y esfuerzo de superación para que nuestros productos y diseños sean innovadores.



**Personas**

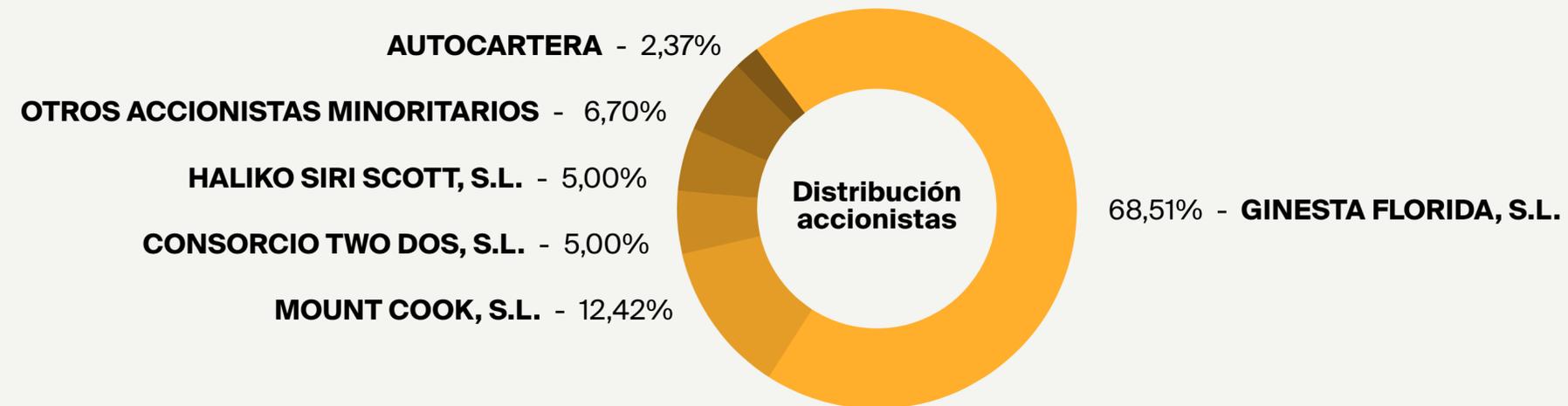
Las personas son nuestra razón de ser: los consumidores, los clientes, los proveedores, los accionistas y los trabajadores. Todos juntos formamos la familia BUFF®. Creamos entornos de bienestar, colaboración, confianza en donde prima la profesionalidad, el esfuerzo por el trabajo bien hecho y la responsabilidad por nuestros actos.



## Transparencia y gobernanza

Empezamos siendo una empresa familiar y Joan Rojas junto a personas cercanas creó nuestro producto más icónico. Los años fueron pasando, la empresa creció y la familia poco a poco se desvinculó de la gestión del día a día, manteniendo su relación como miembros del Consejo de Administración. La familia Rojas Vives confía en lo que hacemos, nos apoya y nos permite arriesgarnos, innovar e incluso equivocarnos y aprender de nuestras experiencias. BUFF® reconoce la honestidad, la confianza y la transparencia como factores clave en el éxito a largo plazo de la compañía.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84





<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## CONSEJO ADMINISTRACIÓN

**Elisabet Vives,**  
*Presidenta Ginesta Florida, SL*

**David Camps,**  
*Vocal – Consejero Delegado*

**Cèsar Gibernau,**  
*Vocal – Secretario*

**Harald Kouwijzer,**  
*Vocal*

**Daniel Úbeda,**  
*Consejero Externo*

## COMITÉ EJECUTIVO

**David Camps,**  
*Chief Executive Officer*

**Ana Domingo,**  
*Organization & Systems Director*

**Guillermo Oliva,**  
*Supply Chain and Transformation Director*

**Harald Kouwijzer,**  
*Finance Director*

**Maria Carme Valls,**  
*Sales Director*

**Shirley Choi,**  
*VP & General Manager*

**Thierry Peuchot,**  
*Global Marketing Director*

## EQUIPO DIRECCIÓN

**David Camps,**  
*Chief Executive Officer*

**Almudena Cara,**  
*People Manager*

**Ana Domingo,**  
*Organization & Systems Director*

**Antonietta Fornino,**  
*Design Manager*

**Eduard Elvira,**  
*Purchase Manager*

**Elisabet Torras,**  
*Digital Sales Manager*

**Guillermo Oliva,**  
*Supply Chain and Transformation Director*

**Harald Kouwijzer,**  
*Finance Director*

**Judith Riera,**  
*Accounting Manager*

**Maria Carme Valls,**  
*Sales Director*

**Shirley Choi,**  
*VP & General Manager*

**Thierry Peuchot,**  
*Global Marketing Director*

**Vanessa Correa,**  
*Production Manager*



# **ACT** **MORE**

02



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

La naturaleza es el epicentro de todo y la cuidamos de todas las maneras posibles. Para ello, tenemos la responsabilidad de reutilizar, reciclar y reducir el uso de materiales en nuestro proceso de producción.

Act More refleja nuestro compromiso con la búsqueda y aplicación constante de métodos para minimizar nuestro impacto medioambiental a lo largo de toda la cadena de suministro.



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.1.1	Alta calidad y durabilidad	18
02.1.2	Materiales responsables	20
02.1.3	Innovación continua	24
02.1.4	Promoviendo la circularidad de los productos	28



## Alta calidad y durabilidad

En Original Buff, S.A. además de ofrecer la máxima calidad de nuestros productos nos vemos con la responsabilidad de demostrarla y certificarla. Por un lado, nuestro laboratorio interno de calidad testea las materias primas y el producto in-situ, teniendo así la oportunidad de estudiar las propiedades del producto en primera persona. Por otro lado, colaboramos constantemente con

laboratorios externos especializados que verifican y certifican la alta calidad de nuestros productos. Este método de trabajo nos permite conocer el producto al máximo, explorar constantemente nuevas líneas de mejora y garantizar la mejor calidad al consumidor.

02 ACT MORE	01	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
	02	<b>ACT MORE</b>	15
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	03	<b>PROTECT MORE</b>	39
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	04	<b>CARE MORE</b>	50
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
	05	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
	05.1	BUFF® Transformation Journey	84



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## Los productos BUFF® certificados por OEKO-TEX®

Uno de los certificados del cual nos sentimos orgullosos de renovar año tras año es el certificado **STANDARD 100 by OEKO-TEX®** de todos los productos producidos en nuestros *Headquarters*. Se trata de una de las etiquetas ecológicas más utilizadas en el mundo para garantizar que los productos textiles no conllevan, ni en el producto ni

en su proceso de fabricación, sustancias nocivas para la salud o el contacto con la piel humana. El producto es testado ante una estricta lista de más de 300 sustancias nocivas con unos valores límite, que en muchos casos superan los requisitos nacionales e internacionales.

En el caso de ORIGINAL BUFF, S.A. tenemos certificados los productos de la línea *kids* y los productos para adultos con el certificado **STANDARD 100 by OEKO-TEX®** de clase I y clase II, respectivamente.



## SAFETY, productos con garantía de seguridad

Puede sorprender identificar una línea de negocio de BUFF® llamada Safety. Este año se ha modificado la nomenclatura de la antigua línea “Professional”, ahora llamada “Safety”. Dicha línea de negocio, la cual está destinada a productos de seguridad laboral, no ha parado de coger peso desde su creación en 2007. Actualmente, la línea se completa con 37 familias de productos de las cuales 21 están certificadas como accesorios de Equipo de Protección Individual (EPI). Poder ofrecer la máxima seguri-

dad de forma certificada sin modificar la esencia de nuestros productos es, para nosotros, una prioridad y una prueba más de nuestro compromiso con la máxima calidad del producto a todos los niveles.

La línea de productos Safety es fabricada y certificada en base distintas normas estandarizadas que avalan la protección que ofrecen nuestros productos, al frío, al viento, al fuego y más.

<div style="background-color: #004a7c; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"><b>FRÍO</b></div> <p>14058: 2017</p>	<div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"><b>VIENTO FRESCO</b></div> <p>14058: 2017</p>	<div style="background-color: #d4c03d; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"><b>SOL</b></div> <p>UPF 50</p>	<div style="background-color: #a52a2a; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"><b>FUEGO</b></div> <p>EN ISO 11612/15 EN 1149-5/18</p>	<div style="background-color: #a52a2a; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"><b>FUEGO</b></div> <p>ASTM F1506-15 ASTM F1959/F1959M-14</p>	<div style="background-color: #a52a2a; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"><b>FUEGO</b></div> <p>NFPA 2112/12</p>	<div style="background-color: #a52a2a; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"><b>FUEGO</b></div> <p>UNE-EN 61482-1-1:2010 UNE-EN 61482-1-2:2015</p>	<div style="background-color: #6a3d9a; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"><b>CORTE</b></div> <p>EN 388:2016</p>
			<div style="background-color: #a52a2a; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"><b>FUEGO</b></div> <p>EN 13911:2017 EN 1149-5/08</p>	<div style="background-color: #a52a2a; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"><b>FUEGO</b></div> <p>NFPA 1971</p>	<div style="background-color: #a52a2a; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"><b>FUEGO</b></div> <p>EN ISO 11611/15</p>		
			<p>EN 13911:2017 EN 1149-5:2018</p>	<p>EN ISO 11611/15</p>			



## Materiales responsables

La proveniencia de materiales y la trazabilidad de nuestro producto desde el punto de extracción de la materia prima son conceptos indispensables para garantizar que ofrecemos productos fabricados con materiales responsables, tanto para la sociedad como para el medio ambiente.

Antes de la llegada de las materias primeras a nuestras instalaciones, estas son transformadas en su origen por nuestros proveedores. Por esa razón, es de vital importancia las relaciones que mantenemos con ellos a lo largo de toda nuestra cadena de suministro.

01 INTRODUCCIÓN	<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
	<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
		BUFF® Transformation Journey	84



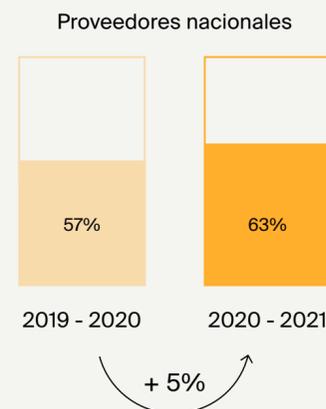
<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## Homologación de proveedores y su materia prima

La cadena de valor y los proveedores de la compañía nos presentan constantemente oportunidades de mejora tanto en el producto como en nuestro modelo de negocio. Ser conscientes de la mejora continua que buscamos como compañía en cuanto a calidad, sostenibilidad y relación con nuestros proveedores nos empuja a buscar siempre la mejor opción y a trabajar de su mano para ofrecer nuestros mejores servicios a nuestros clientes.

En primer lugar, todos nuestros proveedores deben cumplir con el código de proveedores de ORIGINAL BUFF, S.A. donde se comprometen a respetar los derechos humanos, normativas y leyes aplicables, salud y seguridad, remuneración justa, derechos de asociación, así como protección y respeto por el medio ambiente. Además, desde el área de compras estratégicas y calidad se realizan anualmente auditorías de proveedores.

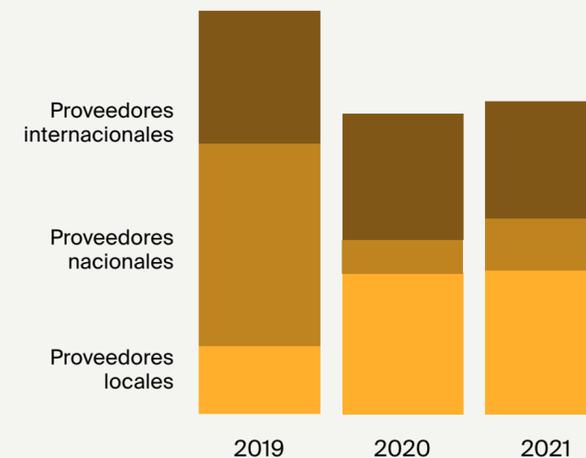
Durante el año fiscal 2020-2021 el porcentaje de proveedores en territorio nacional ha representado el 63% del total de proveedores, un 5% más que el pasado año.



Para conseguir un control más exhaustivo, adaptable y flexible a las necesidades de la producción externa, la relación proveedor-cliente es clave. En este caso, se ha decidido apostar por la localización e internalización de proveedores.

**Durante los próximos años, nos hemos marcado el objetivo de localizar la fabricación externalizada de Knitted en España.**

El objetivo es hacerlo con el 100% de este tipo de productos, los volúmenes y la complejidad marcaran el resultado. Esta acción está enmarcada dentro del nuevo Plan director de la *Supply Chain*, donde el objetivo es optimizar los procesos y incorporar la sostenibilidad como uno de los drivers más importantes. De esta forma, fortaleceremos la relación con los proveedores, garantizaremos la producción responsable de todos nuestros productos y reduciremos nuestra huella de carbono en cuanto al transporte *upstream*.



## Certificación de materiales

Igual que con los proveedores, desde el área de diseño, compras estratégicas y calidad se presta especial atención en la elección de los mejores materiales para los productos de la marca. Con el fin de avanzar en nuestro camino hacia la sostenibilidad debemos dar importancia a la materia prima, la cual será el primer molde para determinar nuestro producto final.

El programa *ACT MORE*, entre otras acciones, conlleva evolucionar a una producción con materiales más sostenibles realizando una transición de los materiales actuales a; materiales de origen reciclado para las fibras sintéticas (poliéster y poliamida) e incremento de fibras naturales en nuestros productos.



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## Materiales Naturales

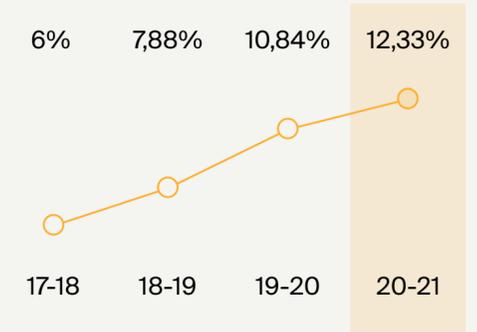
La apuesta por materiales naturales surge del compromiso de evitar que nuestros productos provengan de la extracción del petróleo y así no contribuir en la explotación de recursos naturales finitos. La elección de la compañía respecto a materiales naturales se fundamenta básicamente en la utilización de la lana como materia prima.

