



LOGIFRUIT

*Soluciones de Envase y Logística*

EMPRESA QUE EVOLUCIONA  
LIDERADA POR PERSONAS

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2013



***MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD  
LOGIFRUIT 2013***



**EVOLUCIONANDO**



# ÍNDICE

## PRESENTACIÓN

---

CARTA DEL PRESIDENTE: EVOLUCIÓN LIDERADA POR PERSONAS	6
COMITÉ DE DIRECCIÓN DE LOGIFRUIT	9
GRUPOS DE INTERÉS	11

## LOGIFRUIT: NUESTRO MODELO DE EVOLUCIÓN

---

QUÉ ES LOGIFRUIT	13
EL MODELO DE LOGIFRUIT	14
EVOLUCIÓN CONSTANTE	15

## EVOLUCIONANDO CON EL CLIENTE

---

CLIENTE: EVOLUCIÓN DE CIFRAS	18
LA EVOLUCIÓN DE LAS DELEGACIONES	19
UNA RED LOGÍSTICA DE VANGUARDIA	20
EVOLUCIÓN DE NUESTROS CLIENTES	21
LA CONSOLIDACIÓN DE LAS REGLAS DE ORO	22
NUEVOS ENVASES, NUEVOS RETOS	23
EXCELENCIA EN SEGURIDAD ALIMENTARIA	24
EL DECÁLOGO DE SEGURIDAD ALIMENTARIA	25
GUADIX, LA NUEVA DELEGACIÓN	26





## EVOLUCIONANDO CON EL COLABORADOR/A

---

COLABORADOR/A: EVOLUCIÓN DE CIFRAS	29
EVOLUCIÓN DE LAS PERSONAS: LA PROMOCIÓN	31
EL PORTAL DEL/LA EMPLEADO/A	32
LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA: EL PLAN DE IGUALDAD	33
PLAN DE SEGURIDAD VIAL EN LAS DELEGACIONES	34
LA CONSOLIDACIÓN DE LA LISMI	35
LA FORMACIÓN, LA CLAVE PARA EVOLUCIONAR	36
DEL AUTOLIDERAZGO A LA AUTOEVALUACIÓN	37
EL PERFIL DE UNA PLANTILLA EXCELENTE	38

## EVOLUCIONANDO CON EL PROVEEDOR

---

PROVEEDOR: EVOLUCIÓN DE DATOS	44
LA CONFIANZA CON LOS PROVEEDORES	45
EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES	46
MISIONES COMPARTIDAS CON PROVEEDORES	47

## EVOLUCIONANDO CON LA SOCIEDAD

---

SOCIEDAD: EVOLUCIÓN DE CIFRAS	50
APORTACIONES A LA SOCIEDAD	51
EVOLUCIÓN RESPECTO A 2012	52
HACER MÁS CON MENOS	54
COMPROMETIDOS CON LA SOCIEDAD	55
CARTA AL PACTO MUNDIAL	56
EVOLUCIÓN DE LAS ACCIONES CON ONG'S	58

## EVOLUCIONANDO CON EL CAPITAL

---

CAPITAL: EVOLUCIÓN DE CIFRAS	62
ACTIVIDAD DE LOGIFRUIT. CIERRE DEL 2013	63
HISTORIA DE LA EMPRESA	64
ÍNDICE DE CONTENIDO GRI	68
ÍNDICE DE INDICADORES	72
PERFIL Y PARÁMETROS DE LA MEMORIA	76
PRINCIPIOS DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD	77
VERIFICACIÓN GLOBAL REPORTING INITIATIVE	78





## CARTA DEL PRESIDENTE PEDRO BALLESTER



Dice nuestro diccionario de la Real Academia Española que evolucionar significa desarrollarse, pasando de un estado a otro. 2013 ha sido un año en el que Logifruit ha vuelto a evolucionar de manera notable, un período en el que nos hemos vuelto a reinventar tanto a nivel de personas como a nivel de procesos. Hemos sido capaces de hacer más con menos sin olvidar en ningún momento nuestro firme y decidido compromiso con la sostenibilidad, siempre factor clave en todas nuestras decisiones. Pero sobre todo, sin duda, uno de los activos más valiosos que nos ha permitido dar un nuevo salto de calidad y eficiencia en este tiempo -resumido en estas páginas por tercer año consecutivo bajo los indicadores universales que marca el Global Reporting Initiative (GRI)- ha sido nuestro equipo de colaboradores y colaboradoras.

Logifruit siempre se ha caracterizado, desde sus comienzos en 1996, por la búsqueda de la satisfacción total de su plantilla. Puedo asegurar que en 2013 hemos consolidado un equipo motivado, comprometido y consciente de que su esfuerzo, implicación y alto rendimiento han sido fundamentales para que la empresa haya presentado de nuevo unas cuentas con más de 76 millones de euros en ventas, lo que representa un incremento de casi el 3 por ciento respecto al 2012, y también haya satisfecho con la misma intensidad a los 5 componentes que forman la empresa y nuestro modelo de Calidad Total: el Cliente, Colaborador/a, Proveedor, Sociedad y Capital.

En nuestro empeño por convertirnos en la empresa que mejor trata a su equipo de colaboradores y colaboradoras, Logifruit dispone de una modelo de gestión de personas basado en el liderazgo, el esfuerzo, la satisfacción personal, el empleo indefinido, la formación continua -más de 4.500 horas de formación en 2013-, la promoción interna

**“ EN NUESTRO EMPEÑO POR CONVERTIRNOS EN LA EMPRESA QUE MEJOR TRATA A SU EQUIPO DE COLABORADORES Y COLABORADORAS, LOGIFRUIT DISPONE DE UNA MODELO DE GESTIÓN DE PERSONAS BASADO EN EL LIDERAZGO, EL ESFUERZO, LA SATISFACCIÓN PERSONAL, EL EMPLEO INDEFINIDO, LA FORMACIÓN CONTINUA, LA PROMOCIÓN INTERNA Y LA IGUALDAD DE CONDICIONES ”**



-los directores generales actuales son todos fruto de este mecanismo- y la igualdad de condiciones. Desde el departamento de Relaciones Humanas, la premisa “Primero dar para luego exigir”, junto con una serie de valores corporativos que pedimos a todas las personas como el compromiso, el respeto, la confianza, el trabajo en equipo y la innovación, son el cóctel perfecto para conseguir el desarrollo personal y profesional, la estabilidad, la sostenibilidad y el autoliderazgo. Todo esto, combinado con un ambicioso plan de Seguridad y Salud en el Trabajo, nos permite disfrutar de un beneficio compartido con nuestros colaboradores y colaboradoras, fielmente reflejado en el segundo Convenio Colectivo aprobado este año. Nuestro éxito es el suyo y viceversa.

**“ ME SIENTO ORGULLOSO DE PODER  
AFIRMAR QUE LOGIFRUIT  
EVOLUCIONA LIDERADA POR  
PERSONAS. SIN EMBARGO, QUEDA  
MUCHO POR HACER PARA SEGUIR,  
DÍA TRAS DÍA, HORA TRAS HORA,  
EVOLUCIONANDO Y PASANDO DE UN  
ESTADO A OTRO. EL BUEN  
DESARROLLO DE LA COMPAÑÍA NO  
SIGNIFICA BAJAR LA GUARDIA. TODO  
LO CONTRARIO ”**

Me siento orgulloso de poder afirmar que Logifruit evoluciona liderada por personas. Una empresa que, como podrán leer en estas páginas, ha vuelto a reducir su impacto ambiental en el medio ambiente y que ha incrementado sus aportaciones a la sociedad. Una compañía que ha vuelto a disminuir sus emisiones de CO2 a la atmósfera, que ha reducido el consumo de agua, que ha automatizado la mayoría de los procesos para eliminar esfuerzo físico en numerosos puestos de trabajo, que ha superado el número de movimientos de envases del 2012, que continúa aumentando las relaciones de confianza con sus proveedores y el papel que desempeñan en el día a día, que prosigue expandiendo la red de delegaciones por España con una nueva planta en Guadix y que ha sido capaz de satisfacer plenamente a nuestro principal cliente: Mercadona. Gracias, por todo ello, a todos nuestros colaboradores y colaboradoras.

Sin embargo, queda mucho por hacer para seguir, día tras día, hora tras hora, evolucionando y pasando de un estado a otro. El buen desarrollo de la compañía no significa bajar la guardia. Todo lo contrario. Debemos seguir ganándonos la confianza de nuestros clientes para perdurar en el tiempo y ser la organización sostenible en la que también evolucionan las personas. Solo así podremos cumplir con nuestra misión en la sociedad.









# COMITÉ DE DIRECCIÓN



PEDRO BALLESTER  
PRESIDENTE



GALA GARCÍA  
DPTO. RELACIONES  
HUMANAS



MANUEL DÍAZ  
DPTO. DELEGACIONES Y  
LOGÍSTICA

**P. ¿Cuál ha sido el objetivo fundamental en el 2013 en el departamento de Relaciones Humanas?**

**R.** La evolución de las personas. Hemos conseguido un equipo que permanece unido y que trabaja en una misma dirección gracias a la formación y a la gestión del autoliderazgo. De esta manera, junto a unos valores muy consolidados en la cultura de la empresa, nuestros colaboradores y colaboradoras han sido capaces de evolucionar y de aportar lo mejor de sí mismos para que la empresa siga creciendo. También hemos conseguido aumentar las horas de formación, consolidar la LISMI, promocionar más personas, poner en marcha el portal del/la empleado/a, reducir todavía más los accidentes laborales, activar un Plan de Seguridad Vial y sobre todo, aprobar un convenio colectivo que beneficia claramente a todos los colaboradores y colaboradoras y que garantiza también la evolución de Logifruit

**P. ¿Ha habido una evolución positiva de las delegaciones en el 2013?**

**R.** Sin duda. Y muy notable además. Hemos sido capaces de incrementar la productividad y la eficiencia un año más en las delegaciones de Logifruit gracias a introducir nuevas mejoras en los métodos de trabajo y nueva maquinaria. La preparación de la plantilla ha sido determinante para seguir evolucionando y creciendo en todas las plantas de la compañía. Los colaboradores y colaboradoras de Logifruit han sido capaces de nuevo mejorar las cifras de logística del año pasado, con reducción del número de camiones utilizados o los kilómetros recorridos. Son aportaciones fundamentales a la sostenibilidad de la empresa que hacen que seamos mucho más productivos en todos los procesos. Vamos a seguir innovando y mejorando las delegaciones para seguir satisfaciendo de la mejor forma posible a los cinco componentes de la empresa y cumpliendo nuestro modelo de Calidad Total.

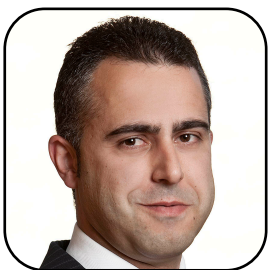




ALFONSO GIMENO  
DPTO.  
ADMINISTRACIÓN Y  
FINANZAS

**P. ¿Se han cumplido las expectativas económicas de Logifruit?**

R. Completamente. Hemos crecido en ventas un año más, e incluso en algunos aspectos como las aportaciones de Logifruit a la sociedad hemos vuelto a superar las cantidades del 2012, unas cifras que nos hacen sentirnos muy orgullosos y que demuestran que la empresa es sensible a los problemas sociales de hoy. Haber también superado en 2013 la inversión destinada a la formación de la plantilla nos garantiza que estamos preparados para asumir los retos del presente y del futuro con unos colaboradores y colaboradoras altamente cualificados para sus puestos. Hemos vuelto a destinar 16 millones de euros a nuevas inversiones y hemos conseguido unos beneficios importantes que, según marca una de nuestras reglas de oro, nos permitirá volver a destinar ese dinero a nuevas apuestas bien en maquinaria, envases o delegaciones. Estamos muy satisfechos de todos los indicadores económicos de Logifruit en 2013.