De hecho, no nos basta con utilizar productos naturales en lugar de sintéticos, vamos más allá y toda la lana utilizada para nuestros productos está certificada por *Bluesign*, lo que comporta

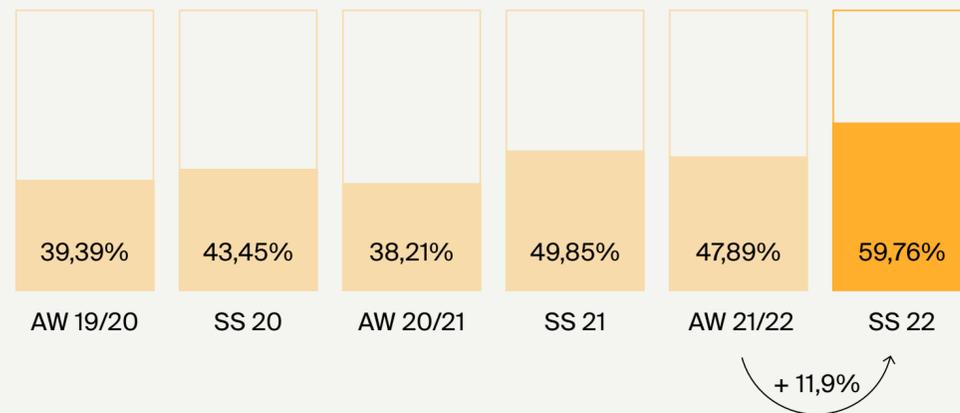
que la trazabilidad del material está registrada. Además, el proveedor de lana contiene la certificación de bienestar animal de ovejas *IWTO (International Wool Textile Organisation)* y asegura una extracción de la lana merino *mulesing free*. De este modo, garantizamos que nuestro producto proviene de una cadena de suministro ética y socialmente responsable, dando énfasis al trato animal.

El indicador que nos permite seguir la evolución de artículos naturales en las colecciones es el siguiente:

Artículos de origen natural



Artículos con +85% de material reciclado



## Materiales Reciclados

Durante la colección AW18-19 ORIGINAL BUFF S.A. sacó al mercado sus primeros productos con poliéster reciclado. Desde entonces, el porcentaje de artículos con material reciclado dentro de nuestro catálogo no ha parado de aumentar. El poliéster es una de las fibras que más utilizamos y por este motivo es un orgullo que, además de que el material sea de origen reciclado, esté certificado por *GRS (Global Recycled Standard)*.

Desde diseño ya se está trabajando en la nueva colección SS22 en la cual el porcentaje de artículos con más del 85% del material reciclado aumentara un **11,9%** respecto a la pasada colección.

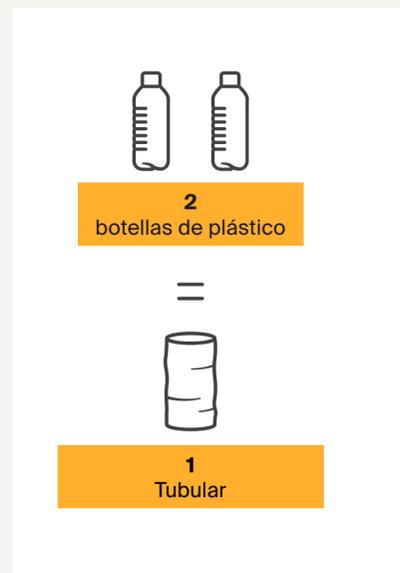


<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## REPREVE®, la historia

Uno de los materiales más usados en nuestros productos es el poliéster reciclado. Pero ¿a qué reciclaje nos referimos cuando hablamos de poliéster reciclado?

Uno de los impactos climáticos más importantes actuales es la abundancia del plástico residual en entornos naturales, debido a su resistencia para degradarse naturalmente. REPVE® y el poliéster reciclado nos ha dado la posibilidad no solo de disminuir al máximo el uso del poliéster sintético y virgen en la producción de nuestros productos, sino también de contribuir en el reciclaje de botellas de plástico. En ORIGINAL BUFF, S.A., como compañía outdoor, sentimos la responsabilidad de cuidar de nuestro entorno y de prevenir la presencia de botellas de plástico en entornos naturales mediante una producción responsable. Tal y como indicamos en el indicador anterior, cada vez son más los productos BUFF® con material reciclado.





## Innovación continua

Poner en el mismo nivel la calidad del producto y la sostenibilidad conlleva una inversión continua en innovación. Con el objetivo de liderar la carrera de productos *outdoor en high performance* y sostenibles, destinamos muchos esfuerzos a la innovación y prospección de nuevos materiales. La política de trabajo de transversalidad de todas las áreas de la compañía, promoviendo la comunicación y el trabajo en equipo, acaba dando resultado, ofreciendo productos nuevos, innovadores y sostenibles.

02 ACT MORE

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

INFORME DE SOSTENIBILIDAD Mayo 2020 - Abril 2021



### Novedades en innovación sostenible

Dos de los productos que han evolucionado, originariamente de poliéster virgen y ahora a partir de poliéster post consumo reciclado son la Pack Run Cap y la Pack Sahara Cap.



La nueva Pack Run Cap mantiene su ligereza y alta calidad, pero actualmente es producida con un **90% de poliamida reciclada**.



#### Antes

Cuerpo:  
1% poliéster,  
9% elastano  
90 % poliamida.

#### Ahora

Cuerpo:  
10% elastano  
90% poliamida reciclada.

#### Antes

Cuerpo:  
82% nailon,  
15% poliéster,  
3% elastano

#### Ahora

Cuerpo:  
100% poliéster reciclado

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



## Resiliencia innovadora y sostenible adaptada a la pandemia

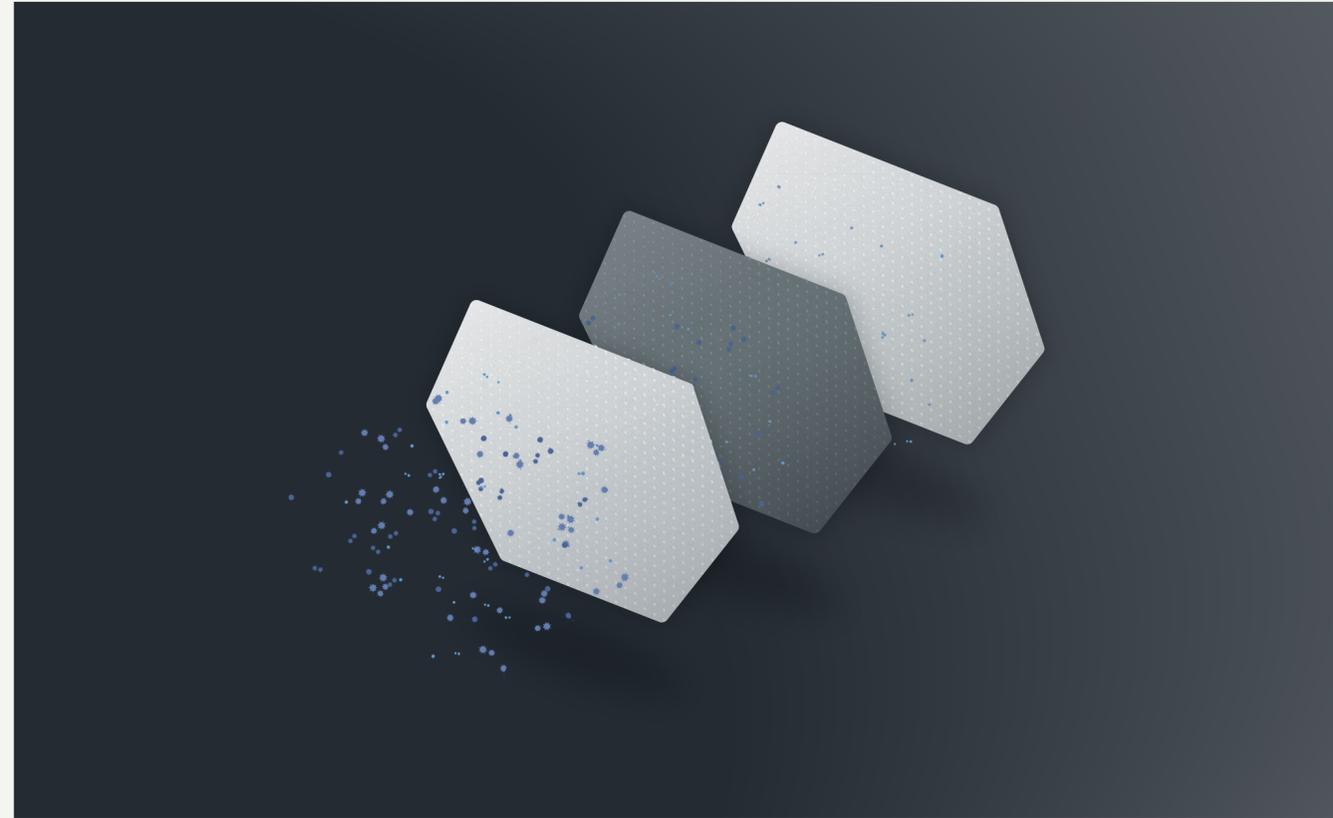
El 2020 pasará a la historia de la humanidad por ser el año de la pandemia. Y para nosotros, el 2020 pasará a la historia por ser el año donde supimos adaptarnos y demostrar nuestra gran resiliencia ante cada situación inesperada.

Esta resiliencia a nivel de producto se traduce en el lanzamiento exprés de los cobertores faciales *Filter Mask* i las *Filter Tube*, con filtros que cumplen con el estándar *CWA 17553:2020* y *UNE-0065:2020*.

Los dos productos fueron lanzados al mercado al cabo de dos meses de empezar la pandemia, siempre sin perder nuestra esencia sostenible, hechas de poliéster reciclado siendo fabricadas en en nuestras instalaciones de Barcelona.



Composición del tejido exterior: **95% poliéster reciclado** 5% elastano



02 ACT MORE	<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
	<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84	



## Objetivos y retos para la próxima colección

Durante este año fiscal 2020-2021 nuestro equipo de diseño trabaja en el desarrollo de la colección de otoño - invierno 2021-2022. Una de las novedades de AW21/22 que nos espera es el **Dryfix®** con un 72% de materia prima reciclada de botellas de plástico y airbags de coches.



### Antes

49% poliamida,  
47% poliéster,  
4% elastano.

### Ahora

24,5% poliamida reciclada,  
24,5% poliamida,  
47% poliéster reciclado,  
4% elastano.

Nuestro objetivo para las próximas colecciones es seguir impulsando la transición de los materiales utilizados para poder ofrecer cada vez más productos hechos a partir de fibras recicladas o naturales, potenciar la circularidad y el uso de tecnologías sostenibles manteniendo los altos estándares de calidad ofrecidos a través de la innovación continua.

02 ACT MORE	<b>01 INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02 ACT MORE</b>	15
	02.1 Productos sostenibles	17
	02.2 Producción responsable	29
	<b>03 PROTECT MORE</b>	39
	03.1 Pasión por la naturaleza	41
	<b>04 CARE MORE</b>	50
	04.1 Compartir con las personas	52
	04.2 Compromiso con las personas	68
	04.3 Transparencia y ética	75
	<b>05 AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
	05.1 BUFF® Transformation Journey	84



# Promoviendo la circularidad de los productos

## Upcycled Bag, avances hacia la circularidad

Un ejemplo de las acciones de economía circular que hemos llevado a cabo este año ha sido el desarrollo de la *Upcycled Bag*, una bolsa para guardar los *Filter Tube* o *Filter mask* fabricada a partir de residuos de *Thermonet*® generados durante la fabricación del tubular.

Los equipos de diseño e innovación han creado y comprobado la viabilidad y disponibilidad del residuo textil de producción para la creación de la *Upcycled Bag*. En consecuencia, se ha evitado la compra de materia prima, fabricación de un nuevo tejido y sus procesos de acabado, además de dar una segunda vida a residuos generados de por la propia actividad industrial. Un paso más hacia la circularidad de materiales.



## ¿Cómo podemos dar una segunda vida a nuestros tubulares?

Con esta pregunta lanzamos un concurso a través de nuestra intranet corporativa. Decidimos buscar ideas para dar una segunda oportunidad a los tubulares que llegan a su fin de vida útil. A través de esta iniciativa, se encontró la manera de implicar a todas las personas en la búsqueda de nuevas oportunidades de economía circular. Y es que alargar la vida útil de un producto como nuestro tubular es todo un arte y, de hecho, despertó la creatividad de muchas personas.

Diademas, fundas de cojín, estuches, neceseres... un sinfín de propuestas que nos demostraron que el compromiso con el medio ambiente está presente en todos y cada uno de nosotros.

La votación fue un éxito rotundo y la persona cuya idea resultó ser la más creativa se llevó un tubular único y exclusivo diseñado a su gusto.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>11</b>
02.1	Productos sostenibles	12
02.1.1	Alta calidad y durabilidad	13
02.1.2	Materiales responsables	14
02.1.3	Innovación continua	15
02.1.4	Promoviendo la circularidad de los productos	16
<b>02.2</b>	<b>Producción responsable</b>	<b>29</b>
02.2.1	Mejores prácticas circulares y ecológicas	30
02.2.2	Minimizando el impacto de nuestras instalaciones	35



# Mejores prácticas circulares y ecológicas

## Reciclaje de residuos

Los cambios en la producción, como por ejemplo el aumento que hemos experimentado del volumen de demanda, evidencian la relevancia que tienen los indicadores para nosotros, los cuales nos dan la oportunidad de analizar la eficiencia de nuestros procesos. Por esta razón y en un año tan peculiar como el vivido, estamos muy satisfechos de anunciar que, lejos de aumentar los kg de residuo por unidad producida, hemos disminuido nuestros indicadores de residuos.

02 ACT MORE	<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83	
	BUFF® Transformation Journey	84	



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## GESTIÓN DE RESIDUOS NO PELIGROSOS

	2020-2021	2019-2020	2018-2019
Papel transfer (kg)	217.085	106.200	110.240
Papel y cartón (kg)	135.745	83.200	93.750
Plástico (kg)	10.400	3.5200	4.330
Madera (kg)	23.389	19.800	8.160
Tejido (kg)	18.460	8.670	14.890
Unidades producidas	10.547.797	5.509.029	6.842.141
Residuos no peligrosos (kg/ud)	0,036	0,042	0,035

## GESTIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS

	2020-2021	2019-2020	2018-2019
Paños contaminados (kg)	515	265	292
Envases de tinta (kg)	1.323	1.103	861
Fluorescentes (kg)	34	63	60
Tinta estampación (kg)	344	320	339
Unidades producidas	10.547.797	5.509.029	6.842.141
Residuos peligrosos (gr/ud)	0,347	0,317	0,233

Estos resultados evidencian que los esfuerzos diarios para optimizar nuestra cadena de suministro y reducir nuestro impacto funcionan y que por ello debemos seguir impulsando la mejora continua en todas las áreas de nuestra cadena de valor.



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## Convirtiendo residuos en nuevas oportunidades

**La prioridad de ORIGINAL BUFF, S.A. en materia de residuos es reducir al máximo el impacto generado debido a nuestra actividad industrial.** Anualmente evaluamos que oportunidades de mejora existen vinculadas a la gestión de residuos, por eso, durante el ejercicio 20/21 hemos participado en el proyecto de Economía Circular conjunto de la UEA (Unión Empresarial del Anoiá) y ARC (Agencia Catalana de Residuos). Un proyecto que ha evaluado qué mejoras potenciales existen para dar segundas oportunidades a los residuos generados por nuestras instalaciones.

Durante este año nos hemos focalizado en dos tipologías de residuos con el objetivo de incorporarlos en el ámbito industrial como materia primera, estos son los palets de madera y el poliéster blanco, poliéster color y el tejido ignífugo.

## Palets reutilizados, reparados y reincorporados en el proceso productivo

Los palets que recibimos con las entregas de materia prima son un buen ejemplo de la política de reducción de residuos y circularidad que llevamos a cabo. Des de la fundación de ORIGINAL BUFF, S.A. los palets que acompañan la materia prima de producción han sido reutilizados para el almacenaje interno.

Ahora bien, dependiendo de las dimensiones, la composición o el proveedor que envía los palets, estos no son reutilizables. La estrategia de sostenibilidad de la compañía, marcada por mejorar siempre, nos ha impulsado a buscar alternativas a la salida del residuo. El resultado ha sido la asociación con una empresa local de reparación y venta de palets que aprovecha esta madera que, hasta ahora, era tratada como residuo. De este modo transformamos este residuo, añadiéndole valor para reincorporarlo en la cadena de suministro.

## El poliéster y el tejido ignífugo, de residuo a subproducto

De forma similar aprovechamos los residuos textiles de poliéster blanco y color y el tejido ignífugo. En este caso, nuestro gestor de residuos clasifica, limpia y compacta los restos de tejidos y los envía a plantas de trituración donde se convierte en subproducto. Nuestro tejido textil es aprovechado para fabricar desde tejido para construcción geotextil como las capas aislantes para de autopistas y grietas del suelo, hasta capas de aislante para automóviles.

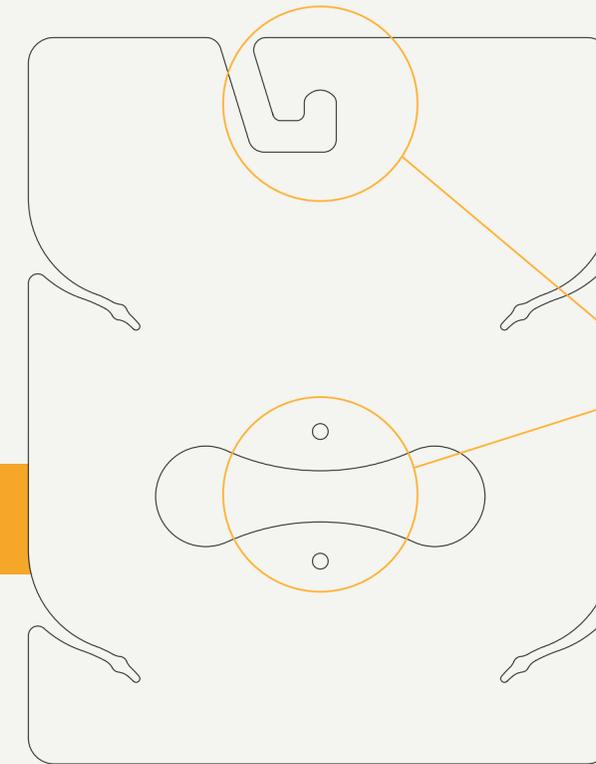


## Nuevo cambio de Packaging más sostenible

El empeño que tenemos en reducir nuestro impacto medio ambiental debe residir en nuestro producto y su diseño, además los procesos de producción. Somos conscientes de que el *Packaging* que acompaña nuestros productos suele convertirse en residuo, por ello nos hemos propuesto disminuir ese impacto.

Durante este año se ha desarrollado un nuevo *packaging* que se empezará a aplicar a partir de la colección AW2122.

El nuevo packaging será fabricado con un 80% de su contenido de origen reciclado y será 100% reciclable.



La eliminación del hook nos permitirá evitar, en el año actual, la utilización de 11 toneladas de plástico.

Este desarrollo permite eliminar el *hook* de plástico que se incorpora en las carátulas, así como sustituir el *navet* por cartón 80% reciclado y 100% reciclable.

02 ACT MORE

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## BUFF®, calidad certificada

Un año más, una de nuestras prioridades es ofrecer a nuestros clientes la más alta calidad tanto en nuestros productos como en el proceso de producción. Y siempre con un sistema de gestión ambiental integrado que certifica nuestro compromiso con el medio ambiente. Por eso, para nosotros es muy importante contar cada año con la renovación ISO 9001 y ISO 14001; además de colaborar constantemente con laboratorios acreditados para garantizar la máxima calidad de nuestros productos. Leitat, Aitex o Eurofins son algunos de los laboratorios con los que trabajamos.

Desde hace más de 10 años cumplimos con las certificaciones ISO9001, ISO14001 superando año tras año las auditorías externas pertinentes. Además, a nivel social también estamos certificados con la SGE-21. Estas tres certificaciones no solo nos sirven para demostrar nuestro compromiso con el medio ambiente, los aspectos sociales y la calidad de los productos y nuestra organización, sino que nos brindan las herramientas necesarias para poder mejorar continuamente en todos los ámbitos.



INFORME DE SOSTENIBILIDAD Mayo 2020 - Abril 2021



## Solidaridad y sostenibilidad, unidas en una sola iniciativa

Con el inicio de cada temporada y el lanzamiento de nuevas colecciones, algunos productos de la marca dejan de estar disponibles en nuestros canales de venta por el hecho de pertenecer a temporadas pasadas. Lejos de buscarles un sitio para almacenarlos durante años, buscamos alternativas para darles salida. Es el caso de nuestra participación bianual en el REC.O, evento que se celebra en Igualada donde se transforma efímeramente un antiguo barrio industrial y diferentes firmas de moda pueden vender sus productos a precios muy rebajados en fábricas y adoberías.

Pero si además de poder dar salida a estos productos, podemos incentivar la solidaridad, nos encontramos ante la mejor combinación de las posibles. Lo hacemos realidad gracias al Mercado de Navidad que celebramos cada año en nuestras instalaciones. Es un día que todas las personas que trabajan en BUFF® tienen señalado en su calendario. En este mercado, abierto solo a personas trabajadoras, vendemos productos de otras temporadas y la recaudación se destina íntegramente a diferentes causas sociales. Algunas de ellas, elegidas por las mismas personas que colaboran con la iniciativa.

A pesar de la pandemia, no quisimos renunciar a poder celebrar este mercado benéfico. Para ello, extendimos su celebración durante varios días, diferentes turnos, con aforo limitado y siguiendo todas las medidas de seguridad. Fue una buena manera de reencontrarse con responsabilidad y de seguir celebrando la solidaridad y la voluntad de ayudar que tanto nos une.

02 ACT MORE	<b>01 INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02 ACT MORE</b>	15
	02.1 Productos sostenibles	17
	02.2 Producción responsable	29
	<b>03 PROTECT MORE</b>	39
	03.1 Pasión por la naturaleza	41
	<b>04 CARE MORE</b>	50
	04.1 Compartir con las personas	52
	04.2 Compromiso con las personas	68
	04.3 Transparencia y ética	75
<b>05 AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83	
05.1 BUFF® Transformation Journey	84	

### Una nueva vida también para los equipos informáticos

Del mismo modo que buscamos dar salida a los productos de otras temporadas, también lo hacemos con los equipos informáticos que no usaremos más en nuestras instalaciones, bien sea porque hayan dejado de ser necesarios o porque se hayan renovado los dispositivos.

En el reciclaje informático también vimos la oportunidad de ser sostenibles y su vez solidarios. Así que toda la recaudación que se consigue se destina a entidades sociales. De nuevo, es una iniciativa que implica a todas las personas que forman parte de la empresa.

### Mercado de Intercambio para colaborar con la circularidad del territorio

Con la voluntad de acompañar a las empresas de la zona hacia un nuevo modelo económico, la Unión Empresarial de la Anoia puso en marcha un nuevo espacio en su página web dedicado a la economía circular. Se trata del Mercado de Intercambio, iniciativa a través de la cual las empresas pueden intercambiar productos sin contraprestación económica. El objetivo es alargar la vida útil de los productos y dotar a las empresas de información y recursos para aminorar el impacto en su entorno y contribuir a la sostenibilidad del territorio.

Gracias a esta plataforma hemos podido ofrecer a otras empresas productos como puertas, maderas y jaulas metálicas que ya no usábamos para que fueran reaprovechadas. Así generamos un entorno de colaboración para ser más sostenibles y comprometidos con el medio ambiente.





# Minimizando el impacto de nuestras instalaciones

## Retos constantes en eficiencia energética

La tecnología y la innovación evolucionan constantemente y la eficiencia energética es un compromiso y un indicador que nos tomamos muy en serio. Conseguir que nuestra energía eléctrica no se traduzca a emisiones de CO<sup>2</sup> a la atmosfera es todo un orgullo para la compañía. Si bien es cierto que durante el año 2019 dimos el paso hacia la electricidad de origen 100%

renovable, la eficiencia energética es para la compañía más bien un *modus operandi*.

Por esta misma razón, cada año se destina parte del presupuesto a acciones que disminuyan nuestro consumo, minimizando costes y energía que podrá ser destinada a otros procesos y/o actividades.

Las acciones de eficiencia energética dentro del programa ACT MORE del año fiscal 2020-2021 han sido varias, unas con más peso que otras, pero todas indispensables en el camino hacia una producción sostenible y eficiente.

02 ACT MORE

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## Indicador ORIGINAL BUFF S.A. HQ

0.177 kwh/ud fabricada, 18% menos que FY19-20.

Instalaciones	Consumo energético (kWh)
ORIGINAL BUFF, S.A. HQ	1.863.877
BUFF Canada Ltd.	11.320
BUFF, Inc. OFFICE	46.315
BUFF, Inc. WAREHOUSE	498.200
BUFF GmbH OFFICE	13.769
BUFF GmbH WAREHOUSE	4.616
BUFF UK Limited	1.222

- Instalación de placas fotovoltaicas
- Reconfiguración del sistema web de controladores y aires acondicionados
- Nuevos termostatos digitales de calefacción que separan la planta de producción de la de almacén de expediciones en *Headquarters*
- Renovación, reubicación y mejora de humidificadores más eficientes
- Nueva iluminaria LED en el exterior de *Headquarters*

### Para el próximo ejercicio se prevé:

- Una nueva iluminación LED en los almacenes de expediciones y de materia prima
- La renovación de más humidificadores y la segunda fase del *Smart Factory*
- El monitoreo de consumos de subcuadros eléctricos que permitirá analizar la red eléctrica y detectar micro cortes
- Monitorización del encendido y apagado del equipo de máquinas de producción
- Mejora de eficiencia y optimización de los equipos de aire comprimido
- Implantación de cultura LEAN, nos ayudara a ser más eficientes en nuestros procesos.



## Las placas fotovoltaicas y la autogeneración son ya una realidad

Una de las inversiones en infraestructuras más importante que se ha realizado este año ha sido la instalación de placas fotovoltaicas (1060 paneles solares de 395p/ut) en el tejado de nuestras instalaciones. A finales de este año fiscal está acción englobada en ACT MORE se ha convertido en una realidad y a partir de ahora seremos capaces de autogenerar 30% de la electricidad que consumimos anualmente.

El resto de electricidad consumida seguirá proviniendo de fuentes 100% renovables gracias al acuerdo con SOM ENERGIA.

02 ACT MORE

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

- 1060** paneles solares de 395Wp/ud.
- 34%** cobertura del tejado de las instalaciones.
- 30%** del consumo de energía de la fábrica provendrá de energía solar.





<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## Sensorización para el consumo de agua

Como a muchas organizaciones, la pandemia nos ha forzado a adaptarnos y uno de los cambios que hemos realizado y que sin duda quedará en un futuro es la sensorización de los grifos de agua de toda la compañía. Esta medida no solo nos ha permitido aumentar la higiene y seguridad dentro del lugar laboral, sino que además nos permite ahorrar agua cuando no hay movimiento o actividad debajo del grifo.

### Indicador ORIGINAL BUFF S.A. HQ

5,76 m<sup>3</sup>/ persona, 14,3% menos que FY19-20.

Instalaciones	Consumo de agua (m <sup>3</sup> )
ORIGINAL BUFF, S.A. HQ	2413
BUFF Canada Ltd.	41,6
BUFF, Inc. OFFICE	407
BUFF, Inc. WAREHOUSE	
BUFF GmbH OFFICE	29,77
BUFF GmbH WAREHOUSE	4,56
BUFF UK Limited	0

## La digitalización y el ahorro de papel

La reducción del uso de papel era uno de los proyectos que teníamos en curso para seguir avanzando, creciendo y participando de la mejora de la sociedad y del entorno. Para conseguirlo hemos impulsado algunas iniciativas que compartimos a continuación.

Disminución de un **41,1%** de las impresiones de papel respecto el pasado año fiscal 2019-2020.

### FIRMA DIGITAL

En marzo hicimos un paso más hacia la digitalización incorporando una nueva herramienta de firma digital. Así, documentación como contratos, cesión de derechos de imagen o trámites relacionados con la formación han pasado a gestionarse digitalmente. No solo se trata de un proceso de agilización de estos trámites, sino que nos permite reducir energía, tinta y especialmente papel. La documentación contractual suele contener muchas páginas, así que el ahorro de papel es muy significativo.

Así mismo, seguimos al lado de las personas acompañándolas en esta transición. Considerando que no todo el mundo está habituado a las herramientas ofimáticas, ayudamos durante todo el proceso a aquellas personas que lo necesitan.

### CATÁLOGO DIGITAL

Pero esta no es la única medida que hemos llevado a cabo en cuanto al ahorro de papel. Hemos estado trabajando en una nueva plataforma de B2B para que los catálogos de nuestras colecciones pasen a ser únicamente digitales. De esta manera, nuestros distribuidores pueden personalizar también el catálogo según el tipo de cliente y hacer pedidos automáticamente a través de la plataforma. Así, dejaremos de imprimir todos los catálogos que se entregaban en papel a distribuidores, agentes y clientes. Aunque actualmente estamos en un momento de transición, la idea es no imprimir ningún catálogo para la próxima colección AW2223.

Con el catálogo de la próxima temporada SS22 ahorraremos 3,09 toneladas de papel en comparación al catálogo SS21 (SS21 vs SS22 = 75%).

La implementación de estas medidas es un gran avance, pero parafraseando nuestro lema: siempre podemos hacer más. Así que seguimos estudiando nuevas iniciativas para reducir el uso de papel para minimizar nuestro impacto.



## Máquinas de vending en sintonía con nuestra filosofía

Otra de las acciones que hemos hecho efectivas ha sido el cambio de las máquinas de vending que tenemos en las zonas de comedor. Ampliar la oferta de productos saludables y ofrecer una solución más sostenible fueron las dos motivaciones que nos llevaron a replantearnos este cambio.