HECTOR VILLALBA  
I+D+I Y DPTO TÉCNICO



MANUEL GIL  
DPTO. COMERCIAL

**P. ¿Ha habido un progreso en la innovación de Logifruit en 2013 ?**

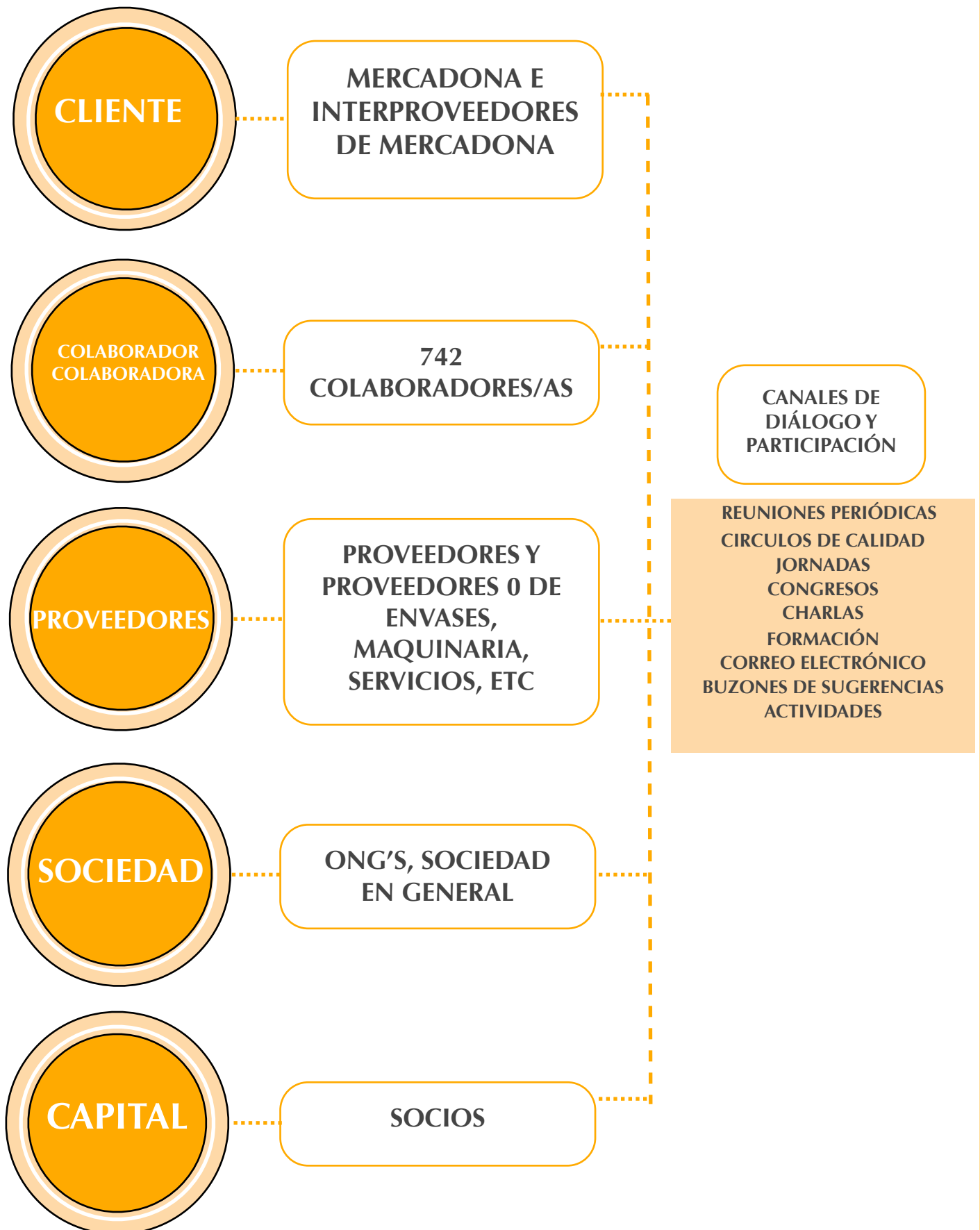
R. 2013 será recordado en Logifruit como el de la automatización de los procesos, es decir, por un lado, el incremento de la eficiencia de los procesos productivos, y por otro, el beneficio para los colaboradores y colaboradoras, que ven reducido su esfuerzo físico e incluso la desaparición de turnos de trabajo nocturnos. Hemos también mejorado notablemente la higienización de los envases con nuevos productos surgidos de colaboraciones con nuestros proveedores y hemos optimizado los sistemas de detección de roturas o suciedad en las cajas. En cuanto a nuevos envases, tenemos nuevas cajas para pescado acordes a las necesidades de nuestro cliente más importante -Mercadona- y nuevos pallets con mayor capacidad de carga para dar respuesta a los nuevos retos de la distribución actual. El departamento de I+D+I de Logifruit sigue creciendo y aportando al crecimiento de la empresa.

**P. ¿Satisfecho de los resultados comerciales del 2013 ?**

R. Ante un año de gran dificultad económica, hemos puesto todo nuestro esfuerzo en seguir dando la mejor calidad a los mejores precios posibles del mercado y ello nos ha permitido incrementar de nuevo el número de clientes a casi 500, un 15 por ciento más con respecto a 2012. Hemos aumentado de nuevo el número de movimientos con respecto al año anterior en casi medio punto y además hemos conseguido nuevos clientes gracias a Mercadona. Creo que podemos estar muy satisfechos del trabajo realizado en el 2013 pero no podemos relajarnos porque el mercado es muy competitivo. Hemos de seguir muy alerta y no relajarnos en absoluto. Nosotros tenemos que insistir en nuestro modelo de Calidad Total, con la ayuda de una plantilla motivada y muy formada que nos permita perdurar en el tiempo y seguir siendo la empresa en la que todo es posible.



# GRUPOS DE INTERÉS







# QUÉ ES LOGIFRUIT

## MISIÓN

**EMPRESA CON CONCIENCIA SOCIAL QUE SATISFACE LAS NECESIDADES DE ENVASADO Y TRANSPORTE DE LOS PRODUCTOS DE NUESTROS CLIENTES AL MENOR COSTE POSIBLE**

## VISIÓN

**EMPRESA LÍDER A NIVEL NACIONAL EN ALQUILER, HIGIENIZACIÓN Y TRANSPORTE DE ENVASES QUE PERSIGUE EL BIEN COMÚN \* A TRAVÉS DE LA EXCELENCIA EN SEGURIDAD ALIMENTARIA, LA CALIDAD, LA CALIDEZ, EL SERVICIO, EL PRECIO Y EL BENEFICIO**

\* DEL CLIENTE, COLABORADOR/COLABORADORA, PROVEEDOR, LA SOCIEDAD Y EL CAPITAL

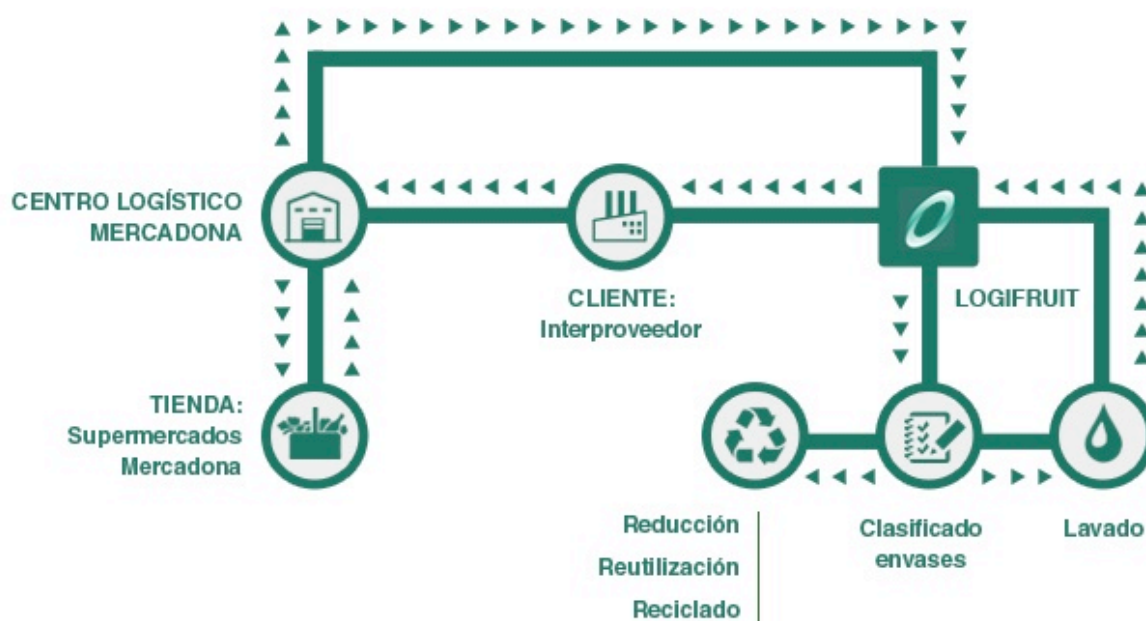


# EL MODELO DE LOGIFRUIT

El modelo de gestión de Logifruit está basado en la Calidad Total. Por medio de este método, Logifruit satisface con la misma intensidad a los cinco componentes que forman la empresa: Cliente, Colaborador/ Colaboradora, Proveedor, Sociedad y Capital.

El Modelo de Calidad Total introduce en la gestión de la compañía la verdad universal de que “para poder estar satisfecho hay que satisfacer a los demás”. Este compromiso ha convertido a Logifruit en una de las compañías de referencia en el sector, con un objetivo claramente definido: “Satisfacer las necesidades de envasado de los productos de nuestros Clientes al menor precio posible cumpliendo con la norma de las 3R (Reducir, Reutilizar, Reciclar)”.

La búsqueda de la satisfacción total de las colaboradoras y colaboradores, a los que Logifruit considera uno de sus más valiosos activos, es constante. Por este motivo, y con el objetivo de convertirse en la empresa que mejor trata a su plantilla, el modelo de gestión de las personas está basado en el liderazgo y el esfuerzo y apuesta por la satisfacción personal, el empleo indefinido, la formación continua, la promoción interna, y la igualdad de condiciones. Y lo hacemos con una política humanista, donde tratamos las necesidades de cada persona una a una y donde cuidamos la seguridad, la calidad y la productividad del trabajo reduciendo el esfuerzo físico y apostando por el liderazgo y la satisfacción personal.





# EVOLUCIÓN CONSTANTE

1996 57.000 €

2005 19 MILLONES €

2013 77 MILLONES €

## VENTAS

1999 132 PERSONAS

2006 500 PERSONAS

2013 742 PERSONAS

## COLABORADORES COLABORADORAS

2000 26 MILLONES

2005 70 MILLONES

2013 208 MILLONES

## MOVIMIENTOS DE ENVASES

Logifruit Sociedad Limitada presenta un clara evolución desde que abrió la primera de sus instalaciones en 1996. Desde entonces, gracias a una clara política de crecimiento sostenible y gracias a una plantilla dispuesta a progresar al mismo ritmo que la compañía, los resultados no han dejado de evolucionar. Desde las ventas a los movimientos de envases pasando por la contratación de colaboradores y colaboradoras, entre otras cifras, todos los indicadores de la organización han experimentado un cambio ostensible con el paso de los años.

La empresa posee unos valores consolidados que son la base de su cultura corporativa y de su alto índice de productividad. La

exigencia a los colaboradores y colaboradoras para que crezcan en su trabajo al mismo tiempo que crece la empresa es una constante desde la creación de la compañía, así como que haya una equidad clara entre el mérito de las funciones que se realizan y el salario que se recibe. El trabajo de los colaboradores y colaboradoras tiene un fin claro y bien definido: contribuir a la buena marcha de la empresa y a la sostenibilidad de la misma en el tiempo. En definitiva, Logifruit busca un objetivo de crecimiento, evolución y superación constante.



# **1.EVOLUCIONANDO CON EL CLIENTE**

UNA  
TRABAJADORA  
DE MERCADONA,  
EL PRINCIPAL  
CLIENTE DE  
LOGIFRUIT





## CLIENTE: EVOLUCIÓN DE CIFRAS

### MOVIMIENTOS DE ENVASES

2012

2013

207 M

208 M

### CRECIMIENTO EN MOVIMIENTOS

2012

2013

+5,87 %  
respecto a 2011

+ 0,37 %  
respecto a 2012

### DELEGACIONES DE LOGIFRUIT

2012

2013

12

13

### NUMERO DE CLIENTES

2012

2013

420

494



# LA EVOLUCIÓN DE LAS DELEGACIONES

## 1.1




Logifruit dispone en la actualidad de más de 160.000 metros cuadrados de instalaciones en las 13 delegaciones que posee repartidas por la geografía española. Todas y cada una de ellas, desde la primera abierta en 1996 en Ribarroja del Turia, en Valencia, han ido evolucionando hasta convertirse en referencias logísticas de primer nivel en España en cuanto a estructura, limpieza y orden.

La última incorporación a la red de Logifruit ha sido la de Guadix, Granada, a principios

del 2013, sin duda, una de las más modernas plantas actualmente de la compañía, junto con Antequera y Ciempozuelos.




Además de las actualizaciones tecnológicas y de la mejora continua de los procesos, la evolución de las delegaciones ha tenido, gracia a la contribución de Mercadona, un reflejo claro en las cifras de movimientos de envases, cada año con un porcentaje más elevado de productividad.