Con las nuevas máquinas, podemos usar directamente nuestro vaso de bambú corporativo. Este pequeño gesto se traduce en una rebaja del coste del café a modo de incentivo. Igualmente, los vasos que ofrece la máquina son 100% compostables.

Y para impulsar la reducción de las botellas de plástico que generamos, hemos instalado fuentes de agua para llenar las botellas corporativas tantas veces como queramos. Tanto el vaso de bambú como la botella forman parte del lote de productos de bienvenida que ofrecemos a las nuevas incorporaciones.

02 ACT MORE	<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
	<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>	
05.1	BUFF® Transformation Journey	84	



# **PROTECT** **MORE**

03



Para nosotros es primordial preservar este entorno que todos llamamos hogar. Por eso nos enorgullece liderar y participar en muchas iniciativas a nivel local e internacional creadas para ayudar a reducir el impacto medioambiental sobre el planeta.

Protect More refleja nuestra manera de contribuir a la preservación de la naturaleza en su conjunto, dando nuestro respaldo a proyectos y asociaciones que protegen nuestros recursos y ecosistema.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
	BUFF® Transformation Journey	84



# 03 PROTECT MORE 39

## 03.1 Pasión por la naturaleza 41

### 03.1.1 Conservación de los ecosistemas 42

### 03.1.2 Huella de carbono 45

03 PROTECT MORE	<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
	<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
	<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
	05.1	BUFF® Transformation Journey	84

# Conservación de los ecosistemas

## Compromiso con el entorno y la sostenibilidad

Son muchas las personas y organizaciones que se dedican diariamente a la protección y mejora del entorno. Proyectos pequeños o más grandes, con diferentes objetivos y en diferentes lugares del mundo. En nuestras instalaciones y en todos los procesos que llevamos a cabo internamente siempre tenemos presente la sostenibilidad. No obstante, queremos seguir haciendo nuestra contribución también más allá de nuestro ámbito de actuación. Es por eso que participamos activamente en proyectos sostenibles que organizan algunas entidades haciendo una aportación económica para garantizar la continuidad de los proyectos y difundiendo las causas para que tengan más repercusión.

Es el caso de la *European Outdoor Conservation Association (EOCA)*, organización sin ánimo de lucro de la cual somos miembros, que recauda fondos para proyectos de conservación en todo el mundo. Cada año, la cuota anual de los miembros se destina íntegramente a proyectos medioambientales que se deciden mediante votaciones abiertas públicamente o de los miembros. Algunos de los proyectos que se han podido financiar son: la reforestación y prevención de incendios forestales en la isla de Borneo, Indonesia; la mejora y conservación de los bosques y pasajes del Pirineo catalán; o la preservación de 50 hectáreas de bosques primario en la región francesa d’Auvergne.

Pero como dice nuestro lema, siempre podemos hacer más. Este año, adicionalmente a la membresía, decidimos dar apoyo mediante financiación a un proyecto en especial. Se trata del proyecto Dos Manos de la fundación Save The Med que se encarga de inspirar y empoderar a estudiantes mediante talleres educativos, limpiezas de playa y expediciones oceanográficas para que puedan ver con sus propios ojos la gravedad de la contaminación debido a los plásticos que sufre el Mediterráneo. El proyecto se focaliza en la sensibilización de las generaciones futuras con el objetivo de concienciar sobre la contaminación del mar y

los océanos, además contribuye activamente organizando recogidas de plásticos en las playas.

En la colaboración con estos proyectos, todas las personas que formamos parte de BUFF® estamos muy involucradas. De hecho, para la votación de los proyectos que se financiaran el año siguiente, hemos decidido previamente a través de una encuesta interna nuestro voto como miembro. Una manera de hacer partícipe a todo el mundo del impacto positivo que podemos generar gracias a estos proyectos y a todas las personas que hay detrás.



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



## FILIALES

Para el próximo año está previsto un plan estratégico que defina las donaciones a proyectos sociales y medio ambientales tanto desde las filiales como desde *Headquarters*. Para este año fiscal 2020-2021 las aportaciones económicas en ámbito ambiental y social totales son:

	MEDIO AMBIENTALES
ORIGINAL BUFF, S.A.	21,4k €
BUFF, Inc	64,4K \$
BUFF, Canada Ltd.	10K \$
BUFF, GmbH	0
BUFF UK Limited	0

03 PROTECT MORE	<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
	<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
	05.1	BUFF® Transformation Journey	84



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

### Protect Our Winters (POW) BUFF Inc. y BUFF Canada Ltd

Nuestra misión y nuestros valores están presentes en todos los ámbitos. Nuestras filiales también llevan a cabo iniciativas y acciones para proteger el entorno y la vida *outdoor* y *Protect Our Winters* es un ejemplo de ello. *Protect Our Winters* (POW) es una asociación de deportes de invierno de reciente desarrollo que promueve la energía limpia y aborda problemas del cambio climático. Desde BUFF Inc. y BUFF Canada Ltd se han destinado 15.000\$ y 10.000\$ a este proyecto, respectivamente. Este importe incluye una aportación económica, así como una acción adicional que dona un porcentaje de las ventas de productos POW con licencia.



### The Conservation Alliance BUFF Inc.

*The Conservation Alliance* es una asociación estadounidense que se fundó con el objetivo de conseguir un planeta donde los lugares salvajes, la vida silvestre y las personas prosperen juntas. Esta misión se alinea perfectamente con la nuestra compañía por lo que nos parece más que evidente que una de nuestras filiales, BUFF Inc. encontrara en este proyecto una razón para apostar por la protección de nuestro entorno *outdoor*. Des de BUFF Inc, se ha realizado una aportación económica de 11.500\$ que irá destinada a dichos propósitos.



### CAPTAINS FOR CLEAN WATER BUFF Inc.

Otra acción liderada por BUFF Inc. dentro del programa *Protect More* es la colaboración con la asociación *Captains For Clean Water*, una influyente asociación que encabeza la lucha por restaurar los recursos hídricos de la península de Florida, consiguiendo así concienciación ambiental y protección por la biodiversidad. Des de BUFF Inc. se ha hecho una aportación de 11.520\$ incluyendo la línea de productos customizados.





# Huella de carbono

Las compañías *Outdoor* debemos ser un ejemplo de compromiso, cooperación y responsabilidad de protección del entorno natural. Nuestros productos orientados a disfrutar del aire libre y la naturaleza hacen que sea más que evidente que debemos ser los impulsores de preservar los ecosistemas que nos rodean y promover su respeto.

El mismo nombre del programa DO MORE NOW clama que siempre se puede hacer más. En el caso de ORIGINAL BUFF, S.A., más para el bien del planeta. Está misión nos ha llevado a calcular por primera vez la huella de carbono, acción que nos abre la puerta a plantear un plan de neutralidad de emisiones de carbono para los próximos años.

Para nosotros ha sido todo un reto cuantificar el impacto de ORIGINAL BUFF, S.A. en emisiones de dióxido de carbono, acción que nos ha llevado a realizar un inventario de emisiones, análisis de procesos y nos ha servido para conocer un poco más nuestra compañía. Des de la publicación de la pasada memoria de sostenibilidad, hemos sido capaces de calcular la huella de carbono FY19-20 de *Headquarters* ORIGINAL BUFF, S.A. y la huella de carbono de FY20-21 de todo el grupo, incluyendo las *filiales*.

Además de cuantificar y dar un número de toneladas de dióxido de carbono, el cálculo de la huella de carbono nos ha permitido detectar las dos variables más importantes para reducir emisiones:



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## Miembros del Climate Action Corps (CAC) y del European Outdoor Group (EOG)

OIA | CLIMATE ACTION CORPS



En esta acción hemos sido acompañados y guiados por el programa *Climate Action Corps* (CAC) del *Outdoor Industry association* (OIA), y por el *European Outdoor Group* (EOG), de los cuales ORIGINAL BUFF, S.A. es miembro fundador. Las dos asociaciones, americana y europea respectivamente, agrupan las compañías outdoor para trabajar conjuntamente y reducir, hasta la neutralización, el impacto ambiental de este sector textil.

La adhesión a los dos grupos de trabajo es un compromiso y responsabilidad en cuanto a seguimiento continuo del impacto de nuestra organización, el planteamiento de objetivos de reducción y la realización de acciones. Un compromiso y una responsabilidad que forman parte de nuestra forma de ser y de entender el mundo.

## Acuerdo para la reducción de emisiones de CO<sup>2</sup>



Consultar los datos de la adhesión en: [www.gencat.cat/canviclimatic](http://www.gencat.cat/canviclimatic)  
Código de adhesión: 2021-A58034000-00

A nivel autonómico y local, una de las primeras acciones que nos ha brindado el cálculo de la huella de carbono dentro del marco de PROTECT MORE ha sido adherirnos al programa “*Els Acords Voluntaris per a la reducció de CO<sup>2</sup>*”, un programa de ámbito autonómico liderado por la Generalitat de Catalunya y la Oficina Catalana de Cambio Climático.

Este programa ofrece herramientas de cálculo, soporte y reconocimiento a esas organizaciones, públicas o privadas, que tienen instalaciones y/o realizan operaciones en la comunidad autónoma de Catalunya y que de forma voluntaria quieren establecer un compromiso con la reducción de sus emisiones. Por ello, con “*Els Acords Voluntaris*”, nos comprometemos básicamente a dos acciones anualmente: reportar el inventario de emisiones de la compañía y proponer medidas de mitigación.



## La Huella de Carbono de ORIGINAL BUFF, S.A.

El cálculo de la huella de carbono contiene tres grandes divisiones llamadas SCOPES. Las cuales son:

### SCOPE 1

*Emisiones directas.*

Emisiones que proceden del uso de combustibles fósiles de fuentes fijas, flota propia o emisiones difusas.

El SCOPE 1 y 2 son emisiones controladas directamente por nuestra compañía. En este caso las emisiones referentes al SCOPE 1 son producidas por equipos de calefacción de las instalaciones de *headquarters* y de cada filial y se han emitido a la atmosfera un total de **190,6 Tn de CO<sup>2</sup> eq.**

### SCOPE 2

*Emisiones Indirectas de electricidad comprada.*

Emisiones de energía comprada que se genera en las instalaciones del productor de electricidad, pero imputables a nuestra actividad.

En cuanto al SCOPE 2, este significa **91,19tn CO<sup>2</sup> eq** en el global del grupo. Nos enorgullece decir que ya se ha actuado en beneficio del medio ambiente y de la disminución de las emisiones de CO<sup>2</sup> de BUFF®. Nuestro proceso productivo se nutre en su totalidad de energía eléctrica y el 100% de nuestro consumo eléctrico es de origen renovable y/o autogenerado por placas fotovoltaicas. De no ser así y cogiendo como referencia el mix eléctrico nacional de 2020 publicado por fuentes oficiales (0,25kgCO<sup>2</sup> eq/kWh), se estima que desde *headquarters* hemos evitado la emisión de 466 Tn de CO<sup>2</sup> eq a la atmosfera (4 veces más de lo que emitimos actualmente).

### SCOPE 3

*Emisiones indirectas de terceros a consecuencia de nuestra actividad.*

Emisiones de la cadena de valor, inversiones, desplazamiento de personas, transporte de mercancías o el uso de los productos, entre otros.

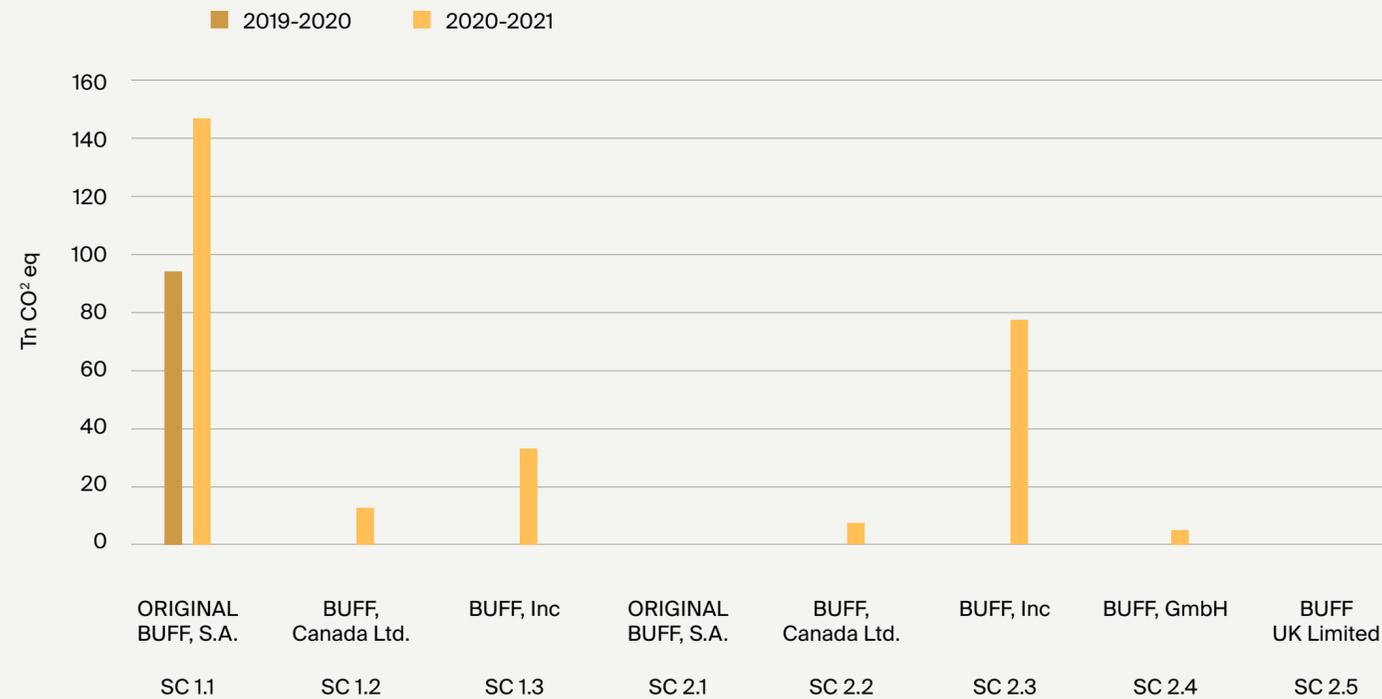
En lo que concierne al SCOPE 3, se ha realizado el estudio internamente del año fiscal 2019-20 para *headquarters* y se está realizando el cálculo para el año 2020-21, donde se van a incluir las emisiones de las filiales. Somos conscientes de que el SCOPE 3 contiene la mayor parte de las emisiones de nuestra organización y por este motivo, es de vital importancia la creación de nuevas bases de datos sólidas, el diseño de una buena metodología de obtención de información y asegurar la corroboración de los factores de emisión para cada categoría. En cuanto tengamos el cálculo definitivo se publicará en los canales oficiales de BUFF®.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

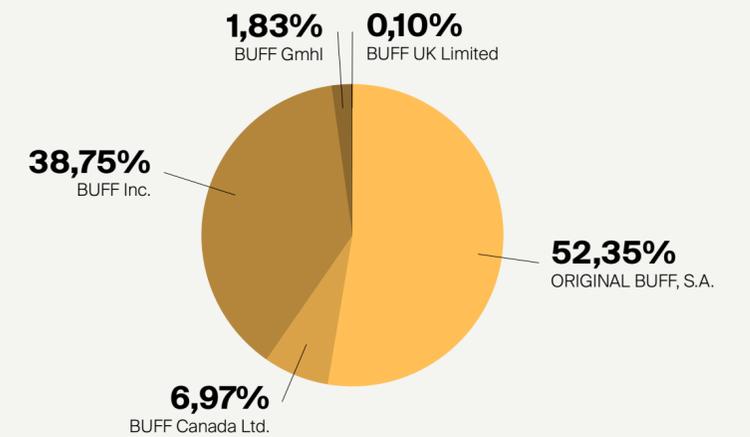


## La Huella de Carbono de ORIGINAL BUFF, S.A.

A nivel interno, hemos trabajado para *Headquarters* la huella de carbono del año fiscal 2019-2020, y se han incluido las emisiones de filiales para el año 2020-2021. En el siguiente gráfico se distinguen las emisiones de SCOPE 1 y de SCOPE 2 para cada año.