### RIBARROJA

2000		15 MILLONES
2006		27 MILLONES
2013		30 MILLONES

### MOVIMIENTOS DE ENVASES

### ANTEQUERA

2000		3 MILLONES
2005		13 MILLONES
2013		22 MILLONES

### SANT SADURNÍ

2000		1 MILLÓN
2005		15 MILLONES
2013		30 MILLONES

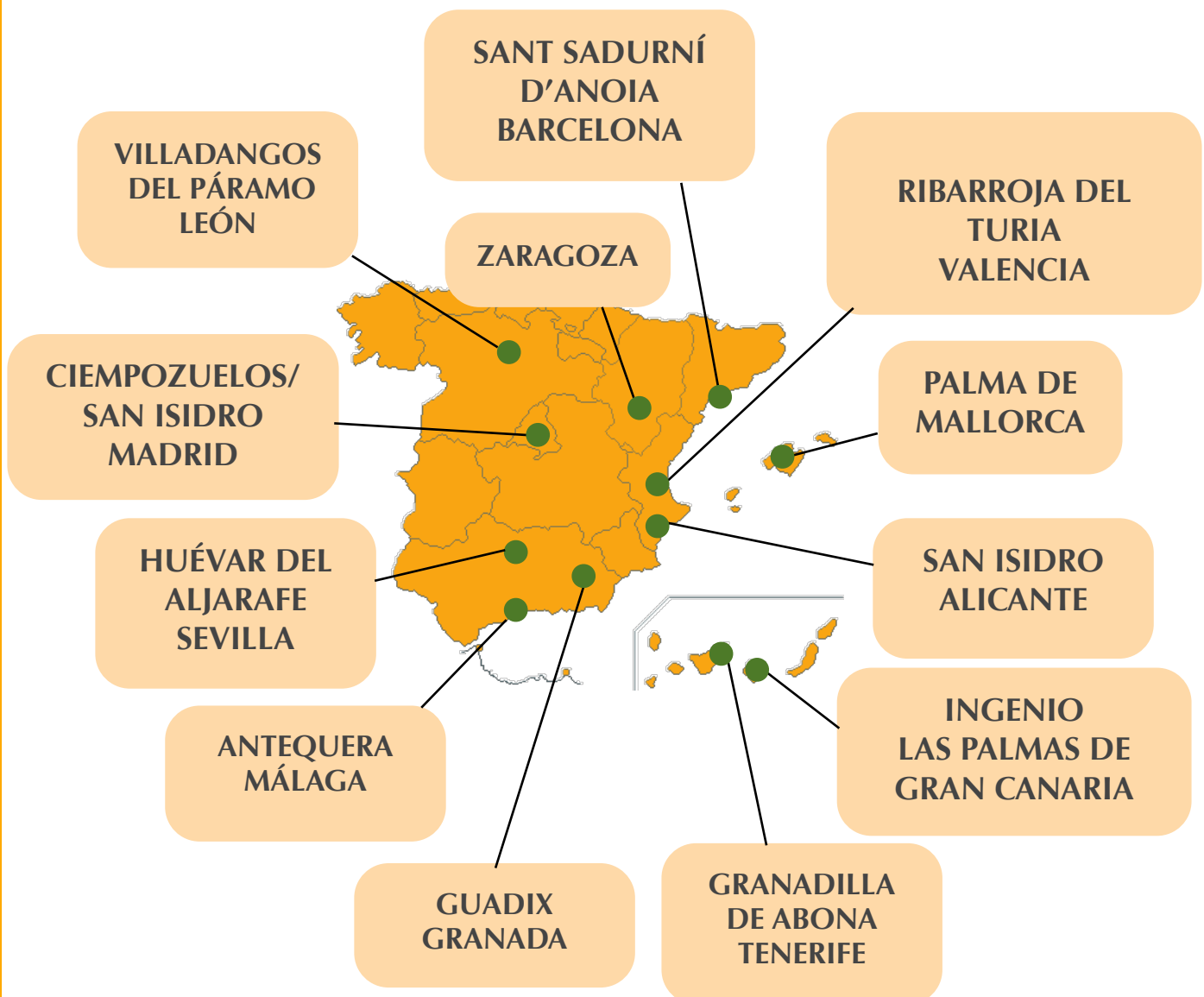




# UNA RED LOGÍSTICA DE VANGUARDIA

## 1.2

**SEDE CENTRAL**  
AVDA. CORTES VALENCIANAS, 37  
ESC. A-1º-OFIC.2  
46015 VALENCIA



**LOGIFRUIT HA CONSOLIDADO EN EL AÑO 2013 DE LA MANO DE MERCADONA UNA RED LOGÍSTICA SOSTENIBLE Y EFICAZ QUE OFRECE SERVICIO EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL CON UNA NUEVA APERTURA EN FEBRERO EN GUADIX (GRANADA)**





# EVOLUCIÓN DE NUESTROS CLIENTES

## 1.2

1996

5 clientes

2000

23 clientes

2005

224 clientes

2010

332 clientes

2013

494 clientes

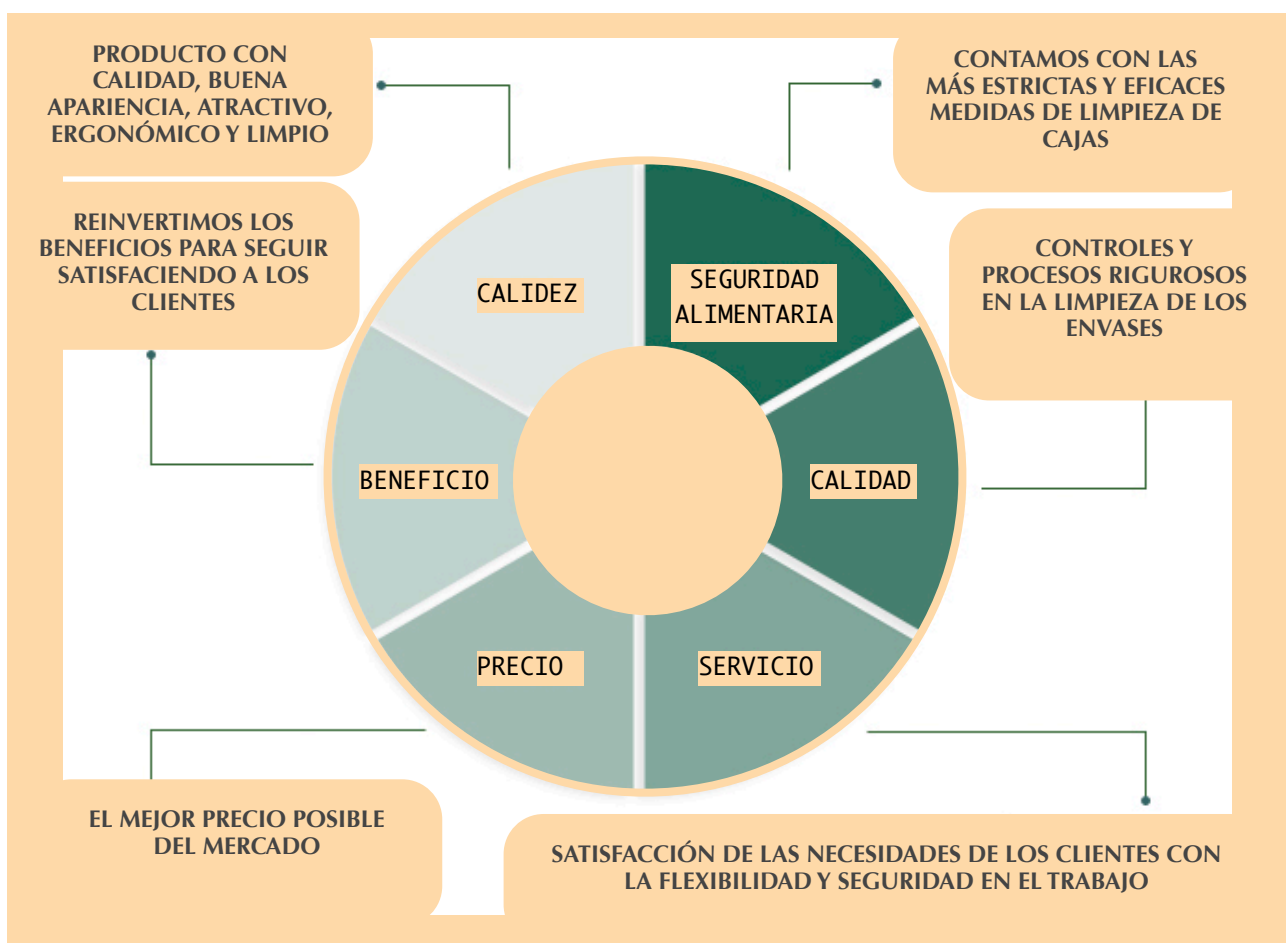


# LA CONSOLIDACIÓN DE LAS REGLAS DE ORO

## 1.3

Logifruit dispone de seis reglas de oro sobre las que sustenta la filosofía de la empresa. Todas y cada una de las decisiones y acciones de la organización pasan por estos seis filtros con el objetivo de que las necesidades de los clientes se vean satisfechas plenamente. En el 2012, se incorporó una nueva a las cinco existentes: la calidez, una regla de oro que obliga a que todos los productos de Logifruit tengan calidad, buena apariencia, que sean atractivos, ergonómicos y limpios. Durante el año 2013, esta regla de oro se consolidó con

el resto y conforman hoy en día uno de los pilares más sólidos de la cultura corporativa de Logifruit. Gracias a ellas, Logifruit cuenta con las más estrictas y eficaces medidas en la limpieza de cajas, satisface las necesidades de los clientes con flexibilidad y seguridad en el trabajo, reinvierte los beneficios para seguir satisfaciendo a los clientes, posee controles y procesos rigurosos en la limpieza de los envases y una de las características más importantes de la compañía: al mejor precio posible del mercado.



# NUEVOS ENVASES, NUEVOS RETOS

## 1.4

CAJAS  
DE PESCADO



DATOS DEL  
PRODUCTO

CAJA DE 60X40X13 CM

PESO CAJA: 1,20 KG

POLIETILENO DE  
ALTA DENSIDAD

EN AGOSTO DEL 2013 SE INTRODUCE UN  
NUEVO ENVASE: LAS CAJAS DE PESCADO.  
TAMBIÉN SE INCORPORAN NUEVOS PALÉS QUE  
SOPORTAN HASTA 1.200 KG, UN 20 % MÁS QUE  
LOS ANTERIORES, Y EL 1/4 DE PALLET

CAJAS  
PLEGABLES



CAJAS  
RÍGIDAS



CAJONES



PALLETS



EL NUEVO 1/4 PALLET



# EXCELENCIA EN SEGURIDAD ALIMENTARIA

## 1.5

Logifruit, como empresa especializada en higienización de envases, ha continuado durante el año 2013 preservando su política de excelencia en Seguridad Alimentaria con el objetivo principal de satisfacer las necesidades de envasado de sus clientes.

Todos los envases de Logifruit tienen la garantía de estar en las mejores condiciones, sin ningún tipo de roturas y perfectamente higienizados.

Por una parte, existe un riguroso control de calidad, mejorado durante el 2013, que rechaza los envases defectuosos. Y por otra, el sistema de higienización de la compañía vuelve a lavar todos aquellos que presentan algún tipo de suciedad, tanto a nivel superficial como a nivel microscópico.

Logifruit ha seguido aplicando el Decálogo de Seguridad Alimentaria, un método que verifica de manera sencilla y continuada los niveles de seguridad de todos los procesos y sus instalaciones.



**MEJORAS EN EL  
DECÁLOGO DE  
SEGURIDAD  
ALIMENTARIA  
2013**

### **MEJORAS EN LAS ZONAS DE CARGA**

OPTIMIZACIÓN DE LOS MUELLES

### **MEJORAS EN EL SECADO DE PALLETS**

INVERSIÓN EN NUEVA MAQUINARIA

### **OPTIMIZACIÓN DE LA UBICACIÓN DE LOS DETECTORES DE METAL**

MEJORA DE EFICACIA

### **MEJORAS EN LOS PUESTOS DE CALIDAD DE LAS CAJAS 316**

MAYOR SUPERVISIÓN

### **MEJORAS DE LAS ZONAS DE ALMACENAMIENTO**

INSTALACIÓN DE PUERTAS RÁPIDAS

### **MEJORAS EN EL SERVICIO DE LOGÍSTICA**

AUTOMATIZACIONES

### **ALARMAS DE EMERGENCIA Y PARO EN LAVADO Y DESINFECCIÓN**

INCREMENTO DE CONTROLES





# 1.6

## EL DECÁLOGO DE SEGURIDAD ALIMENTARIA

1

### **PROVEEDORES 0**

REQUERIMOS LA DOCUMENTACIÓN EXIGIBLE LEGALMENTE A FABRICANTES DE ENVASES Y PRODUCTOS QUÍMICOS

2

**CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN/LÍMITE DE SEGURIDAD**  
GARANTIZAMOS EN TODO MOMENTO NUESTRA CAPACIDAD DE DAR SERVICIO A LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES

3

### **NUEVOS PRODUCTOS/NUEVAS LÍNEAS**

ESCUCHAMOS A NUESTROS CLIENTES PARA MEJORAR CONTINUAMENTE NUESTROS PROCESOS Y PRODUCTOS

4

### **CONOCER LOS PUNTOS CRÍTICOS**

CONTROLAMOS AL MÁXIMO EL PROCESO DE LAVADO Y SECADO INCLUYENDO CONTROLES MICROBIOLÓGICOS

5

### **ORDEN, LIMPIEZA Y MANIPULACIÓN**

VELAMOS POR UN ESPACIO DE TRABAJO ORDENADO Y LIMPIO PARA ASEGURAR LA CALIDAD Y TRAZABILIDAD DE LOS ENVASES

6

### **MANTENIMIENTO DE LAS INSTALACIONES**

SOMOS PUNTUALES EN LAS REVISIONES PERIÓDICAS DE MANTENIMIENTO DE LAS MÁQUINAS E INSTALACIONES

7

### **DETECTORES (MÁQUINAS)**

CONTROLAMOS DE MANERA CONTINUA LA CALIBRACIÓN DE LOS EQUIPOS DE DETECCIÓN

8

### **INPUTS DE CALIDAD**

NOS ANTICIPAMOS A LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES CON LA MÁXIMA CALIDAD

9

### **MÉTODOS DE CRISIS**

DISPONEMOS DE UN PROCEDIMIENTO ÁGIL Y EFICAZ EN CASO DE CRISIS ALIMENTARIA

10

### **EAC CERTIFICACIÓN**

NUESTRO COMPROMISO CON LA CALIDAD CUENTA CON LA CERTIFICACIÓN MÁS EXIGENTE: LA ISO 9001:2008



# GUADIX. LA NUEVA DELEGACIÓN

## 1.7

EN FEBRERO DEL 2013, LOGIFRUIT INCORPORÓ A SU RED UNA NUEVA DELEGACIÓN EN GUADIX, GRANADA. MÁS DE 12.000 METROS CUADRADOS DE MODERNAS INSTALACIONES QUE HAN SUPUESTO UN SALTO DE CALIDAD EN EL SERVICIO LOGÍSTICO DE LA EMPRESA

## 2. EVOLUCIONANDO CON EL COLABORADOR/A



UNA  
COLOBORADORA  
DE LOGIFRUIT  
TRANSITA POR UN  
ESPACIO  
RESERVADO A  
PEATONES EN UNA  
DELEGACIÓN



## COLABORADOR/A: EVOLUCIÓN DE CIFRAS

### ABSENTISMO LABORAL

2013

-17,85 %

### PRODUCTIVIDAD

2013

+ 26 %

### ÍNDICE DE INCIDENCIA

2013

-26,67 %

### INVERSIÓN EN FORMACIÓN

2012

2013

INTERNA

100.000 €

200.000 €

EXTERNA

136.000 €

170.000 €









# EVOLUCIÓN DE LAS PERSONAS: LA PROMOCIÓN

## 2.1

Crece dentro de la empresa. De eso se trata la promoción una vez que ya estás en la plantilla de Logifruit. La promoción es básica para el buen funcionamiento de la política de RRHH de la empresa. Por supuesto, también es un motivo de orgullo para la organización que alguien tenga una ambición de mejora que repercutirá al final en el bien de todos. Las promociones que existan se colgarán en los tabloneros de anuncios y, una vez recabadas todas las solicitudes y las valoraciones de todas las personas, el departamento de RRHH estudiará y comprobará el cumplimiento de los requisitos de cada candidato/a como la titulación adecuada, valoración académica, conocimiento del puesto de trabajo, historial profesional, haber desempeñado función de superior grupo profesional, la disponibilidad o la aptitud y actitud para ese puesto de trabajo.

**EN 2013 SE HA ELIMINADO LA GRAN MAYORÍA DE TURNOS DE LAVADO EN LA NOCHE Y SE HA REDUCIDO CONSIDERABLEMENTE EL ESFUERZO FÍSICO DE LOS COLABORADORES Y COLABORADORAS**



**MANUEL GIL  
DESDE 1996 EN  
LOGIFRUIT**

MANUEL GIL FUE UNO DE LOS PRIMEROS TRABAJADORES DE LOGIFRUIT LAVANDO ENVASES. SUS PRIMERAS GESTIONES COMERCIALES FUERON CON EMPRESAS QUE TODAVÍA HOY PERDURAN COMO CLIENTES DE LA COMPAÑÍA COMO ALMACENES LÁZARO, VILLENA, TARA, FRUTAS TONO O FRUTAS ESPARZA ENTRE OTROS. HOY EN DÍA ES DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL



**MARÍA GONZÁLEZ  
DESDE 2007 EN  
LOGIFRUIT**

MARÍA GONZÁLEZ ENTRO A TRABAJAR EN LOGIFRUIT EN 2007 COMO OPERARIA DE LAVADO. TAN SOLO CINCO AÑOS DESPUÉS, Y TRAS DESEMPEÑAR DE MANERA EFICIENTE DIFERENTES FUNCIONES EN CINCO CATEGORÍAS LABORALES DE LA EMPRESA, MARÍA GONZÁLEZ HA PROMOCIONADO EN LA EMPRESA HASTA SER NOMBRADA RESPONSABLE DE DELEGACIÓN EN SANT SADURNÍ DE NOIA



# EL PORTAL DEL/LA EMPLEADO/A

## 2.2



Portal del Empleado

Usuario 00000001A

Contraseña .....

Recordar contraseña

Entrar

El departamento de Relaciones Humanas de Logifruit ha experimentado en 2013 un salto cualitativo en cuanto a comunicación interna se refiere con la puesta en marcha del portal del Empleado/a. Se trata de una aplicación web que permite revolucionar las relaciones entre la dirección de la empresa y los colaboradores y colaboradoras.

Este portal facilita y optimiza los procesos de trabajo y abre un nuevo canal de comunicación que permite realizar trámites de forma más eficaz. Al mismo tiempo, refleja una imagen de modernidad y eficiencia en la empresa.

Desde esta aplicación web, la plantilla de Logifruit puede consultar y descargar nóminas, certificados de retenciones, consultar documentos de interés y, lo más importante, comunicarse con la dirección de la organización de una manera rápida y sencilla.

El portal del Empleado/a de Logifruit se activó en noviembre del 2013.

### EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE COLABORADORES Y COLABORADORAS EN DELEGACIONES Y OFICINAS

1997 -	8
1998 -	32
1999 -	132
2000-	125
2001-	130
2002-	165
2003-	189
2004-	269
2005-	323
2006-	481
2007-	762
2008-	736
2009-	780
2010-	705
2011-	706
2012-	724
2013-	742



### 2.3

Sin duda, uno de los mayores logros de Logifruit durante el 2013 se produjo el 14 de febrero, cuando el Boletín Oficial del Estado (BOE) publicó oficialmente, mediante la correspondiente Resolución de la Dirección General de Empleo, la modificación del convenio colectivo de Logifruit, S.L. Dicho acuerdo, firmado por la empresa y los representantes de los trabajadores en enero 15 de enero, fijaba su duración hasta 2018 y ligaba las revisiones salariales al incremento anual del beneficio neto de la empresa en el año vencido y con relación al beneficio del ejercicio inmediatamente anterior. El nuevo

convenio colectivo supuso un salto de calidad muy importante en los beneficios sociales de los colaboradores y colaboradoras de Logifruit, pero también daba luz verde a una serie de compromisos sociales presentes ya en el Plan de Igualdad, pero que adquirirían una legitimidad todavía mayor si cabe en el BOE.

El convenio colectivo establece además, entre otras medidas, los tipos de contratos, los periodos de preaviso o permisos para la mejora de la conciliación y, sobre todo, la igualdad, tal y como enumeramos:

- Promover la defensa y aplicación efectiva del principio de igualdad entre hombres y mujeres, garantizando en el ámbito laboral las mismas oportunidades de ingreso y desarrollo profesional a todos los niveles, evaluando sus posibles efectos.
- Conseguir una representación equilibrada de la mujer en el ámbito de la empresa, facilitando el acceso de la misma, tras los procesos de selección.
- Promover y mejorar las posibilidades de acceso de la mujer a puestos de responsabilidad, contribuyendo a reducir desigualdades y desequilibrios que, aun siendo de origen cultural, social o familiar, pudieran darse en el seno de la Empresa.
- Prevenir los casos de acoso sexual y por razón de sexo, estableciendo un protocolo de actuación para estos casos.
- Reforzar el compromiso de Responsabilidad Social, en orden a mejorar la calidad de vida del personal y de sus familias, así como de fomentar el principio de igualdad de oportunidades.
- Establecer medidas que favorezcan la conciliación de la vida laboral con la vida familiar y personal de las trabajadoras y trabajadores de la empresa.
- Revisar el convenio colectivo de la empresa, desde la perspectiva del género, elaborando propuestas precisas para su introducción en el próximo convenio de Logifruit



En noviembre del 2013, Logifruit recibió la concesión del distintivo FENT EMPRESA IGUALS EN OPORTUNITATS por parte de la Dirección general de Familia y Mujer de la Generalitat Valenciana. Este reconocimiento se concedió a la empresa por la correcta aplicación del Plan de Igualdad.





# 2.4

Debido al tráfico y movimiento de envases existente en las delegaciones de la empresa, Logifruit puso en marcha en 2013 un Plan de Seguridad Vial que clarifica las preferencias y señala los pasos de peatones y máquinas. Se trata de localizar zonas estancas donde trabajan máquinas y no trabajan personas, de modo que cada uno tiene su sitio. En definitiva, un plan que evita los accidentes.

El Plan de Seguridad Vial de las delegaciones no es una excepción en la política de la empresa. Velar por la salud y seguridad laboral es un compromiso que Logifruit mantiene y desarrolla a través de su política preventiva, que afecta a todos y cada uno de los procesos productivos y puestos de trabajo.

Logifruit dispone de un Plan de Prevención que otorga responsabilidades a todos los niveles de la empresa y cuya eficacia es contrastada periódicamente por el personal técnico que forma parte del Servicio de Prevención Propio y por las auditorías reglamentarias del sistema de gestión de riesgos laborales. Así conseguimos que la política preventiva sea eficaz y se adecue a las diferentes actividades que se realizan.

Además de la mejora continua de las condiciones de los puestos de trabajo, los esfuerzos en prevención también son intensivos en los métodos de trabajo, con la incorporación continua de importantes mejoras organizativas en las máquinas e instalaciones.

Para proteger la salud de las personas que conforman su plantilla, Logifruit cuenta con un Servicio de Prevención Propio que asume las especialidades de Higiene Industrial y Psicosociología Aplicada, en todos los centros de trabajo, y un Servicio de Prevención Ajeno que asume las especialidades de Seguridad en el Trabajo y Medicina del Trabajo.

El 93 por ciento de la plantilla está representado en comités de seguridad y salud y además comparten los mismos beneficios sociales tengan jornada completa o parcial.

**LOGIFRUIT FUE  
PREMIADO POR EL  
GOBIERNO DE LA  
REGIÓN DE MURCIA EN  
LAS XVª JORNADAS  
TÉCNICAS DE  
PREVENCIÓN DE  
RIESGOS LABORALES y  
RESPONSABILIDAD  
SOCIAL , PREVER 2013**



## LA CONSOLIDACIÓN DE LA LISMI

# 2.5

Logifruit continúa con la inserción de personas con menos posibilidad de trabajar debido a una discapacidad. La plantilla de Logifruit está formada también por personas con algún tipo de discapacidad.

La empresa sigue colaborando y trabajando conjuntamente en el 2013 con Centros Especiales de Empleo como Grupo SIFU, una empresa líder de Facility Services, especializada en la integración laboral de personas con discapacidad física, psíquica, mental o sensorial. También con la empresa Galenas o con el Grupo Columbia, una empresa que provee de material informático. Se trata de una compañía del Grupo Fundosa, grupo empresarial de Fundación ONCE. Columbia es un Centro Especial de Empleo que facilita la inserción de personas con discapacidad en su plantilla.

En 2013 se han dado tres pasos más en el cumplimiento de la LISMI: en cuanto a formación, en 2013 se formó al departamento de RRHH para la concienciación a nivel de contratación de personas con discapacidad; a nivel de selección, se iniciaron colaboraciones con diferentes entidades y fundaciones para captar y seleccionar personas de este colectivo como la Fundación Adecco y la Fundación Unique; en cuanto a reclutamiento, se pusieron ofertas de empleo en las provincias de Barcelona, Madrid y Alicante.

Todas estas actuaciones han posibilitado el progreso y la consolidación en Logifruit durante el 2013 de la Ley de Integración Social del Minusválido (LISMI).

ANA ISABEL FLORES ENTRÓ EN LOGIFRUIT EN EL 2013. PESE A TENER UNA DEFICIENCIA AUDITIVA IMPORTANTE, ESTA COLABORADORA DE LOGIFRUIT DESARROLLA SU TRABAJO COMO OPERARIA DE LAVADO PERFECTAMENTE. ES INCAPAZ DE RECIBIR LAS SEÑALES AUDITIVAS DE LAS MÁQUINAS PERO SÍ LAS VISUALES. GRACIAS A SU CAPACIDAD TAMBIÉN DE LEER LOS LABIOS, ANA ISABEL SE COMUNICA CON SUS COMPAÑEROS SIN PROBLEMA ALGUNO.