SC 1 y SC2 de ORIGINAL BUFF S.A. y filiales año fiscal 2020-2021



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## Planteamiento de objetivos y acciones

Con la realización de este estudio nos disponemos a analizar cómo comprometernos y posicionarnos en la reducción de nuestras emisiones, planteando objetivos y acciones que nos marcaran el camino hacia un modelo de negocio sostenible.

## Nueva Política de Home Office y la disminución de CO<sup>2</sup>

Durante la pandemia, todas las personas de nuestro equipo que por sus funciones laborales pueden trabajar en remoto, han hecho home office. La reducción de desplazamientos para ir al trabajo ha significado una disminución del 43% de las emisiones referentes al “*employee commuting*” respecto el ejercicio fiscal 19-20. Este hecho, acompañado de la intención de la compañía de potenciar la conciliación familiar de las personas, ha liderado la adaptación de la política de home office de la empresa. Así pues, desde septiembre de 2020 todas las personas que por sus funciones puedan llevar a cabo sus obligaciones laborales de forma remota podrán realizar hasta 3 días de teletrabajo a la semana. Esta acción se basa en potenciar nuestra misión: poner siempre por delante a las personas y al medio ambiente.

## La huella de producto, un nuevo objetivo

Una vez calculada la huella de carbono de nuestra organización nos hemos marcado como reto calcular la huella de nuestro producto, acción que nos brindará la oportunidad de conocer aún más nuestro producto y poder ser todavía más transparentes con la sostenibilidad y nuestros clientes. Este proyecto está previsto para el próximo año fiscal 2021-2022 y se llevará a cabo con la colaboración de MODACC (*Clúster català de la Moda*), FITEX (*Fundació per a la Innovació Tèxtil*) y la UdL (*Universitat de Lleida*).



# **CARE** **MORE**

04



Cuando se trata de cuidar de los nuestros, no hacemos concesiones. Tratamos a nuestra gente con cariño y respeto para mejorar el bienestar de todos los que trabajan con nosotros y forjar conexiones humanas más estrechas que hagan de nuestro camino juntos una mejor experiencia.

A través de nuestro programa Care More, trabajamos incansablemente para mejorar el bienestar de nuestros empleados y de la comunidad en su conjunto, haciendo todo lo posible para incluir a todo el mundo.

04 CARE MORE	01	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
	02	<b>ACT MORE</b>	15
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	03	<b>PROTECT MORE</b>	39
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	04	<b>CARE MORE</b>	50
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
	05	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
	05.1	BUFF® Transformation Journey	84



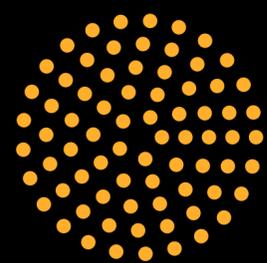
<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.1.1	Compartir beneficios	53
04.1.2	Desarrollo	55
04.1.3	Bienestar de las personas de la compañía	59
04.1.4	Comunicación interna	62
04.1.5	Diversidad e inclusividad	65

# Compartir beneficios

## Nuestra fotografía

### Empleados en plantilla



329

### Tipos de contrato



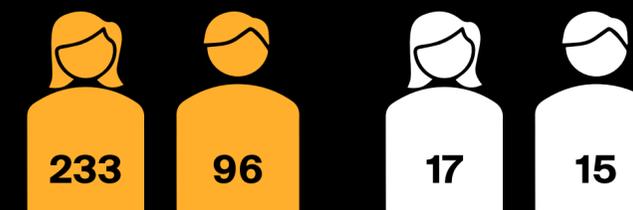
251

78

### Paridad

Plantilla

Equipo directivo



233

96

17

15

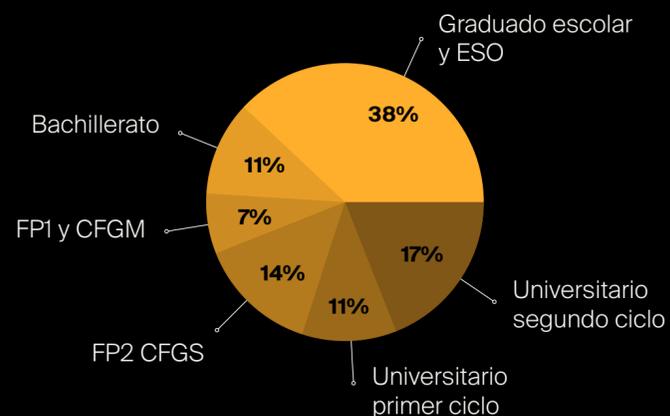
71%

29%

53%

47%

### Nivel de estudios



### Media edad



41 años

### Nacimientos



12

\*Todos los datos incluyen a las personas del grupo BUFF®

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
	BUFF® Transformation Journey	84



## Las personas, la parte más importante de BUFF®

En un entorno cada vez más digitalizado, las personas siguen siendo el pilar más importante de la compañía. Todas las tareas son importantes en el engranaje del negocio. Así que todo el mundo tiene una función sustancial para hacer posible que sigamos adelante.

Es por eso que consideramos que el sistema de compensación económico debe ser justo y basarse en la calificación y el rendimiento requeridos según el rol, independientemente del género u otros factores de diversidad. El sistema de compensación de BUFF® incorpora componentes de salario fijos y variables, primas de rendimiento, asignaciones adicionales y beneficios en especie. Las descripciones de puesto de trabajo están específicamente definidas en las fichas de trabajo, así como en la hoja de funciones de cada persona.

Ha sido un año muy duro, pero gracias al esfuerzo y resiliencia hemos sabido adaptarnos para seguir adelante con el negocio, generando nuevos puestos de trabajo y facturando de manera histórica.

Creemos que lo más justo es compartir y cuidar en todos los sentidos a nuestros trabajadores/as, por ello como reconocimiento al trabajo realizado por todas las personas, se llevaron a cabo distintas acciones:

### Summit 2021: la cima de nuestro plan estratégico

Se premia con un bonus extraordinario a toda la plantilla después de haber alcanzado los objetivos marcados en nuestro plan estratégico 2018-2021.

### Pago especial durante la pandemia

En vista del crecimiento imprevisto de ventas durante la pandemia, quisimos hacer un pago especial como muestra de agradecimiento por el papel que tuvo cada persona para lograr tan buenos resultados.

04 CARE MORE	<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
	<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
	05.1	BUFF® Transformation Journey	84



# Desarrollo

## Formación y desarrollo profesional

Tanto en la selección como en la incorporación, así como en todo el proceso de relación de la persona con BUFF®, buscamos que ésta se sienta valorada y vea en la empresa una oportunidad de crecimiento al lado de un equipo humano orientado hacia las personas y sus necesidades. Desde su primer día y durante todo su recorrido en la empresa.

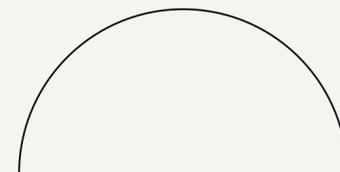
Uno de los objetivos que nos habíamos propuesto y que hemos llevado a cabo ha sido la implantación de un nuevo procedimiento de plan de acogida a través de la figura del tutor.

Este año, además, con vistas a los proyectos de futuro que tenemos como grupo, hemos empezado a trabajar la visión global y de grupo a través de iniciativas como las sesiones BUFF® Talks, donde hemos integrado por primera vez a las filiales en iniciativas de comunicación interna. Y teniendo en cuenta el nuevo plan estratégico, hemos invertido todavía más recursos para impulsar la formación general y profesional y fomentar así el crecimiento de todas las personas a la vez que evoluciona la empresa. Y sin olvidar nuestros valores, impartiendo también una formación de medio ambiente.

Por ello como reconocimiento al trabajo realizado por todas las personas, se llevaron a cabo distintas acciones:

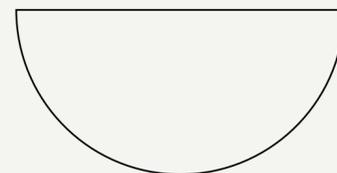
04 CARE MORE

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



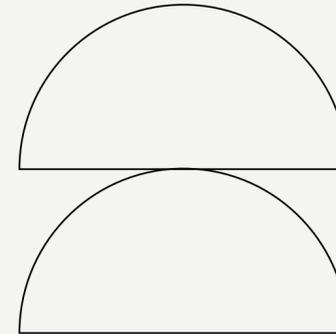
**103 altas**

nuevos miembros de BUFF®

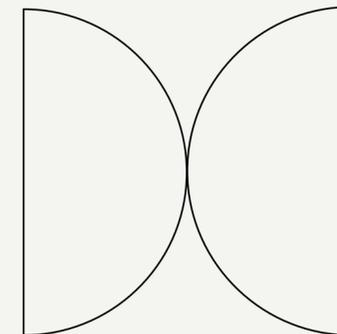


**49 bajas**

antiguos miembros de BUFF®



**7 promociones**



**3 movilidad interna**



## Formación al alcance de todas las personas

Creemos que el crecimiento de las personas y el del negocio deben ir de la mano. Por ello contamos con un Plan de formación individualizado para que todo el mundo pueda ampliar continuamente sus conocimientos y habilidades y mejorar su rendimiento. Subvencionamos la formación y capacitación siguiendo lo establecido en la Política de formación y también

realizamos formaciones internas donde personas con habilidades destacadas en áreas técnicas o de gestión se convierten en docentes de sus compañeros/as por un día compartiendo su conocimiento.

Horas laborales	Horas no laborales	Número de acciones	Número de sesiones	Personas	€
3633	2137	66	93	341	55.742,37€

Como nos encontramos inmersos en un proceso de transformación como compañía y estamos adoptando nuevas maneras de trabajar, este año hemos incrementado la inversión en formación y desarrollo de personas. Además, hemos puesto en marcha una nueva herramienta de formación:

	<p>Plataforma de aprendizaje virtual que a través de un test personal te ayuda a identificar cuáles son los cursos que encajan con tus inquietudes y pueden ayudarte con aquellas oportunidades de crecimiento. Detecta cualidades personales y profesionales para potenciarlas. Una oportunidad de formarse sin límites ni horarios y accesible desde cualquier</p>	<p>dispositivo móvil. Con un catálogo que cada mes suma nuevos cursos al centenar que incluye la oferta formativa. De una manera muy visual, didáctica y entretenida.</p> <p>Todas las personas de la organización tienen acceso a la plataforma de forma subvencionada al 100% por la compañía.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

04 CARE MORE	<b>01 INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02 ACT MORE</b>	15
	02.1 Productos sostenibles	17
	02.2 Producción responsable	29
	<b>03 PROTECT MORE</b>	39
	03.1 Pasión por la naturaleza	41
	<b>04 CARE MORE</b>	50
	04.1 Compartir con las personas	52
	04.2 Compromiso con las personas	68
	04.3 Transparencia y ética	75
	<b>05 AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
	05.1 BUFF® Transformation Journey	84



## Formación anual de medio ambiente para todo el equipo BUFF®

En el programa de CARE MORE es muy importante trasladar nuestra preocupación y concienciación respecto el delicado momento del planeta en cuanto a medio ambiente se refiere. No solo nos preocupamos por el impacto que puedan tener nuestros productos y actividad en el planeta, sino que también queremos generar un impacto positivo a la sociedad y a las personas a través de la sensibilización sobre la problemática ambiental y climática.

Una buena educación ambiental empieza en cada uno de nosotros. Desde la compañía cada año proponemos una actividad de formación de medio ambiente, y a pesar de las particularidades del pasado año, también hemos conseguido hacerlo. En este caso y aprovechando que este año todos hemos pasado mucho tiempo en casa, hicimos una formación telemática en forma de vídeo donde participaban personas de diferentes áreas compartiendo buenas prácticas domésticas y

ambientales. En la formación también se podía identificar cómo estas buenas prácticas pueden mitigar el efecto de algunas problemáticas climáticas actuales y aprovechamos para explicar también aspectos y avances medioambientales de la compañía.

Cuanto más seamos los que nos sumemos a la lucha por la protección del medio ambiente a diario, más personas recibirán este mensaje.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## BUFF® Talks: un nuevo punto de encuentro

La irrupción del teletrabajo aceleró el lanzamiento de uno de los formatos en auge: la transmisión en directo. Así nacieron las BUFF® Talks, un nuevo formato de reuniones con el objetivo de compartir iniciativas en las cuales estamos trabajando de una manera cercana y transparente. Tanto es así que son las mismas personas involucradas en cada proyecto las que presentan a los demás compañeros/as en qué punto estamos, dando voz en cada sesión a diferentes personas. Es un canal dinámico y participativo, que incluye un chat desde donde se pueden hacer llegar preguntas y comentarios que se trasladan al final de la sesión a los ponentes. La campaña de marca global Live More Now fue la gran protagonista de la primera sesión.

Las BUFF® Talks son accesibles para todo nuestro público interno. En el caso de las personas de Producción, si la sesión se emite durante su turno de trabajo, pueden seguirla a través de unas pantallas y altavoces que hemos instalado. En el caso de las personas de Oficinas, pueden seguirla desde su ordenador, trabajen ese día presencialmente o desde casa. Y en el caso de las personas de nuestras filiales, emitimos en directo la misma sesión en inglés adaptándonos a su horario.

Así, todas las personas reciben la misma información y pueden estar al día de todo lo que acontece a la empresa sintiéndose participe de cada paso que damos. A través de estas sesiones, compartimos e impulsamos proyectos de futuro conjuntamente para que todo el grupo esté implicado en el crecimiento y desarrollo de la empresa. Porque todas y cada una de las personas hacen posible que sigamos avanzando.





<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## La figura del tutor

En el ejercicio anterior nos propusimos poner en marcha un nuevo procedimiento de plan de acogida. El primer día es uno de los momentos más importantes en el proceso de cambio y, por este motivo, queremos acompañar a las incorporaciones para que tengan toda la información que necesiten y se sientan parte de la familia BUFF® desde el primer minuto. Lo hemos hecho a través de la nueva figura del tutor.

Los tutores y tutoras son personas que conocen bien la empresa, su estructura y todo el equipo. De hecho, son personas que se relacionan con todas las áreas y son un referente cuando alguien necesita ayuda. Son además personas cercanas e integradores y que se apuntan a todas las actividades. ¿Qué mejor perfil para dar la bienvenida a una persona nueva?

Gracias a la figura del tutor, las personas que se incorporan tienen un apoyo al que poderle preguntar cualquier duda, con quien ir a comer los primeros días, con quien compartir inquietudes y con quien empezar a vivir los valores y el espíritu que tanto sentimos. Se encargan también de explicar cómo funcionan los diferentes recursos compartidos y las herramientas informáticas.

Y eso no es todo. Todas las personas que se incorporan reciben un lote de productos sostenibles y corporativos para que puedan formar parte del Do More Now desde sus inicios.

## Trabaja con nosotros

Para que las personas que puedan estar interesadas en formar parte de BUFF® puedan consultar las ofertas activas y aplicar directamente en la página web de la marca, en octubre renovamos la sección: Trabaja con nosotros.

Esta sección, que supone una optimización de la gestión de currículums por parte del departamento de Personas, también ofrece la posibilidad de presentar una autocandidatura en el caso de que no haya ninguna vacante en el momento.

Así nos acercamos a los futuros candidatos de una manera más directa y podemos contar con una base de datos actualizada para poder seleccionar perfiles que estén alineados con los requisitos de las posiciones abiertas.



# Bienestar de las personas de la compañía

## Promoción de actividades deportivas: Magic Line 2020

Solidaridad, equipo y deporte en una sola iniciativa. Así es la Magic Line, caminata solidaria que organiza el Hospital maternoinfantil Sant Joan de Déu de Barcelona para recaudar fondos. Se trata de un evento anual que reúne a particulares y empresas para recorrer las calles de Barcelona, Mallorca y Valencia formando juntos una gran movilización solidaria. Para poder participar como empresa, es necesario haber recaudado un mínimo de 1.000 € para la causa.

Viendo en qué consiste la iniciativa, no se nos ocurrió mejor manera de poder unir nuestra pasión por el deporte y nuestro deseo de ayudar a la comunidad. En equipos, organizamos actividades solidarias para recaudar fondos. Todas ellas con un factor en común: disfrutar de un momento juntos y haciendo nuestra aportación al hospital.

Así fue como celebramos **desayunos solidarios en las oficinas, salidas en bicicleta, sesiones de spinning y zumba, partidos de futbol y actividades infantiles para conseguir nuestro reto.** Siendo fieles al estilo de vida activa que nos mueve, disfrutando de cada momento en equipo.

Logramos recaudar más de 3.000 € y completar el recorrido de 20 km de la Magic Line. Cuando cruzamos la meta, nos dimos cuenta de que aquel día solo era el broche final de un largo y dulce camino que habíamos iniciado para poder hacer nuestro donativo. La Magic Line es mucho más que una caminata, y para nosotros significó equipo, solidaridad y una buena manera de promover actividades deportivas. Una experiencia que recomendamos encarecidamente a todas las empresas.

04 CARE MORE

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

INFORME DE SOSTENIBILIDAD Mayo 2020 - Abril 2021





<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

## Un día confinados con...

Acostumbrados a compartir muchos momentos juntos en nuestras instalaciones, durante el confinamiento tuvimos que idear un plan de comunicación interna para seguir estrechando lazos a distancia. El hecho de no tener al lado a las personas con las que compartíamos muchas horas a diario hizo mella y en momentos de incertidumbre consideramos que debíamos seguir teniendo a las personas en el centro.

Con este razonamiento presente, impulsamos una iniciativa que consistía en compartir semanalmente una publicación en nuestra intranet dedicada a una persona de la compañía. Ese día nos confinábamos con esa persona para ver en imágenes y con una entrevista cómo estaba viviendo el confinamiento en su casa. **Vivimos la recta final del embarazo de una compañera, el nacimiento del hijo de un compañero, manualidades como**

**pasatiempo o las salidas al balcón para aplaudir al personal sanitario, entre otras muchas anécdotas.** Cada publicación se llenaba de 'me gusta' y comentarios. Cada vivencia que se compartía se vivía con mucha emoción.

Un día confinados con... nos permitió sentirnos más cerca de los demás cuando no podíamos salir de casa. Más unidos que nunca en unos momentos inciertos.

## Salud y Seguridad Laboral

Las personas están en el centro de cualquier decisión que tomamos. También en materia de seguridad. Garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable ha sido siempre una de nuestras máximas y con la llegada de la pandemia, esta labor se ha puesto todavía más en valor. Además del Comité de Seguridad y Salud y del Comité de Contingencia, hemos creado la figura del agente promoción de salud.

Los agentes promoción de salud son personas voluntarias que dedican parte de su tiempo a velar por la salud de los demás con el objetivo de hacer de nuestras instalaciones un espacio seguro y minimizar el riesgo de contagio. Gracias a su figura evitamos conductas de riesgo, fomentamos buenas prácticas y sensibilizamos sobre la importancia del cumplimiento de las medidas.

Su papel es esencial para protegernos los unos a los otros. Y su dedicación es altruista, demostrando una gran generosidad hacia el equipo.

### ABSENTISMO LABORAL

**Incapacidad temporal**  
129 días

29 días de media

**Accidente de trabajo**  
9  
5 sin baja médica  
4 con baja médica

9 días de media

**Maternidad / paternidad**  
866 días

### ABSENTISMO

**Permisos retribuidos**  
220 días

**Permisos no retribuidos**  
8 días



## Conciliación familiar y laboral

Como venimos repitiendo a lo largo de este informe, para nosotros las personas son el pilar de la organización. Todos juntos dirigimos nuestras acciones para orientarnos a las personas, propiciando un buen espíritu de equipo, bienestar y felicidad personal y laboral.

Consideramos importante dar voz y escuchar activamente a las personas para conocer la realidad del día a día y sus necesidades. Año tras año hemos ido implantando nuevas medidas de conciliación familiar y laboral con el objetivo de facilitar la compaginación y adaptación de estas dos áreas de la vida de las personas, entre las cuales están:



### FLEXIBILIDAD HORARIA Y TELETRABAJO

Debido a la situación marcada por la pandemia, el teletrabajo entró a formar parte de nuestro día a día, motivo por el cual decidimos hacer una revisión de nuestra política de home office.

En primer lugar, ampliamos la posibilidad de teletrabajar a todas las personas trabajadoras que puedan realizar su trabajo en remoto, independientemente de la lejanía de su domicilio respecto a nuestras instalaciones.

Además, instauramos un modelo híbrido en el que se puede trabajar desde casa hasta tres días a la semana. También establecimos un horario común de trabajo para facilitar las reuniones, pero dando una mayor flexibilidad en la hora de entrada y de salida.

Por último, hemos añadido un plus económico para compensar los gastos extras que se puedan derivar del hecho de trabajar desde casa.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



# Comunicación interna

## La comunicación interna: baza indispensable para afrontar la pandemia

Durante la pandemia, la comunicación interna se ha erigido como una herramienta con un gran valor estratégico. El confinamiento y el teletrabajo pusieron de manifiesto la necesidad de construir una comunidad y un equipo cohesionado también en la distancia. Algo que hasta ahora no se había contemplado porque convivíamos físicamente más de ocho horas al día. Se demostró entonces que la misión de la comunicación interna trasciende más allá de su labor informativa.

La incertidumbre, las inquietudes y la ruptura repentina de la rutina laboral forzaron un nuevo escenario donde la comunicación interna debía intervenir para establecer nuevos vínculos, cuidar la salud emocional,

fomentar la motivación de los equipos y mantener la productividad. También acompañar un nuevo modelo de trabajo influenciado por la digitalización, la gestión del cambio y la flexibilidad organizacional.

Nuestra intranet corporativa fue el punto neurálgico a través del cual compartimos información sobre seguridad y salud y la evolución de la situación sanitaria para que todo el mundo pudiera resolver sus dudas y estar al corriente de todas las medidas de protección que se implementaban en la empresa. También sirvió para compartir otro tipo de contenido:

<p><b>Carrera virtual solidaria UNICEF.</b></p> <p>Invitamos a todas las personas a sumar kilómetros en el equipo de BUFF® y fuimos compartiendo el ranking para incentivar la participación.</p>	<p><b>Valoración de la apertura de tiendas.</b></p> <p>Nuestros equipos de tiendas nos contaron de primera mano cómo vivieron las primeras semanas de reapertura de los comercios.</p>	<p><b>Resultados de ventas.</b></p> <p>Cada mes compartimos los resultados de ventas de todo el grupo y cómo han funcionado los diferentes canales que tenemos.</p>	<p><b>Viaja con BUFF®.</b></p> <p>Lanzamos un concurso de fotografía de viajes donde cada persona votó su favorita. Así pudimos viajar desde casa a través de los ojos de los compañeros/as.</p>
<p><b>La experiencia de ser voluntaria.</b></p> <p>Entrevistamos a una compañera que hizo un voluntariado con la Cruz Roja para explicarnos su experiencia y recordar cómo podemos hacer voluntariado.</p>	<p><b>La diversidad en BUFF®.</b></p> <p>Conocimos todas las nacionalidades y culturas que hay en nuestro equipo a través de un vídeo donde las mismas personas eran las grandes protagonistas.</p>	<p><b>Recomendaciones cinéfilas.</b></p> <p>Habilitamos un espacio para que quien quisiera pudiera recomendar películas y series para ver durante el confinamiento.</p>	<p><b>El proceso de inspiración de la colección SS22.</b></p> <p>El equipo de Diseño nos enseñó cuál es el proceso que siguen antes de empezar a diseñar una colección y todas las historias que había detrás de cada propuesta.</p>

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



Quisimos que todas las personas se sintieran acompañadas a través de contenido de todo tipo. Que hubiera espacio para la actualidad, pero también para dar voz a las personas, reconocer el esfuerzo realizado, compartir espacios, celebrar la diversidad y tener presentes nuestros valores. La interacción en las publicaciones demostró el afán de querer seguir conectados aún sin vernos personalmente. Y la voluntad de que así fuera supuso un incremento en el número de comunicaciones realizadas: 275 comunicados sobre 30 temas distintos.

04 CARE MORE	<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
	<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
	05.1	BUFF® Transformation Journey	84



## Buzón de sugerencias

Además de ir generando contenido, también pusimos en marcha un nuevo canal de escucha para que todo el mundo pudiera dejar ahí sus propuestas, peticiones o preguntas. Desde su activación, hemos recibido diferentes propuestas de mejora que se han implementado después de estudiar su viabilidad y aplicación. Y, además, han sido premiadas para agradecer el hecho de haber usado este canal.

Por ejemplo, las Upcycled Bag, las bolsas para guardar los productos con filtro a partir de residuos de Thermonet, nacieron de una sugerencia que recibimos en el buzón.

También la instalación de relojes digitales en diferentes puntos de la fábrica para poder saber exactamente qué hora es para los descansos y el inicio y fin de la jornada laboral.

Gracias al buzón de sugerencias y con la voz de todas las personas podemos seguir avanzando y mejorando con la creación de nuevos productos, procesos de trabajo o ideas sobre un nuevo beneficio.



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



# Diversidad e inclusividad

## Principios de BUFF®

Una de las frases que nos gusta repetir a menudo es que la diversidad nos enriquece. Siempre hemos pensado que son las diferencias las que precisamente nos permiten establecer equipos donde cada persona tiene mucho que aportar. Son equipos basados en el respeto, tolerancia, compromiso y aceptación frente a los otros. Gracias a este firme compromiso con la igualdad logramos continuar avanzando hacia la diversidad, la igualdad y el respeto de los derechos humanos.

Creemos que como compañía debemos tomar un papel activo para fomentar un entorno laboral inclusivo, donde no haya espacio para la discriminación y donde vivamos la diversidad como nuestra gran aliada. Siendo conscientes también de que la realidad actual de la compañía es la realidad actual de la sociedad, y si aprovechamos nuestro marco de actuación para sensibilizar y difundir conocimiento sobre las diferentes maneras de ser y de hacer, conseguiremos hacer una pequeña contribución en materia de igualdad que tendrá un impacto en toda la comunidad.

## Diversidad

Nos sentimos muy orgullosos de ser una organización diversa, donde promovemos un ambiente no discriminatorio y de igualdad para todas las personas que la integran independientemente de su nacionalidad, género, convicciones políticas y religiosas, orientación sexual, edad o capacidades. De ahí que contemos con los siguientes datos en las diferentes áreas:



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



## Plan de Igualdad y la Comisión de Igualdad

Para impulsar la implementación y difusión del Plan de Igualdad, así como velar por el cumplimiento de una igualdad real y efectiva en nuestra organización, en el mes de marzo constituimos la Comisión de Igualdad, integrada por personas interesadas en formar parte y buscando la máxima representatividad en cuanto a diversidad.

La Comisión organiza encuentros semestrales para trabajar conjuntamente las diferentes acciones contempladas en el Plan de Igualdad. Dicho plan contempla una serie de medidas ordenadas, con la definición de acciones concretas y se basa en los siguientes principios:

### COMISIÓN DE IGUALDAD

#### PRESIDENCIA:

**Úrsula Rodríguez,**  
*People Business Partner*

#### SECRETARÍA:

**Edmon Piqué,**  
*Executive Assistant  
& Area Manager*

#### VOCALES:

**Jordi Domènech,**  
*Demand Planning Coordinator*

**Laura Galindo,**  
*Auxiliar de Almacén*

**Martí Acedo,**  
*Quality Technician*

**Rosa Prat,**  
*Ayudante Formadora de Acabados*

#### Público objetivo

Está dirigido a las personas que integran BUFF®.

#### Revisable

Se adapta a la realidad patente en cada momento.

#### Participativo

Es un diálogo abierto con las partes interesadas y comisiones.

#### Transversal

Se focaliza en la igualdad de trato y oportunidades para toda la diversidad existente.

#### Evaluable

Se realiza un seguimiento y análisis para identificar el alcance de los objetivos marcados.