# LA FORMACIÓN, LA CLAVE PARA EVOLUCIONAR

## 2.6

La formación es básica para trabajar en Logifruit, tanto la necesaria para desarrollar el trabajo perfectamente como la que es útil para evolucionar como colaborador o colaboradora. Esta formación servirá para la promoción, un modelo diferencial que permite tener colaboradores y colaboradoras altamente cualificados y motivados.

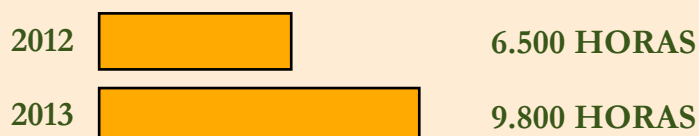
Al entrar en Logifruit, todas las personas disfrutan de un tutor personal que supervisa su trabajo durante todo el periodo formativo.

En Logifruit existe también una formación que se activa por cambios de puesto o

modificaciones de maquinaria. Del mismo modo, cada seis meses hay una formación de prevención sobre aquellos aspectos que se consideran más relevantes para las personas.

La labor de formación que impulsa el departamento de Relaciones Humanas de la compañía ha permitido en el 2013 mejorar el conocimiento, las aptitudes y habilidades del conjunto de la plantilla.

### HORAS DE FORMACIÓN



### INVERSIÓN EN FORMACIÓN



### PLANTILLA FORMADA



**EL 100 POR 100 DE COLABORADORES Y COLABORADORAS DE LOGIFRUIT RECIBE EVALUACIONES Y REVISIONES PERIÓDICAS DE DESARROLLO DE CARRERA**





# DEL AUTOLIDERAZGO A LA AUTOEVALUACIÓN

## 2.7

Logifruit tiene una plantilla altamente comprometida, motivada y alineada con la visión de la empresa, sus valores, sus principios y sus reglas de oro. Colaboradores y colaboradoras se responsabilizan de autoevaluarse y medir su Autoliderazgo para poder mejorar día a día. Éste es uno de los principales motores del crecimiento y el desarrollo alcanzado en los últimos años por la compañía.

En Logifruit siempre hemos pensado que el trabajo de cada persona está vinculado a la responsabilidad entendida como grado de compromiso. Esta política consiste en que cada colaborador o colaboradora es su propio líder, y debe encargarse de evaluar su cumplimiento de los métodos de la empresa, de marcar sus límites y retos dentro de sus posibilidades y hacerlo siempre en combinación con los cinco valores de las personas que componen: compromiso e implicación, respeto a los compañeros y compañeras, confianza, trabajo en equipo e innovación.

Solo quienes cumplen con los valores de las personas de Logifruit pueden hacer su trabajo basándose en los principios establecidos y

reconocidos por todos: Responsabilidad, seguridad, calidad, productividad y flexibilidad. Así, de este modo, se cumple con las reglas de oro.

Para ello, además de mantener una relación muy estrecha de los mandos intermedios con todos/as sus colaboradores/as diariamente, se realizan 2 veces al año las entrevistas de Autoevaluación, donde cada persona tiene que puntuarse a sí misma, en todos los apartados antes comentados, valorando su desarrollo y evolución en el trabajo y marcando objetivos para incrementar su rendimiento diario y a futuro, en definitiva, para crecer personalmente y poder hacer crecer y mejorar Logifruit. En Logifruit, hacemos cumplir este proceso, que denominamos Círculo Matrix, el cual nos permite ser una empresa sostenible y satisfacer las necesidades de los cinco valores de la empresa, gracias precisamente al cumplimiento de las reglas de oro y los valores y principios de las personas.

Además, el 100 por 100 de la plantilla está cubierto por el convenio colectivo, posee beneficios sociales y recibe evaluaciones de desempeño.



# EL PERFIL DE UNA PLANTILLA EXCELENTE

## 2.8

Logifruit es una empresa de valores consolidados que son la base de su cultura corporativa y de su alto índice de productividad. La exigencia a los colaboradores y colaboradoras para que crezcan en su trabajo al mismo tiempo que crece la empresa es una constante desde la creación de la compañía, así como que haya una equidad clara entre el mérito de las funciones que se realizan y el salario que se recibe. Su trabajo tiene un fin claro y bien definido: contribuir a la buena marcha de la empresa y a la sostenibilidad de la misma en el tiempo. En definitiva, su trabajo tiene un sentido desde el primer día: alcanzar un objetivo compartido de crecimiento, evolución y superación constante.

En Logifruit tenemos una plantilla excelente, conocedora de su trabajo a la perfección y que se responsabiliza de él, día a día. Contamos con colaboradores y colaboradoras formados y con ganas de trabajar, que están felices de desempeñar su labor en Logifruit y, sobre todo, orgullosos de pertenecer a la empresa. La persona que entra en Logifruit cumple con lo que llamamos el PERFIL DE LA PERSONA EXCELENTE, en la que existen unos requisitos obligatorios y otros deseables a corto plazo.

### OBLIGATORIOS

GANAS DE TRABAJAR  
FACILIDAD PARA TRABAJAR EN EQUIPO  
AFÁN DE SUPERACIÓN (AMBICIÓN)  
ACTITUD POSITIVA  
DISPONIBILIDAD Y FLEXIBILIDAD  
BUENA EDUCACIÓN  
RESPECTO A LAS PERSONAS Y AL TRABAJO  
IDIOMAS: CASTELLANO (HABLADO Y ESCRITO)  
PROACTIVIDAD Y PARTICIPACIÓN

### DESEABLES

FORMACIÓN Y POLIVALENCIA PARA CUALQUIER PUESTO  
CERTIFICADO DE MANIPULADOR DE ALIMENTOS  
CONOCIMIENTOS DE INFORMÁTICA  
CARNÉ DE CONDUCIR Y VEHÍCULO PROPIO  
APTITUDES DE LIDERAZGO  
FACILIDAD PARA LA COMUNICACIÓN  
INICIATIVA Y COMUNICACIÓN

1. SELECCIÓN
2. FORMACIÓN
3. PROMOCIÓN
4. RETRIBUCIÓN
5. AUTOEVALUACIÓN

EN LOGIFRUIT SEGUIMOS UN PROCESO RIGUROSO QUE COMIENZA EN LA SELECCIÓN PARA QUE EL COLABORADOR Y LA COLABORADORA ALCANCEN LA EXCELENCIA



# LA PLANTILLA DE LOGIFRUIT EN 2012

POR TIPO DE EMPLEO	HOMBRES	MUJERES
ADMINISTRADOR ÚNICO	1	0
GRUPO 6	4	1
GRUPO 5	26	3
GRUPO 4	17	8
GRUPO 3	23	14
GRUPO 2	240	46
GRUPO 1	166	193
TOTAL	477	265

**742 COLABORADORES  
Y COLABORADORAS**

POR CONTRATO	
INDEFINIDO	663
TEMPORAL	79
TOTAL GENERAL	742

POR REGIÓN	
ANTEQUERA	75
CIEMPOZUELOS	109
HUÉVAR	74
MALLORCA	25
VALENCIA	30
RIBARROJA	96
SAN ISIDRO	72
SANT SADURNÍ	89
INGENIO	21
VILLADANGOS	55
ZARAGOZA	32
GRANADILLA	31
GUADIX	33
TOTAL	742

POR GRUPO DE EDAD	
20-29 AÑOS	230
30-39 AÑOS	393
40 Y MÁS AÑOS	119





# LA PLANTILLA DE LOGIFRUIT EN 2012

POR SEXO	
HOMBRE	477
MUJER	265
TOTAL	742

ABSENTISMO	% ANUAL
VALENCIA	0.00%
RIBARROJA	2,75%
SAN ISIDRO	1,40%
CIEMPOZUELOS	0,26%
ANTEQUERA	0,72%
MALLORCA	0,14%
GRANADILLA	0%
SANT SADURNÍ	1,42%
INGENIO	0,03%
VILLADANGOS	0,11%
HUÉVAR	1,91%
ZARAGOZA	0,63%
GUADIX	0,38%
TOTAL	1,02%

# LA PLANTILLA DE LOGIFRUIT EN 2012

FORMACIÓN	COLABORADORES Y COLABODORAS FORMADOS
HORAS DE FORMACIÓN	9.800 HORAS
PLANTILLA FORMADA	100%

CATEGORÍAS DE PUESTOS DE TRABAJO	
ADMINISTRADOR ÚNICO	1 COLABORADOR
GRUPO 6	5 COLABORADORES
GRUPO 5	29 COLABORADORES
GRUPO 4	25 COLABORADORES
GRUPO 3	37 COLABORADORES
GRUPO 2	286 COLABORADORES
GRUPO 1	359 COLABORADORES



# 3. EVOLUCIONANDO CON EL PROVEEDOR





LOGIFRUIT, S.L.  
3416

LA CAJA 3416 FUE  
UNA DE LAS  
PRIMERA QUE  
LOGIFRUIT PUSO EN  
EL MERCADO

## PROVEEDOR: EVOLUCIÓN DE DATOS

**LOGIFRUIT  
HA SEGUIDO  
INNOVANDO EN 2013  
GRACIAS A LA  
INNOVACIÓN EN  
COLABORACIÓN CON  
SUS PROVEEDORES**

**LA  
CONFIANZA, LA  
ESPECIALIZACIÓN, LA  
PLANIFICACIÓN Y LAS  
RELACIONES A LARGO  
PLAZO SE CONSOLIDAN  
COMO CLAVE EN LA  
COLABORACIÓN CON  
PROVEEDORES**



# LA CONFIANZA CON LOS PROVEEDORES

## 3.1



Logifruit mantiene con sus proveedores una relación basada en la confianza mutua, la especialización, la planificación y las relaciones estables.

Para Logifruit el papel desempeñado por sus Proveedores es clave, pues de su compromiso y esfuerzo también depende, en gran medida, el crecimiento de la compañía, que solo es posible si satisface a sus clientes con un servicio eficiente.

Dentro del Modelo de Calidad Total de Logifruit destaca la figura del Interproveedor, que a través de la exigencia, el esfuerzo, la responsabilidad y la productividad persigue al igual que la compañía

satisfacer las necesidades de nuestro Cliente.

Compartir la misión y satisfacer las necesidades impulsa la experimentación y la innovación constante, dentro de una estrategia en la que tanto Logifruit como sus Interproveedores tienen claro que "innovar es estar pensando constantemente en como satisfacer las necesidades". Este modelo no solo se sustenta en la estabilidad, sino también en el conocimiento mutuo, el cual permite a Logifruit generar vínculos estables con sus proveedores.

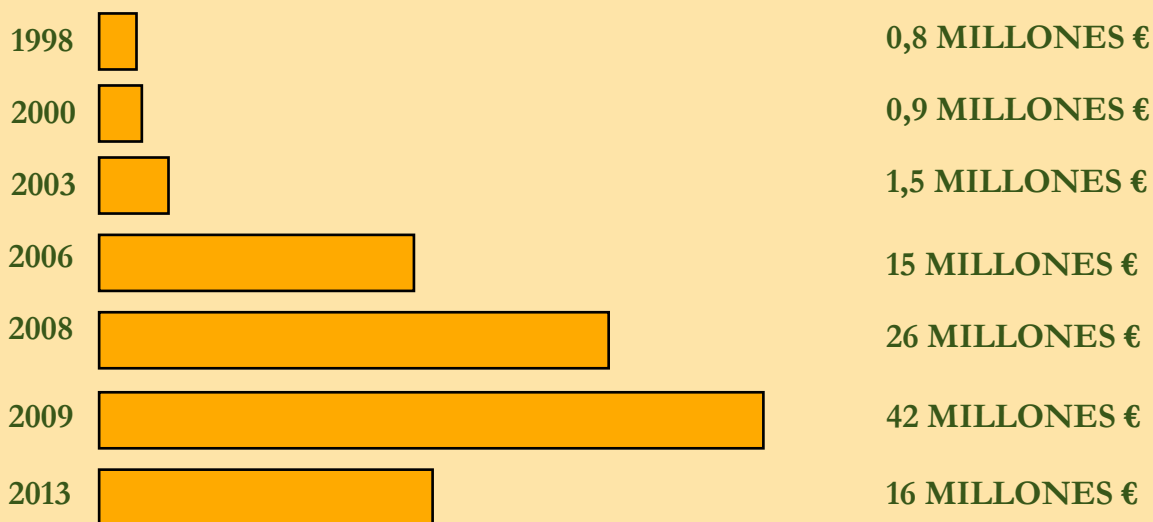




# EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES

## 3.2

### EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES



**TOTAL PERÍODO 1996-2013 194 MILLONES €**

#### MEJORAS DE SECADO

#### FLEJADO SOSTENIBLE

Logifruit ha introducido numerosas mejoras gracias a la inversión y la colaboración con sus proveedores a lo largo de su existencia. La evolución de la empresa ha sido clara en el año 2013, uno de los más elevados en inversiones de su historia, con las mejoras de secado de los envases, las transpaletas eléctricas con baterías de litio en las delegaciones, la alimentación automática que disminuye el esfuerzo físico de los colaboradores y colaboradoras y el flejado sostenible, que optimiza el uso de materiales.