04 CARE MORE	<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
	02.1	Productos sostenibles	17
	02.2	Producción responsable	29
	<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
	03.1	Pasión por la naturaleza	41
	<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
	04.1	Compartir con las personas	52
	04.2	Compromiso con las personas	68
	04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83	
05.1	BUFF® Transformation Journey	84	



**Algunas de estas acciones concretas que se han llevado a cabo son:**

Implantación de los CV ciegos en los procesos de selección. Eliminamos las fotos y los datos personales como la edad para que las personas que participen en el proceso de selección puedan valorar las candidaturas de manera objetiva.

DPTs libres de estereotipos de género. Revisamos las descripciones de los puestos de trabajo siguiendo criterios equitativos para todos los cargos con independencia de la representación mayoritaria del género.

Elaboración de un Plan de Comunicación. Calendarizamos comunicaciones enfocadas a la igualdad y la diversidad, así como para compartir todos los avances de la comisión en cada reunión, con el objetivo de hacer partícipes a todas las personas de la ejecución del plan.

04 CARE MORE

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

**A modo de ejemplo, compartimos algunas de las comunicaciones que hemos hecho a través de nuestra intranet corporativa:**

**El compromiso de BUFF®.**

Declaración de nuestro compromiso con la igualdad de trato y oportunidades y anuncio de la creación de una Comisión de Igualdad.

**Presentación de la Comisión de Igualdad.**

Explicación de los objetivos y del funcionamiento de la comisión, además de la presentación de las personas que la integran.

**Sensibilización en días señalados.**

Difusión de información sobre la historia que hay detrás de cada día señalado, cuál es el contexto actual y cómo podemos ayudar.

**Encuesta sobre el uso del lenguaje inclusivo.** Recogida de opiniones y propuestas de mejora sobre el uso de lenguaje que hacemos en los diferentes canales de comunicación para evitar discriminaciones.

**Pequeñas acciones para avanzar en igualdad.** Puesta en conocimiento de buenas prácticas que se están llevando a cabo como la implementación de los CV ciegos.

Por ejemplo, para el día de la mujer, después de explicar algunas de las acciones que ya llevamos a cabo quisimos preguntar: ¿cómo más podemos ayudar a construir este mundo igualitario?; en el día de la diversidad cultural, compartimos un vídeo donde quedaron representadas todas las nacionalidades del equipo; y un ejemplo final, para el día del orgullo LGTBIQ+ narramos el origen de ese día y compartimos algunos datos de cómo se vive la diversidad en diferentes países.

Igualmente, sabemos que todavía queda mucho camino por recorrer para alcanzar la igualdad real y efectiva en todos los aspectos. Es por este motivo que reafirmamos nuestro compromiso con el entorno y la sociedad para impulsar el principio de igualdad, participando activamente en la consecución del mismo, aplicando los recursos de los cuales disponemos. Por delante quedan muchas más acciones que queremos implementar y en las cuales trabajaremos duramente para poderlas hacer realidad en el próximo ejercicio.



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.1.1	Compartir beneficios	53
04.1.2	Desarrollo	55
04.1.3	Bienestar de las personas de la compañía	59
04.1.4	Comunicación interna	62
04.1.5	Diversidad e inclusividad	65
<b>04.2</b>	<b>Compromiso con las personas</b>	<b>68</b>
04.2.1	Promoción de un estilo de vida saludable	69
04.2.2	Producción local	71
04.2.3	Apoyo a la comunidad local	72
04.2.4	Desarrollo sostenible	74



# Promoción de un estilo de vida saludable

## Programa de Ayudas Deportivas BUFF® 20/21

Por segundo año consecutivo, hemos llevado a cabo nuestro programa de ayudas deportivas para entidades sin ánimo de lucro que desarrollan sus proyectos deportivos en la Conca de Òdena. Una zona que, muy a nuestro pesar, encabezó todas las portadas de diarios e informativos por ser una de las más afectadas por la pandemia del coronavirus. De hecho, algunas entidades nos hicieron saber que esta ayuda económica daba alas al proyecto en unas circunstancias excepcionales.

Saber que entidades de diferentes disciplinas deportivas pueden continuar con su tarea social de fomentar el aprendizaje y la difusión de los valores deportivos le da sentido al programa. En total, 3.481 deportistas se han visto beneficiados por estas ayudas. Una iniciativa que refuerza nuestro compromiso con la sociedad y el entorno más directo.



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

### Becas KidSport – Bow Valley

Cuando los niños y niñas tienen acceso al deporte, todos ganamos. Está demostrado que mejoran su rendimiento académico, se convierten en líderes más fuertes, crean comunidades más seguras, fomentan la inclusión y también los hábitos saludables de por vida. Así lo afirma KidSport, entidad con la que colaboramos y a través de la cual hemos proporcionado subvenciones para ayudar a cubrir las tarifas de inscripción de menores de 18 años para que puedan jugar una temporada de deporte. Está destinado para aquellas familias que residen en el valle Bow Valley (Alberta, Canadá) que no pueden asumir el coste de la inscripción.

### Deporte inclusivo con Rocky Mountain Adaptative

Todas las personas merecen tener acceso a un estilo de vida saludable independientemente de sus condiciones. La organización benéfica Rocky Mountain Adaptative brinda a las personas con discapacidades la oportunidad de participar y aprender el deporte de montaña. Lo hace con actividades que van desde experiencias de un solo día hasta programas y campamentos de varios días. Hemos querido colaborar con ellos con una donación para adaptar el equipamiento a las necesidades de accesibilidad de los participantes y con una donación de mascarillas con filtros reemplazables.

### El programa Camping to Connect

Igual de importante es el acceso al deporte como el acceso a la naturaleza, a las actividades al aire libre. Con este cometido se fundó Camping to Connect, un programa de tutoría y aprendizaje experimental para jóvenes con pocos recursos de las comunidades del centro de Nueva York. Y es que según investigaciones que comparten los organizadores, las experiencias grupales al aire libre reducen el estrés, mejoran la salud física y conducen a mejores resultados educativos, a la vez que inculcan valores de liderazgo, cooperación y hermandad.

Además de ser patrocinadores del programa, el joven artista Martin Perry propuso un diseño para uno de nuestros tubulares que representa la esencia del programa y con el que además donamos el 20% del beneficio al programa.





# Producción local

## Creación de puestos de trabajo durante la Covid-19

Durante la pandemia, en España se registraron cifras históricas en cuanto al número de personas desempleadas. En ese justo momento, el auge de los deportes en el exterior y la producción de mascarillas nos supuso un aumento sustancial en el volumen de trabajo, por lo que tuvimos la oportunidad de generar nuevos puestos de trabajo para atender todas

las necesidades del negocio. Estamos muy contentos de haber podido contribuir también de esta manera con la comunidad. A continuación, la relación de personas contratadas por empresa en el área de Supply Chain detallada cada mes:



## Internalización y localización de procesos y proveedores locales

Poner el foco en la localización de procesos no solo nos permite disminuir nuestro impacto ambiental y garantizar la calidad y trazabilidad de nuestros productos, los cuales son aspectos primordiales para la compañía. Con la localización e internalización también potenciamos nuestro programa de *CARE MORE*, pues brinda a BUFF® la oportunidad de generar puestos de trabajo locales, garantizar el trato laboral ético, promover el talento y fortalecer nuestra comunidad.

Fortalecer nuestra comunidad implícitamente comporta transmitir los valores de BUFF®. Este hecho se ve consolidado y potenciado con la sólida relación que mantenemos con nuestros proveedores locales, y que además cada vez son más.

En este sentido este año internalizamos el lavado interno y una sección de corte. Además, para las próximas temporadas, como ya se ha avanzado en el programa de *ACT MORE* se prevé internalizar la producción de gorras y localizar la colección de *Knitted*.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



# Apoyo a la comunidad local

## Donación de productos para recaudar fondos

Además de destinar ayudas económicas a diferentes iniciativas medioambientales y sociales, otra de las modalidades de colaboración que llevamos a cabo desde hace años es la donación de producto. Muchas de las entidades sin ánimo de lucro organizan actividades para recaudar fondos que cubran los gastos de su actividad. Es el caso de la Fundación de Oncología Infantil Enriqueta Villavecchia o la Fundación Adana, que trabaja en la inclusión de infantes, jóvenes y adultos con TDAH, TEA o Trastornos del Neurodesarrollo. Las dos entidades organizan mercadillos benéficos, entre otras muchas actividades, para conseguir fondos que les permitan seguir con sus programas. Mercadillos donde hemos vuelto a participar este año con un donativo de producto de otras temporadas.



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



## La solidaridad en tiempos de Covid-19

Muchas de las iniciativas solidarias que presentamos en este informe son acciones que llevamos repitiendo desde hace años. La voluntad de ayudar y poder hacer una aportación a la sociedad siempre ha estado presente en cada paso que hemos dado. Sin embargo, en tiempos de pandemia sentimos la necesidad de volcarnos todavía más con las personas.

Destinamos gran parte de nuestros recursos para poder colaborar en distintos niveles: por un lado, atención sanitaria para los pacientes y los profesionales que estaban en primera línea, pero también atención social para aquellas personas que sufrieron las consecuencias derivadas de la pandemia. Así fue como llevamos a cabo las siguientes donaciones:



En colaboración con el Hospital de Igualada, ciudad donde están situados nuestros *Headquarters*, para comprar un videolaringoscopio que permite ver en alta resolución las vías respiratorias y hacer un mejor diagnóstico del estado de los pacientes afectados por la Covid-19.

La declaración del estado de alarma puso de manifiesto la situación de vulnerabilidad de las personas sin hogar que no podían confinarse ni seguir las recomendaciones de protección e higiene. Decidimos hacer una donación a Arrels Fundació para que pudieran protegerse del frío y reducir el riesgo de enfermarse.

La Fundación de La Marató de TV3 organizó una nueva edición para recaudar fondos para la investigación de una enfermedad que, en palabras de su director, “toca a todo el mundo y nos ha cambiado la vida todos”. Fue una edición que sirvió también para homenajear a los trabajadores esenciales.

A través de la Cruz Roja Anoia, para la compra de alimentos y productos de higiene que almacenan en la plataforma humanitaria, desde donde los distribuyen a las familias más necesitadas de la comarca. Además de esta donación específica, también colaboramos con la entidad con un acuerdo anual de colaboración económica.

Desde el inicio de la pandemia, Cruz Roja vio crecer el número de personas que acudían a la entidad para solicitar ayuda. En Navidad, no quisimos dejar a ningún niño ni niña sin su regalo, por lo que además de recoger juguetes usados, destinamos una donación para comprar tantos juguetes y material escolar como necesitaran.

## Tarjetas restaurante para dar apoyo al sector de la restauración

Situaciones excepcionales requieren acciones excepcionales. La pandemia del coronavirus nos impidió celebrar nuestra tradicional cena de Navidad. Sin embargo, decidimos buscar la manera de tener ese detalle con todas las personas de la compañía y a la vez ayudar a uno de los sectores más afectados por el cierre de la actividad en todo el país.

De la mano del Gremio de Hostelería y Turismo de la Anoia, llevamos a cabo la iniciativa de regalar una tarjeta restaurante a toda la plantilla para que pudieran disfrutar por su cuenta de la cena de Navidad en cualquier establecimiento. Esta fue nuestra manera de adaptar la cena de empresa y, a su vez, ayudar a los establecimientos locales.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



# Desarrollo sostenible

## Colaboraciones y *partnerships*

Durante el camino hacia la sostenibilidad y hacia el CARE MORE es preciso que las colaboraciones y *partnerships* nos hagan el camino más llevadero y agilicen el cumplimiento de nuestros objetivos. Por eso, es de vital importancia escoger bien con quien te asocias y con quien colaboras, siempre buscando objetivos y puntos en común donde el éxito conjunto no solo suma, sino que multiplique.

### MODACC, FITEX y ACCIÓ

Es el caso de nuestras colaboraciones con MODDAC (Clúster Català de la Moda i el Tèxtil), FITEX (Fundació per a la innovació textil) y ACCIÓ (programa de la Generalitat de Catalunya). Con ellos hemos y estamos colaborando, haciendo introspecciones nuevas

de tejido, calculando el impacto de nuestros productos e innovando en nuestros tejidos y fibras. Proyectos que, sin duda, nos benefician a ambos y de los cuales podemos extraer grandes conocimientos y avances.

### Unió Empresarial de l’Anoia

Similar es la colaboración con la UEA (Unió Empresarial de l’Anoia) una asociación que engloba las empresas de la comarca y región donde están situados nuestros *Headquarters*. Con ellos hemos participado en el mercado de intercambio, proyectos de economía circular

o incluso de eficiencia energética. Además de todos los proyectos conjuntos nos permite estar en contacto con otras organizaciones de diferentes sectores con los mismos intereses potenciando el networking entre empresas de la comarca.

### Copenhague Business School, Norwegian School of Economics i ESADE

La voluntad de minimizar riesgos ambientales está presente en cada uno de nuestros productos y procesos de producción. Tanto es así que las escuelas de negocio de Copenhague, Noruega y ESADE quisieron hacer un reconocimiento a la labor que llevamos a cabo en materia de sostenibilidad con un caso de estudio. En su máster internacional sobre

modelos de negocio sostenibles en la industria de la moda presentan en vídeo un repaso a nuestra trayectoria como marca y al uso que hacemos de microfibras de origen reciclado. Nos convertimos así en un ejemplo para todas las personas que quieren seguir trabajando para ser cada día más sostenibles si cabe.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.1.1	Compartir beneficios	53
04.1.2	Desarrollo	55
04.1.3	Bienestar de las personas de la compañía	59
04.1.4	Comunicación interna	62
04.1.5	Diversidad e inclusividad	65
04.2	Compromiso con las personas	68
04.2.1	Promoción de un estilo de vida saludable	69
04.2.2	Producción local	71
04.2.3	Apoyo a la comunidad local	72
04.2.4	Desarrollo sostenible	74
04.3	Transparencia y ética	75
04.3.1	Modelo de gobernanza	76
04.3.2	Clientela	80



## Modelo de gobernanza

### Cambio de Estatutos

Una de las acciones para optar a la certificación B-CORP y dentro de la línea estratégica de ORIGINAL BUFF, S.A. para convertirnos en la mejor compañía para el planeta, se ha realizado un cambio en los estatutos de la nuestra organización. Este cambio consiste en incluir el siguiente propósito: **“La Sociedad velará por la generación de un impacto positivo para la sociedad, las personas vinculadas a la organización y el medio ambiente”**. Des ORIGINAL BUFF, S.A. estamos muy orgullosos de haber incluido este propósito en nuestros estatutos, pues si anteriormente siempre se ha trabajado en esta línea, con este cambio queda específicamente plasmado.

01	INTRODUCCIÓN	3
02	ACT MORE	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
03	PROTECT MORE	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
04	CARE MORE	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
05	AFRONTANDO EL FUTURO	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



## Código de conducta

Para BUFF® una cultura basada en los valores es la clave para el éxito de las colaboraciones e interacciones con las personas, proveedores, accionistas y grupos de interés de la compañía.