#### ALIMENTACIÓN AUTOMÁTICA



#### TRANSPALETAS ELÉCTRICAS



## MISIONES COMPARTIDAS CON PROVEEDORES

### 3.3



MIMASA realiza diseños personalizados tanto de máquinas individuales como de proyectos integrales de higienización. Gracias a este proveedor, Logifruit consigue dar las mejores prestaciones al mínimo coste para el cliente, sin descuidar la calidad, la ergonomía, la seguridad, el ahorro energético y el respeto por el medio ambiente.

Los más de 20 años de trayectoria empresarial del Grupo Fundosa son la evidencia de la sostenibilidad del proyecto, que ha ido creciendo y diversificando actividades para generar nuevos recursos, más empleo y de más calidad. Hoy Grupo Fundosa se compone de 33 empresas filiales y 25 sociedades participadas con presencia en toda España a través de 356 centros de trabajo, de los que 289 son Centros Especiales de Empleo, además de los 67 Centros de Economía Social. Grupo Fundosa ayuda a la gestión de las Relaciones Humanas en Logifruit.



AirClima es una empresa joven que nació para satisfacer las necesidades de confort y bienestar de las personas en el hogar y en el trabajo. La instalación, venta y reparación de equipos de aire acondicionado, climatización y equipos depuradores de agua son nuestro principal trabajo, entre otros. Los colaboradores y colaboradoras de Logifruit disponen de espacios de trabajo climatizados gracias a la colaboración de AirClima.

Una de las apuestas del 2013 más importante para Logifruit ha sido la incorporación de un envase para pescado con la colaboración de TEPESA. Se trata de una empresa líder en España y tercero en Europa en la fabricación de accesorios plásticos. Tepsa cuenta con una superficie industrial de 700.000 m<sup>2</sup>, con 8 plantas de fabricación y 14 centros logísticos en España y Marruecos. Son especialistas en perfiles de polietileno de alta densidad (PEAD).



Ribawood comienza su actividad en 1975 de transformación de plásticos y la extrusión de láminas de Woodstock: un plástico destinado al sector del automóvil. Desde su fundación, la compañía ha mantenido una constante evolución, siempre comprometida con la calidad, la innovación y el cuidado del medio ambiente. Esta empresa, acreedora de los más prestigiosos reconocimientos, tanto nacionales como internacionales, nos ha ayudado a hacer más resistentes nuestros pallets.



# 4. EVOLUCIONANDO CON LA SOCIEDAD



LOGIFRUIT  
GESTIONA  
RESIDUOS EN  
TODAS LAS  
DELEGACIONES  
PARA SU POSTERIOR  
TRATAMIENTO



## SOCIEDAD: EVOLUCIÓN DE CIFRAS

### CONSUMO DE AGUA

2013

-3,74 %

### CONSUMO PRODUCTOS QUÍMICOS

2013

-13,25 %

### CONSUMO DE GASOIL

2013

-2,49 %

### CO2

2013

EN  
2013 DEJARON  
DE EMITIRSE A LA  
ATMÓSFERA 5.210  
TONELADAS DE CO2  
EN COMPARACIÓN  
CON 2012



## APORTACIONES A LA SOCIEDAD

### 4.1

**RETENCIONES  
PROFESIONALES, IAES Y  
DIVIDENDOS**  
151.000 €

**CONTRIBUCIONES A  
ONG'S**  
15.000 €



**RETENCIONES  
COLABORADORES Y  
COLABORADORAS**  
2,3 MILLONES DE €

**SEGURIDAD SOCIAL,  
IVA E IGIC**  
5,7 MILLONES DE €





## EVOLUCIÓN RESPECTO A 2012

# 4.2

APORTACIONES	IMPORTE 2012	IMPORTE 2013	
SEGURIDAD SOCIAL	5.300.555 EUROS	5.833.907 EUROS	↑10%
IVA E IGIC	4.929.571 EUROS	5.750.940 EUROS	↑16%
RETENCIONES COLABORADORES/AS	1.855.790 EUROS	2.364.151 EUROS	↑27%
RETENCIONES DIVIDENDOS	114.088 EUROS	144.654 EUROS	↑26%
RETENCIONES PROFESIONALES	10.425 EUROS	7.709 EUROS	↓27%
IAES Y CONTRIBUCIONES	41.871 EUROS	47.333 EUROS	↑13%
CONTRIBUCIONES A OENEGÉS	10.926 EUROS	15.468 EUROS	↑41%
TOTAL	12.263.228 EUROS	14.164.164 EUROS	↑15%

**LOGIFRUIT SUPERÓ LOS 14 MILLONES DE EUROS EN APORTACIONES A LA SOCIEDAD DURANTE EL 2013, UN 15 POR CIENTO MÁS RESPECTO A 2012**



# EVOLUCIÓN RESPECTO A 2012

## 4.2

MATERIAL RECUPERADO	POLIETILENO	POLIPROPILENO	CARTÓN	PLÁSTICO
2011	600 TN	2.000 TN	158.000 TN	28 TN
2012	510 TN	2.556 TN	125.000 TN	4 TN
2013	752 TN	3.148 TN	173.000 TN	4 TN

REUTILIZACIONES DE ENVASES	2011	2012	2013
CAJAS RÍGIDAS	103 millones	102 millones	102 millones
CAJAS PLEGABLES	77 millones	88 millones	89 millones
PALETAS	7 millones	8 millones	8 millones
1/2 PALETAS	7 millones	8 millones	8 millones
BOX, PALOT Y MEDIO PALOT	1 millón	1,2 millones	1,3 millones

	2011	2012	2013
AHORRO DE EMISIONES DE CO2 RESPECTO A 2012	5.288 TN	5.364 TN	5.210 TN
DISTANCIA MEDIA POR VIAJE DE CAMIÓN	201 KM	192 KM	192 KM



# HACER MÁS CON MENOS



## 4.3

### SISTEMA DE RECUPERACIÓN DEL VAPOR DE LA CALDERA





Logifruit introduce en febrero del 2013 un sistema de recuperación del vapor que emana de las calderas de las delegaciones que consigue reducir los consumos de gas en un 10 por ciento. Esta política de hacer más con menos recursos, de ser más productivos,, se aplica en todos los procesos de la empresa.

### CONSUMO DE AGUA

2012		303.000 M3
2013		291.000 M3

### CONSUMO DE GASOIL

2012		1.648.443 M3
2013		1.607.444 M3

2.000 CAMIONES  
MENOS  
CIRCULARON  
POR LAS  
CARRETERAS  
RESPECTO AL  
2012 CON EL  
CONSIGUIENTE  
AHORRO  
ENERGÉTICO Y  
BENEFICIO  
PARA EL MEDIO  
AMBIENTE





## COMPROMETIDOS CON LA SOCIEDAD

### 4.4

El compromiso de Logifruit alcanza con claridad a los tres ejes de la Responsabilidad Social Corporativa. Tanto desde el punto de vista social o económico como medioambiental, las acciones de la empresa van encaminadas a satisfacer estas tres vertientes.

Logifruit es una empresa con una clara conciencia social que desde hace años colabora intensamente con numerosas ong's en diferentes proyectos, tanto a nivel nacional como internacional, desde un punto de vista no solo de apoyo económico sino también personal.

Desde el punto de vista medioambiental, Logifruit está comprometida con el uso eficiente de los recursos, Logifruit desarrolla su actividad y se esfuerza por ser respetuosa con el medio ambiente. Para ello, entiende que es su responsabilidad como empresa "hacer más con menos" en todos y cada uno de sus procesos.

Durante el 2013, Logifruit ha seguido implementando iniciativas que han reducido el consumo de energía y han minimizado el impacto medioambiental de su actividad.

Es de destacar por una mejor gestión del transporte, un ahorro de emisiones de Co2 de 5.210 toneladas.

Logifruit también recoge los residuos que genera su actividad y los entrega a gestores autorizados. Por ejemplo, todos los envases que se rompen o sufren algún deterioro que pueda afectar a la calidad del producto son entregados a un gestor de residuos autorizados.

En las Delegaciones de Huévar, Granadilla, Ciempozuelos, San Isidro, Ingenio, Ribarroja, Guadix, Antequera, Sant Sadurní y Villadangos del Páramo, Logifruit dispone de una Prensa de Cartón de última generación para el prensado de Cartón y confección de balas.

La empresa sigue en la línea de incorporar medidas de reducción del consumo de agua en las nuevas máquinas de lavado mediante dispositivos de reducción y de reutilización del agua y de utilizar detergentes, desinfectantes y desincrustantes respetuosos con el medio ambiente.

**EN 2013 SE  
REDUJERON LAS  
EMISIONES DE CO2  
A LA ATMÓSFERA  
EN 5.210  
TONELADAS  
RESPECTO A 2012**



# CARTA AL PACTO MUNDIAL. GLOBAL COMPACT

## 4.5

*Me complace enormemente, por segundo año consecutivo, poder dirigirle estas palabras en nombre de todos los colaboradores y colaboradoras que forman parte del equipo de Logifruit. De nuevo, estoy en disposición de constatarle, con firmeza y convicción, a través esta carta, el deseo de la empresa de renovar el compromiso con los Diez Principios que configuran el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y continuar en los años venideros por la senda de la Responsabilidad Social.*

*Permítame que le recuerde brevemente, en primer lugar, el fin de Logifruit. Se trata de una organización destinada a crear valor, siempre de manera responsable, con el objetivo de satisfacer plenamente a los cinco valores que, según nuestro criterio, componen la empresa: el Cliente, el Colaborador o Colaboradora, el Proveedor, la Sociedad y el Capital. Somos especialistas en la higienización y el alquiler de envases con una implantación a nivel nacional en continuo crecimiento y expansión.*

*Precisamente, dos de los valores a lo que he aludido en el párrafo anterior y que son básicos en nuestro quehacer cotidiano -la creación de valor y la responsabilidad- han sido los que nos han llevado nuevamente a plasmar nuestros logros y nuestros retos en una segunda Memoria de Sostenibilidad, basada en los parámetros de la Global Reporting Initiative (GRI). Logifruit tiene un compromiso permanente con la sociedad en la que desarrolla su actividad en tres áreas claramente diferenciadas: la social, la económica y la medioambiental. En cada una de ellas, tal y como refleja la Memoria 2012, la organización ha puesto todo su empeño para seguir progresando y devolver a la sociedad lo que ésta le ha dado a la compañía desde los inicios en 1996.*

*Durante el 2012, y en línea con los principios 1, 2 y 3, hemos seguido formando, a través de cursos multidisciplinares, y motivando a nuestra plantilla, estrechando el compromiso gracias a una política humanista con un trabajo basado en el autoliderazgo, la seguridad, la calidad, la productividad y la flexibilidad. Me siento especialmente orgulloso de la aplicación que estamos llevando a cabo de la Ley de Integración Social del Minusválido y, sobre todo, de haber implantado el Plan de Igualdad 2012-2017 -en consonancia con el principio 6 del Pacto Mundial- para los más de 700 colaboradores y colaboradoras que trabajan en Logifruit, una plantilla que además volvió a crecer en 2012 y que ha firmado un convenio colectivo para los próximos 5 años.*



*Respecto a los puntos 7, 8 y 9, Logifruit ha continuado innovando -17 millones de euros- en mejorar sus instalaciones y en tecnología para garantizar la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. En 2012 hemos emitido menos de 5.000 toneladas de CO2 a la atmósfera que el pasado año, hemos reducido el consumo de agua en un 3 por ciento y hemos seguido recogiendo toneladas de residuos para su posterior tratamiento. Otra cifra que refleja el compromiso de Logifruit son los más de 12 millones de euros -un 5 por ciento más que en 2011- que la empresa aportó a la sociedad.*

*No me gustaría dejar pasar la oportunidad de hacer mención también a la relación con nuestros proveedores, a través de los cuales hemos sido capaces de innovar en proyectos conjuntos. De hecho, buena parte del crecimiento de Logifruit en 2012 ha sido posible gracias a la misión compartida con ellos y a una gestión basada en la confianza, la especialización, la planificación y las relaciones a largo plazo.*

*Para finalizar, nuestro reto en 2013 pasa por seguir desarrollando nuestro Modelo de Calidad Total, cumpliendo nuestra misión, y en esforzarnos por innovar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes de una manera óptima y responsable, con la mejor calidad y al mejor precio. Sólo de esta manera, Logifruit seguirá aportando valor y continuará siendo la empresa en la que todo es posible.*

Pedro Ballester  
Director General  
LOGIFRUIT



**Logifruit es miembro del  
Global Compact desde 2012**



## EVOLUCIÓN DE LAS ACCIONES CON ONG'S

# 4.6

Logifruit colabora intensamente con un número importante de ONG'S de diferente actividad y ámbito. Con el ejemplo que da la empresa, Logifruit quiere contribuir al desarrollo de las personas allá donde se encuentren.



El compromiso de Logifruit con la Fundación Vicente Ferrer es muy estrecho para combatir, erradicar la pobreza extrema y mejorar las condiciones de vida de los más desfavorecidos. La compañía dedica una aportación económica a la construcción de colegios y otros edificios públicos en la India.

Logifruit colabora con ASPADIS, que es una obra benéfico-social sin ánimo de lucro, fundada en 1980, en la asistencia, rehabilitación de niños abandonados y jóvenes discapacitados psíquicos profundos y a lograr su máximo desarrollo físico,



Logifruit trata, a través de esta colaboración con Cruz Roja, de estar más cerca de las personas vulnerables en los ámbitos nacional e internacional con acciones realizadas por voluntariado y con una amplia participación social.



UNICEF trabaja para conseguir cambios reales en la vida de los niños en los países en vías de desarrollo. Logifruit colabora para promover políticas y alianza por la infancia allá donde más se necesitan.

## PROYECTO HOMBRE

A través de Proyecto Hombre, Logifruit ayuda a la prevención, tratamiento e integración de personas con problemas de drogodependencia y otras adicciones. La empresa colabora en el mantenimiento de la comunidad terapéutica de la prisión de Picassent, en la que se ayuda a unas 90 personas.





## EVOLUCIÓN DE LAS ACCIONES CON ONG'S

### 4.6



Con la Fundación EMALAIKAT, Logifruit comparte la preocupación por promover la creación y desarrollo de recursos acuíferos sostenibles en África.



La Asociación Española contra el Cáncer trabaja para prevenir, sensibilizar, acompañar a las personas y financiar proyectos de investigación oncológica que permitirán un mejor diagnóstico y tratamiento del cáncer. Logifruit contribuye económicamente a que la misión de esta ong pueda ser una realidad.



Logifruit asume las preocupaciones y funciones sociales de Cooperación Internacional com ONG. En concreto, Logifruit colabora en tres líneas: la primera, un plan de responsabilidad social educativa; la segunda, acciones de innovación social enfocados a la formación para el emprendimiento de proyectos sociales; y por último, un programa de concienciación de voluntariado social.



Logifruit comparte con la Fundación Manuel Broseta el objetivo de mantener vivo su espíritu y su memoria con tal de profundizar en el significado de su vida en la sociedad valenciana.



# 5. EVOLUCIONANDO CON EL CAPITAL

EL CRECIMIENTO  
DE LOGIFRUIT HA  
SIDO CONTINUO  
DESDE QUE  
COMENZARA SU  
ACTIVIDAD EN 1996



## CAPITAL: EVOLUCIÓN DE CIFRAS

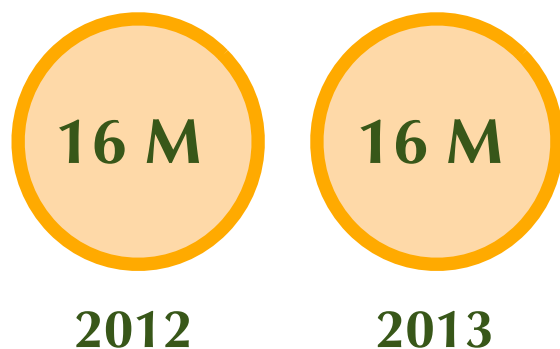
### FACTURACIÓN



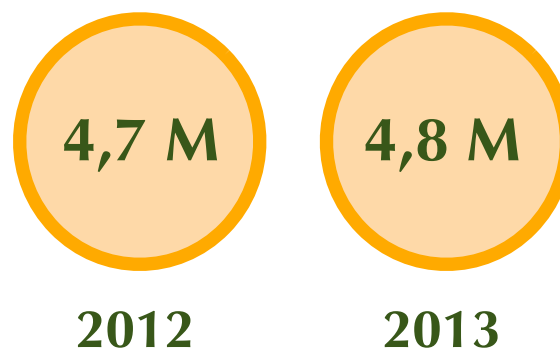
### CRECIMIENTO EN VENTAS RESPECTO AL AÑO ANTERIOR



### INVERSIONES



### BENEFICIOS





# ACTIVIDAD DE LOGIFRUIT. CIERRE DEL 2013

## 5.1

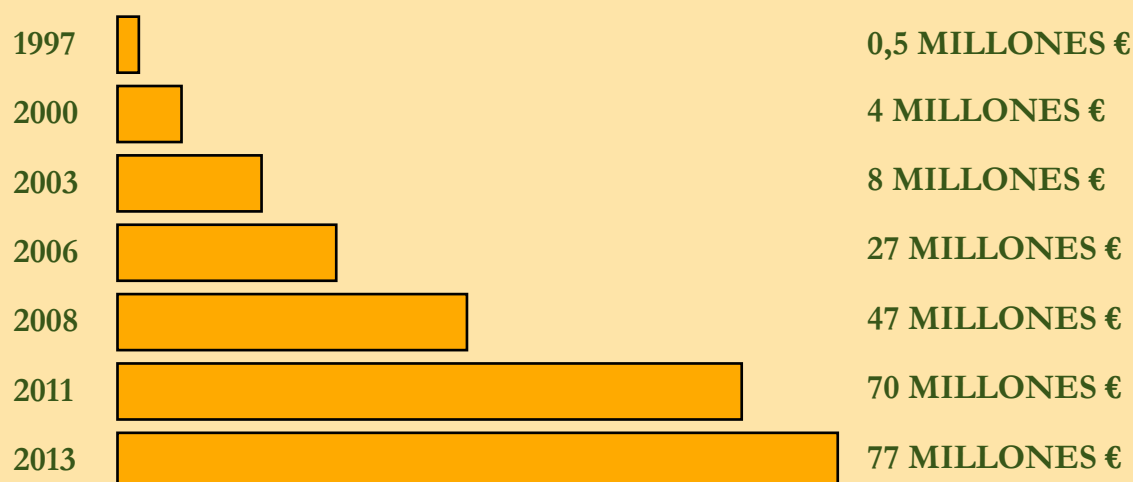
Logifruit cerró el 2013 con 77 millones de facturación, lo que ha supuesto un incremento de las ventas del 2,53 por ciento respecto al año anterior. Los resultados obtenidos son gracias a la cultura del esfuerzo y del trabajo de la empresa y de todos y cada uno de sus colaboradores y colaboradoras.

También ha contribuido de manera significativa a este crecimiento el

compromiso a largo plazo de la empresa con Mercadona y con sus interproveedores. Cabe destacar igualmente el esfuerzo realizado en satisfacer las necesidades de los clientes, los colaboradores y colaboradoras, el proveedor, la sociedad y el capital.

Logifruit invirtió cerca de 17 millones en 2013 y obtuvo unos beneficios antes de impuestos de casi 5 millones de euros.

### EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS



**LOGIFRUIT CONTINUÓ CRECIENDO EN 2012 DE LA MANO DE MERCADONA GRACIAS A LA CULTURA DEL ESFUERZO Y DEL TRABAJO Y AL MODELO DE GESTIÓN BASADO EN LA CALIDAD TOTAL**



# 5.2

## HISTORIA DE LA EMPRESA

### 1996

Logifruit nació para satisfacer una necesidad social que comenzaba a ser realmente importante en este año: el mercado necesitaba utilizar envases más económicos y sobre todo más ecológicos. Logifruit comenzó trabajando para los proveedores de frutas y verduras de Mercadona

### 1997

La actividad de la empresa comienza a crecer con fuerza. Se abren las delegaciones de Antequera, Albatera y Getafe. Ribarroja del Turia se convierte en el centro de las operaciones de la empresa. Introducimos envases rígidos que ayudarán al despegue definitivo de la compañía.

### 1998

La facturación comienza a crecer, sobre todo motivada por la incorporación a la cartera de clientes de los proveedores de Mercadona de huevos, carne, charcutería y pescado. Las ventas superan el millón y medio de euros por primera vez.

### 1999

Como resultado del crecimiento y del aumento de facturación se abren nuevas delegaciones. Comenzamos a operar con los proveedores lácteos de Mercadona al mismo tiempo que se inauguran las plataformas de Tenerife, Palma de Mallorca y Tarrassa. La plantilla alcanza los 132 colaboradores y colaboradoras.

### 2000

En tan solo cuatro años de vida, la empresa factura más de 4 millones de euros. El movimiento de envases sigue creciendo sin parar y se superan ya este año los 26 millones de unidades. El pool de envases es una realidad consolidada en un cortísimo período de tiempo.

### 2001

La reducción del esfuerzo físico siempre ha sido una constante desde la creación de Logifruit. Fruto de esta preocupación, en este año comienza el proceso de automatización en Logifruit que continua desde entonces de manera constante. La plantilla supera las 130 personas.



## HISTORIA DE LA EMPRESA

### 2002

2002 es un año destacado en la historia de Logifruit porque se rozan los 50 millones de movimientos. También porque se abren unas nuevas oficinas centrales que permiten una administración adecuada al crecimiento constante de la empresa.

### 2003

Logifruit mueve ya 58 millones de envases este año. Abrimos nueva delegación en Hospital de Órbigo, León, y la facturación se dispara a casi los 9 millones de euros. Seguimos creando empleo y prácticamente cerramos el año con una plantilla de 200 colaboradores y colaboradoras.

### 2004

Este año trae dos nuevas aperturas de delegaciones: Junimar, en las Palmas de Gran Canaria y Huévar, en Sevilla. Con 269 personas en plantilla, comienza el clasificado de palés y la manipulación y prensado del cartón.

### 2005

El primer palé de Logifruit ve la luz en 2005. No es la única innovación: llega la caja plegable 624 y la box 77. Hay un cambio de sede en Cataluña. De Tarrassa a Sant Sadurní d'Anoia. Cumplimos 10 años de actividad de la empresa, una fecha inolvidable.

### 2006

Año de buenas cifras: la facturación asciende a 27 millones de euros; la plantilla alcanza casi las 500 personas y los movimientos de envases superan los 125 millones. Abrimos la delegación más moderna de toda la red. De Pinto pasamos a Ciempozuelos.

### 2007

Gracias al compromiso de los colaboradores y colaboradoras, Logifruit consolida la cifra de 150 movimientos de envases en este año. En Las Palmas abrimos un nuevo almacén mientras que las ventas ya superan los 35 millones de euros.



## HISTORIA DE LA EMPRESA

### 2008

El cuidado del Medio Ambiente es fundamental en la estrategia de Logifruit. Todas las delegaciones de la empresa van incorporando este año la gestión del cartón. También llega el servicio de manipulado de pallets. Se llega a los 50 millones de euros de ventas. Nos cambiamos en León a Villadangos.

### 2009

Logifruit, gracias al compromiso con Mercadona, se traslada a sus instalaciones en Palma de Mallorca y San Isidro. La optimización de la carga en camiones da un salto cualitativo con la llegada en 2009 del Palot. Los movimientos de envases llegan a los 200 millones y las ventas, a los 57 millones de euros.

### 2010

En 2010 se pone en marcha la delegación de Zaragoza. La red logística de Logifruit alcanza las 11 delegaciones en España, lo que permite dar un servicio de proximidad cada vez mayor a los clientes. La facturación es de 62 millones de euros.

### 2011

Durante el 2011 se introduce el medio palot, un envase que sirve para reducir la emisiones de CO2 a la atmósfera en más de 5 toneladas este año gracias al aprovechamiento óptimo del espacio en los camiones. Se traza una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa para devolver a la sociedad lo que ella nos ha dado.

### 2012

En este año se abre la nueva Antequera, con la automatización de los procesos como gran inversión y la mejora de la maquinaria. Se pone en marcha el Plan de Igualdad 2012-2017. Logifruit ya factura 75 millones de euros. Se incrementa un 10 por ciento el número de clientes respecto al año pasado.





# 2013

En el año 2013 Logifruit sigue evolucionando y supera prácticamente todos los indicadores respecto a años anteriores. Se abre la delegación de Guadix. Se alcanzan los 208 millones de movimientos de envases y el número de clientes roza la cifra de 500. La productividad vuelve a incrementarse un 26 por ciento respecto al 2012. Se aprueba un convenio colectivo hasta el 2018.