El Compliance contribuye significativamente hacia la creación y consolidación de valores y principios, así como el cumplimiento de las normativas y regulaciones legales.

BUFF® tiene como objetivo evitar el incumplimiento de las regulaciones legales que puedan dar lugar a sanciones penales o administrativas, así como a infracciones de las directrices internas de la organización.

El Código de conducta de BUFF® establece el funcionamiento del Compliance e incluye las regulaciones en casos como: conflictos de interés, protección de datos, salud y seguridad ocupacional, acoso laboral, competencia justa y leyes antimonopolio, así como soborno y corrupción.

Su contenido ha sido comunicado a todas las personas de la compañía, asumiendo el compromiso de conocerlo, cumplirlo y comunicar todo aquello que pueda ser contrario a los valores, principios y normas indicadas.

04 CARE MORE	<b>01 INTRODUCCIÓN</b>	3
	<b>02 ACT MORE</b>	15
	02.1 Productos sostenibles	17
	02.2 Producción responsable	29
	<b>03 PROTECT MORE</b>	39
	03.1 Pasión por la naturaleza	41
	<b>04 CARE MORE</b>	50
	04.1 Compartir con las personas	52
	04.2 Compromiso con las personas	68
	04.3 Transparencia y ética	75
<b>05 AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83	
05.1 BUFF® Transformation Journey	84	

### PRINCIPIOS GENERALES Y RESPETO POR LA LEY

Todos somos responsables de conocer y cumplir las leyes aplicables, en función del ámbito y responsabilidad de cada puesto de trabajo.

Por tanto, en el desarrollo de nuestras actividades, nos comprometemos a velar por darles cumplimiento y no vulnerarlas, ni por acción ni por omisión.

### HONESTIDAD Y CONFIANZA

El compromiso con la honestidad y la confianza son el marco de actuación en todas las negociaciones en las cuales haya intereses de la sociedad, cumpliendo con rigor las obligaciones que se derivan. Todos nos comprometemos a proteger la confidencialidad de la información de la compañía y de los trabajadores, clientes, accionistas y proveedores.

### INTEGRIDAD

No se aceptarán u ofrecerán regalos, invitaciones, hospitalidades o cualquier otro incentivo que tengan como finalidad recompensar o influir indebidamente en una decisión empresarial, o que puedan dar lugar a una ventaja desleal.

### DERECHOS HUMANOS

Las relaciones entre todos los trabajadores y directivos tienen que basarse siempre en el respeto a la dignidad y a la no discriminación de las personas. Queda totalmente prohibido, con independencia del medio, el abuso de autoridad, el acoso físico o psicológico, y toda conducta que pueda generar un entorno de trabajo intimidatorio, ofensivo u hostil para las personas, ya sea de forma directa o indirecta. No se tolerará ningún tipo de trabajo infantil o trabajo forzoso.

### SEGURIDAD Y SALUD

Velamos por garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable para los trabajadores, adoptando las medidas que sean razonables para maximizar la prevención de riesgos laborales. Además, facilitamos los medios necesarios para el correcto cumplimiento de las medidas que se estimen oportunas para prevenir los riesgos laborales. Todos los trabajadores serán responsables de mantener limpio su puesto de trabajo en atención a las reglas y prácticas de salud y seguridad y adoptar las medidas de prevención establecidas para cada puesto de trabajo. Queda prohibido el consumo de alcohol y drogas dentro de las instalaciones de la empresa.

### COMPROMISOS CON LOS CLIENTES Y PROVEEDORES

Tenemos como prioridad la satisfacción del cliente con criterios de máxima eficacia,



<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

transparencia y calidad, dando siempre información clara y veraz, un trato profesional, y la resolución ágil de incidencias. Nos relacionamos con proveedores de bienes y servicios de forma ética y lícita y seleccionamos aquellos que garanticen prácticas empresariales respetuosas con la dignidad humana, el cumplimiento de la ley y el resto de los principios éticos que conforman la actuación de nuestra empresa.

---

### DESARROLLO PROFESIONAL

Promovemos el desarrollo personal y profesional de todos los trabajadores, fomentando su implicación en la mejora de sus propias capacidades y competencias. Las políticas y actuaciones relativas a la selección, contratación, formación y promoción interna de los trabajadores tendrán que estar basadas en criterios claros de capacidad, competencia y méritos profesionales. Se tendrá en cuenta la promoción interna de los trabajadores para cubrir las posiciones que en cada caso convenga.

### ACTIVOS, CONOCIMIENTO Y RECURSOS

**DATOS PERSONALES:** Velamos por la protección de datos personales que almacenamos durante la actividad cotidiana en el desarrollo de los negocios. Por este motivo, los trabajadores tienen que respetar siempre la legislación sobre protección de datos de los trabajadores, directivos, clientes y proveedores.

---

### HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS

Los trabajadores deben hacer un buen uso de las herramientas informáticas (correo electrónico, internet, teléfono...) de acuerdo con el puesto de trabajo y según las funciones que llevan a cabo. No se utilizarán de forma abusiva, ni en beneficio propio, ni para actuaciones que puedan afectar a la reputación o imagen de la compañía.

**CONFIDENCIALIDAD:** Los trabajadores deben mantener el más estricto secreto profesional y guardar confidencialmente toda la información que tengan, o que puedan conocer, para el desarrollo de su actividad laboral.

### PRÁCTICAS FRAUDULENTAS O POCO ÉTICAS

**MANIPULACIÓN DE LA INFORMACIÓN:** La falsificación, manipulación o utilización deliberada de información constituye un fraude. Asumimos el principio de transparencia informativa, entendido como el compromiso de transmitir siempre información fiable al mercado.

**SOBORNOS, CORRUPCIÓN, COMISIONES ILEGALES Y TRÁFICO DE INFLUENCIAS:** Está prohibida toda práctica de corrupción, soborno o pagos de comisiones, en todas sus formas, ya sea por actos u omisiones, o mediante la creación o mantenimiento de situaciones de favor o irregulares con el objetivo de obtener un beneficio para la empresa o particular.

**BLANQUEO DE CAPITAL:** Los trabajadores prestaremos especial atención a los pagos en metálico que resulten poco habituales atendiendo a la naturaleza de la operación, a los realizados con cheques al portador o aquellos efectuados en divisas diferentes de las previamente acordadas.

Se pueden encontrar más detalles sobre el tema e información relacionada en el Código de conducta de BUFF® en [https://www.buff.com/es\\_es/canaletico](https://www.buff.com/es_es/canaletico).



## Transparencia de la organización

Queremos ser la compañía en la que nuestros clientes puedan confiar y que nuestros productos sean la mejor opción para las personas y para el planeta. La transparencia y la comunicación bidireccional con nuestros clientes, *partners* y la sociedad en general es vital para poder contar con total confianza todo lo que hacemos, como lo hacemos y por qué lo hacemos.

Por ello, desde hace 2 años nos comprometemos anualmente a informar nuestros resultados mediante esta memoria, contar las acciones e iniciativas destacadas del último año y compartir nuestros avances y proyectos futuros en materia de sostenibilidad.

Estamos orgullosos, de año tras año seguir compartiendo un poco más de BUFF® para acercarnos a las personas que nos hacen partícipes con nuestros productos de sus aventuras aquí o en cualquier parte del mundo.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



# Clientela

## Las redes sociales, el mejor altavoz para la sensibilización

Pasar a la acción e inspirar a los demás a hacerlo es igual de importante. Si el Do More Now se quedara estrictamente de puertas para adentro, perderíamos muchas oportunidades de generación de impacto positivo. Porque al final lo más importante es lo que aportamos al planeta y a la sociedad con cada acción, por pequeña que sea y viniendo de quien sea. Y en la lucha por un presente sostenible, estamos todas las personas unidas.

Por ello, hemos querido que la llamada a actuar más, proteger más y cuidar más trascienda de la esfera interna para que llegue a cuantas más personas mejor. Lo hemos hecho a través de los diferentes canales de comunicación externa, de entre los cuales queremos destacar el blog.

En el mes de junio estrenamos un nuevo blog en la página web de BUFF® donde publicamos artículos de diferentes temáticas que se clasifican en cinco categorías distintas: *Sport, Lifestyle, Atletas, Prensa y Sostenibilidad*. Durante este ejercicio, hemos publicado las siguientes siete entradas sobre sostenibilidad:

04 CARE MORE

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



Reparando nuestra relación con la naturaleza



Cómo ser más sostenible cuando estemos al aire libre



BUFF®, nuevo miembro de la Climate Action Corporation



Uniendo al mundo con hechos para una alternativa mejor: BUFF® y UNICEF



3 razones por las que las montañas son importantes



Facts For A Better Choice; ¡Hemos reciclado más de 8 millones de botellas de plástico!



Nueva colección BUFF® Merino Wool Fleece: sostenible, respetuosa y cómoda



El principal eje comunicativo que hemos seguido tanto en el blog como en las redes sociales es el que hemos denominado “*Facts for a better choice*”, es decir, hechos para una alternativa mejor. Lo que queríamos transmitir es que no basta con pensar o destacar lo importante que es cuidar del planeta y de la comunidad, sino que tenemos que pasar a la acción y convertirlo en un hecho. Tomando decisiones y actuando, logramos resultados. Y estos resultados son los que hemos querido

compartir con total transparencia. Como es el caso de las más de ocho millones de botellas de plástico que hemos reciclado para crear nuestros productos. O también, el ejemplo de este informe que presentamos.

El mensaje lo hemos difundido a través del blog y las redes sociales donde tenemos presencia: Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn y Pinterest.

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	<b>15</b>
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	<b>39</b>
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	<b>50</b>
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	<b>83</b>
05.1	BUFF® Transformation Journey	84



Pero sin olvidar otras vías de comunicación que tenemos con nuestros clientes, como ocurre con las tiendas. En los puntos de venta también hemos colocado expositores con la

información de las botellas que hemos reciclado y también explicando el proceso de reciclaje de estas fibras. Misma información que contienen nuestras etiquetas, de manera que, con la

compra de cualquier producto, el consumidor puede llevarse consigo una breve descripción de la contribución que ha hecho al planeta con su compra.



## Satisfacción de los clientes

Para una compañía como la nuestra que siempre pone las personas por delante es muy importante conocer el feedback y el grado de satisfacción de nuestros clientes. La herramienta básica que utilizamos para conocer el grado de satisfacción son las encuestas de satisfacción que se llevan a cabo desde Customer Service. Estas encuestas las realizamos anualmente a nuestros clientes y distribuidores y nos ayudan a identificar nuestras fortalezas y debilidades y cómo seguir mejorando cada día.

		2020-2021		2019-2020		2018-2019	
	OBJETIVO	Clientes	Distribuidores	Clientes	Distribuidores	Clientes	Distribuidores
<b>01 INTRODUCCIÓN</b>	3						
<b>02 ACT MORE</b>	15						
02.1 Productos sostenibles	17						
02.2 Producción responsable	29						
<b>03 PROTECT MORE</b>	39						
03.1 Pasión por la naturaleza	41						
<b>04 CARE MORE</b>	50						
04.1 Compartir con las personas	52						
04.2 Compromiso con las personas	68						
04.3 Transparencia y ética	75						
<b>05 AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83						
05.1 BUFF® Transformation Journey	84						
Atención al cliente	4	4,3	4,75	4,4	4,8	4,3	4,9
Venta	4	4,61	4,25	4,4		4,4	3,9
Logística/Envíos	4	4,61	3,33	4,5	4,6	4,5	4,5
Producto y Catálogo	4	4,39	4,56	4,3	4,5	4,3	4,8
Marketing	4	4,04	4,27	4,0	4,2	3,9	4,3
Sostenibilidad	4	4,26	4,72	4,0	4,6	3,9	4,7
Calidad	4	4,46	4,46	4,4	4,6	3,9	4,7
Grado Recomendación empresa	4	4,52	4,81	4,4	4,8	4,4	4,7
<b>Ponderación TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>4,36</b>	<b>4,46</b>	<b>4,31</b>	<b>4,53</b>	<b>4,28</b>	<b>4,56</b>

Máxima puntuación = 5



# **AFRONTANDO** *EL FUTURO*

05



# BUFF® Transformation Journey

Este año 2021 en ORIGINAL BUFF, S.A. finalizamos el plan estratégico SUMMIT 2021, centrado en agilizar el modelo de negocio, y empezamos el nuevo **SUMMIT 2025**. Durante este nuevo plan estratégico queremos convertirnos en una empresa global centrada en el consumidor, impulsada por la tecnología digital y posicionar la firma BUFF® como una marca de estilo de vida deportiva global y líder.

Esta transformación se llevará a cabo mediante el que hemos llamado **BUFF® Transformation Journey**, el plan que establece el marco de actuaciones y nuevas estrategias que nos guiarán para alcanzar los objetivos del **SUMMIT 2025**. Este viaje de transformación se articula en tres grandes bloques que contemplan la sostenibilidad como *driver* primordial.

05 AFRONTANDO EL FUTURO

<b>01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>02</b>	<b>ACT MORE</b>	15
02.1	Productos sostenibles	17
02.2	Producción responsable	29
<b>03</b>	<b>PROTECT MORE</b>	39
03.1	Pasión por la naturaleza	41
<b>04</b>	<b>CARE MORE</b>	50
04.1	Compartir con las personas	52
04.2	Compromiso con las personas	68
04.3	Transparencia y ética	75
<b>05</b>	<b>AFRONTANDO EL FUTURO</b>	83
05.1	BUFF® Transformation Journey	84

INFORME DE SOSTENIBILIDAD Mayo 2020 - Abril 2021

<p><b>NEXT</b></p> <p>Un programa de aceleración del cambio de toda la empresa que dará soporte a todo el proceso de transformación para ayudarnos a: centrarnos en el consumidor, focalizarnos en estrategias digitales, aprovechar y explotar los datos para impulsar las decisiones de negocio y evolucionar nuestra mentalidad de local a global.</p>	<p><b>Plan Estratégico de Sostenibilidad y B Corp</b></p> <p>Definición e implementación de un nuevo plan estratégico donde una de las acciones más destacadas será la certificación B Corp, una certificación que corrobora nuestro compromiso con el liderazgo de cambios significativos en la comunidad y en la naturaleza para generar siempre un impacto positivo como compañía.</p>	<p><b>Plan Director de Supply Chain</b></p> <p>La implementación de este plan convertirá nuestra cadena de suministro para que esté enfocada en el cliente y con una visión global de grupo. Un plan que cubre todas las áreas de la compañía desde el proceso de producción hasta el servicio del producto.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tal y como evidencia la publicación de esta memoria y su contenido, desde ORIGINAL BUFF, S.A. tenemos claras nuestras ambiciones y compromisos para perseguir un modelo de negocio sostenible y transparente que se adecúe a las necesidades actuales y futuras del planeta y de las personas.

**No se trata de ser la mejor compañía del mundo,  
sino la mejor compañía para el mundo.**



GRACIAS!