Baja el absentismo laboral y el índice de incidencia. La inversión en formación, que alcanza al 100 por 100 de la plantilla, se dobla a nivel interno y alcanza los 170.000 euros a nivel externo. En este año, Logifruit tiene 93 interproveedores, 322 proveedores y 79 proveedores 0. La inversión supera de nuevo los 16 millones de euros. Se aplican mejoras de secado, flejados sostenibles, alimentación automática en varias delegaciones y comienzan a usarse transpaletas eléctricas con baterías de litio. Se reduce el consumo de agua y gasoil, bajan en porcentajes los litros utilizados de productos químicos y dejan de emitirse 5.210 toneladas de CO2 a la atmósfera. Las aportaciones a la sociedad se incrementan un 15 por ciento respecto al 2012. La optimización de la carga en camiones consigue que circulen 2.000 vehículos menos por las carreteras. Las ventas alcanzan los 77 millones de euros, lo que supone un incremento del 2,6 por ciento respecto año anterior. Los beneficios casi llegan a los 5 millones de euros.



# ÍNDICE DE CONTENIDOS DEL GRI

	CONTENIDO	PÁGINA
	ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	
	1.1. DECLARACIÓN DEL MÁS ALTO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN	6,7
	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	
	2.1. NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN	13
	2.2. PRINCIPALES SERVICIOS	13,14
	2.3 ESTRUCTURA OPERATIVA DE LA ORGANIZACIÓN	9,10,20
	2.4. UBICACIÓN DE LA SEDE DE LA ORGANIZACIÓN	20
	2.5. NÚMERO DE PAÍSES EN LOS QUE LA ORGANIZACIÓN OPERA	20
	2.6. NATURALEZA DE LA TITULARIDAD Y FORMA JURÍDICA	15
	2.7. MERCADOS A LOS QUE SIRVE LA ORGANIZACIÓN	20
	2.8. ESCALA DE LA ORGANIZACIÓN QUE ELABORA LA MEMORIA	13,14,15
	2.9. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS DURANTE EL PERÍODO CUBIERTO POR LA MEMORIA	no existen
	2.10. PREMIOS RECIBIDOS DURANTE EL PERÍODO CUBIERTO POR LA MEMORIA	34



# ÍNDICE DE CONTENIDOS DEL GRI

	CONTENIDO	PÁGINA
	PARAMETROS DE LA MEMORIA	
	3.1. PERÍODO QUE CUBRE LA MEMORIA	76
	3.2. FECHA DE LA MEMORIA ANTERIOR MÁS RECIENTE	76
	3.3. CICLO DE LA ELABORACIÓN DE LA MEMORIA	76
	3.4. PUNTO DE CONTACTO PARA RESOLVER PREGUNTAS	76
	3.5. PROCESO PARA DEFINIR EL CONTENIDO DE LA MEMORIA	77
	3.6. COBERTURA DE LA MEMORIA	76
	3.7. LIMITACIONES CONCRETAS DEL ALCANCE O COBERTURA DE LA MEMORIA	76
	3.8. BASE PARA INCLUIR EN LA MEMORIA INFORMACIÓN SOBRE JOINT VENTURES, FILIALES, INSTALACIONES ARRENDADAS, OPERACIONES SUBCONTRATADAS Y OTRAS ENTIDADES	no existen
	3.10. EXPLICACIÓN DEL SENTIDO QUE TIENE REPETIR INFORMACIÓN INCLUIDA EN MEMORIAS ANTERIORES	77
	3.11. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS RESPECTO A PERÍODOS ANTERIORES	no existen
	ÍNDICE DE CONTENIDOS DE GRI	
	3.12. TABLA DE INDICADORES	72,73,74,75



# ÍNDICE DE CONTENIDOS DEL GRI

	CONTENIDO	PÁGINA
	GOBIERNO, COMPROMISOS Y GRUPOS DE INTERÉS	
	4.1. ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE LOGRIFRUIT	9,1
	4.2. INDICACIÓN SOBRE SI EL PRESIDENTE DEL ÓRGANO SUPERIOR ES ADEMÁS UN DIRECTIVO	77
	4.3. DECLARAR EL NÚMERO DE MIEMBROS DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO QUE SON INDEPENDIENTES /Y/O MIEMBROS NO EJECUTIVOS	77
	4.4. MECANISMOS EN VIRTUD DE LOS CUALES LOS ACCIONISTAS Y LOS EMPLEADOS PUEDEN HACER RECOMENDACIONES U OFRECER INDICACIONES AL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO	11
	4.14. LISTA DE GRUPOS DE INTERÉS QUE PARTICIPAN EN LA ORGANIZACIÓN	11
	4.15. BASE PARA IDENTIFICAR Y SELECCIONAR A LOS GRUPOS DE INTERÉS QUE HAN PARTICIPADO	77





*LOGIFRUIT, S.L.*  
*'3416*

*LOGIFRUIT, S.L.*  
*'3416*

*LOGIFRUIT, S.L.*  
*'3416*



# ÍNDICE DE INDICADORES DESEMPEÑO ECONÓMICO

GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
EC1	VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO, INCLUYENDO INGRESOS, COSTES DE EXPLOTACIÓN, RETRIBUCIÓN A EMPLEADOS, DONACIONES Y OTRAS INVERSIONES EN LA COMUNIDAD, BENEFICIOS NO DISTRIBUIDOS Y PAGOS A PROVEEDORES DE CAPITAL Y A GOBIERNOS.	52
EC3	COBERTURA DE LAS OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN DEBIDAS A PROGRAMAS DE BENEFICIOS SOCIALES.	52



# ÍNDICE DE INDICADORES DESEMPEÑO SOCIAL

GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
LA1	DESGLOSE DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES POR TIPO DE EMPLEO, POR CONTRATO Y POR REGIÓN.	39
LA2	NÚMERO TOTAL DE EMPLEADOS Y ROTACIÓN MEDIA DE EMPLEADOS, DESGLOSADOS POR GRUPO DE EDAD, SEXO Y REGIÓN.	39
LA3	BENEFICIOS SOCIALES PARA LOS EMPLEADOS CON JORNADA COMPLETA, QUE NO SE OFRECEN A LOS EMPLEADOS TEMPORALES O DE MEDIA JORNADA, DESGLOSADO POR ACTIVIDAD PRINCIPAL.	37
LA4	PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR UN CONVENIO COLECTIVO.	37
LA5	PERIODO(S) MÍNIMO(S) DE PREAVISO RELATIVO(S) A CAMBIOS ORGANIZATIVOS, INCLUYENDO SI ESTAS NOTIFICACIONES SON ESPECIFICADAS EN LOS CONVENIOS COLECTIVOS.	33
LA6	PORCENTAJE DEL TOTAL DE TRABAJADORES QUE ESTÁ REPRESENTADO EN COMITÉS DE SEGURIDAD Y SALUD CONJUNTOS DE DIRECCIÓN-EMPLEADOS, ESTABLECIDOS PARA AYUDAR A CONTROLAR Y ASESORAR SOBRE PROGRAMAS DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL.	34
LA7	TASAS DE ABSENTISMO, ENFERMEDADES PROFESIONALES, DÍAS PERDIDOS Y NÚMERO DE VÍCTIMAS MORTALES RELACIONADAS CON EL TRABAJO POR REGIÓN.	39
LA8	PROGRAMAS DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN, ASESORAMIENTO, PREVENCIÓN Y CONTROL DE RIESGOS QUE SE APLIQUEN A LOS TRABAJADORES, A SUS FAMILIAS O A LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD EN RELACIÓN CON ENFERMEDADES GRAVES.	34
LA9	ASUNTOS DE SALUD Y SEGURIDAD CUBIERTOS EN ACUERDOS FORMALES CON SINDICATOS.	34



# ÍNDICE DE INDICADORES DESEMPEÑO SOCIAL

GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
LA10	PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN AL AÑO POR EMPLEADO, DESGLOSADO POR CATEGORÍA DE EMPLEADO.	39,40,41
LA11	PROGRAMAS DE GESTIÓN DE HABILIDADES Y DE FORMACIÓN CONTINÚA QUE FOMENTEN LA EMPLEABILIDAD DE LOS TRABAJADORES Y QUE LES APOYEN EN LA GESTIÓN DEL FINAL DE SUS CARRERAS PROFESIONALES.	35,36
LA12	PORCENTAJE DE EMPLEADOS QUE RECIBEN EVALUACIONES REGULARES DEL DESEMPEÑO Y DE DESARROLLO PROFESIONAL.	37,39,41
LA13	COMPOSICIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO CORPORATIVO Y PLANTILLA, DESGLOSADO POR SEXO, GRUPO DE EDAD, PERTENENCIA A MINORÍAS Y OTROS INDICADORES DE DIVERSIDAD.	39,40,41





# ÍNDICE DE INDICADORES DESEMPEÑO SOCIAL

GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
EN3	CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS	54
EN8	CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA POR FUENTES.	54
EN10	PORCENTAJE Y VOLUMEN TOTAL DE AGUA RECICLADA Y REUTILIZADA.	54
EN16	EMISIONES TOTALES, DIRECTAS E INDIRECTAS, DE GASES DE EFECTO INVERNADERO, EN PESO.	55
EN18	INICIATIVAS PARA REDUCIR LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO Y LAS REDUCCIONES LOGRADAS.	54,55
EN22	PESO TOTAL DE RESIDUOS GENERADOS, SEGÚN TIPO Y MÉTODO DE TRATAMIENTO.	54

# PERFIL Y PARÁMETROS DE LA MEMORIA

<b>NÚMERO</b>	<b>TERCERA MEMORIA</b>
<b>PERÍODO</b>	<b>01/01/2013 al 31/12/2013</b>
<b>IMPACTOS</b>	<b>SOCIAL ECONÓMICO AMBIENTAL</b>
<b>DIRECTIVAS SEGUIDAS</b>	<b>G3 GLOBAL REPORTING INITIATIVE</b>
<b>NIVEL</b>	<b>C</b>

La información y los datos publicados en esta Memoria de Sostenibilidad corresponden a las actividades de Logifruit durante el 2013.

Este tercer informe de sostenibilidad de la compañía -el primero se publicó en 2012- se han hecho siguiendo los indicadores del Global Reporting Initiative (GRI). La memoria es del tipo C.

En este documento, al igual que en la primera experiencia con la memoria del 2011, se han plasmado los datos económicos, sociales y medioambientales más destacados de la organización, según marcan los indicadores GRI.

Los límites de la Memoria se justifican por el tamaño de la empresa y en que los indicadores reportados dan buena cuenta de la actividad sostenible de la misma.

Con el fin de mejorar continuamente la presentación de las sucesivas memorias, con carácter anual, y publicar aquella información que sea de más importancia para vosotros, los grupos de interés, podéis enviarnos cualquier sugerencia sobre los contenidos de la memoria presente o futura a:  
[logifruit@logifruit.es](mailto:logifruit@logifruit.es)



# PRINCIPIOS DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

## Determinación de la Materialidad:

Logifruit se ha centrado en la evolución que la empresa ha experimentado durante el 2013 gracias al trabajo de una plantilla motivada y eficaz: Logifruit, liderada por las personas, ha vuelto a progresar en su compromiso con la sostenibilidad, ha mejorado la satisfacción de sus clientes, ha optimizado las medidas de seguridad alimentaria, ha incrementado el número de clientes sus ventas y sus aportaciones a la sociedad y ha consolidado sus procesos internos de manera que la compañía pueda perdurar en el tiempo. Todos estos argumentos han sido la base de la memoria redactada.

## Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria:

Se ha optado por un nivel C. Los aspectos prioritarios en los que hemos basado la memoria son el económico, el social y el medioambiental. Las limitaciones han sido autoimpuestas en función de la información existente y de las necesidades del tipo C.

## Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria:

Los grupos de interés identificados son los que día a día tienen que ver con la actividad de la

organización. Hemos dejado fuera otros menores que, aunque contribuyen al éxito de Logifruit, no son determinantes en su funcionamiento o sería demasiado extenso entrar en detalle.

En el 2013, no existía ningún miembro del órgano superior de gobierno de Logifruit que fuera independiente.

Los mecanismos en virtud de los cuales los colaboradores han podido hacer recomendaciones u ofrecer indicaciones al órgano superior de gobierno, el comité de dirección, se han consolidado a través de reuniones periódicas y del uso de tecnologías de la información. El objetivo de sostenibilidad de Logifruit para los próximos años es seguir ampliando los mecanismos de participación de todos los grupos de interés.

Se han repetido actualizados datos de anteriores memorias porque son claves para el negocio de Logifruit.

El presidente del órgano superior de Gobierno es un directivo de la empresa.





## Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **LOGIFRUIT** ha presentado su memoria “EMPRESA QUE EVOLUCIONA LIDERADA POR PERSONAS” (2014) a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación C.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI. Para conocer mas sobre la metodología: [www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf](http://www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf)

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 16 de diciembre 2014

Ásthildur Hjaltadóttir  
Director de Servicios  
Global Reporting Initiative



*Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Descargo de responsabilidad:** En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 26 de noviembre 2014. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.



Esta memoria de sostenibilidad de Logifruit acabó de redactarse en octubre del 2014 según los criterios de la Guía G3 del Global Reporting Initiative por el consultor Marc Agliata, de Arancello SL.

