



LOGIFRUIT

Soluciones de Envase y Logística

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2014

**RESPONSABILIDAD E
INNOVACIÓN
CONSTANTE**



**Application Level
LOGIFRUIT**

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

LOGIFRUIT 2014

SR. D. Juan de la Mota Gómez-Acebo
Presidente
PACTO MUNDIAL
Nuñez de Balboa, 116, 5ª pl., 27
28006 Madrid

Valencia, octubre del 2015

Estimado Sr. de la Mota:

Es para mí un orgullo poder volver a dirigirme a usted, por tercer año consecutivo, en nombre de todos los colaboradores y colaboradoras que forman parte del equipo de la empresa que tengo el honor de dirigir junto a un gran equipo. Una vez más, estoy en disposición de constatarle a través estas líneas, el deseo de Logifruit de renovar el compromiso con los Diez Principios que configuran el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y continuar en el futuro con nuestras políticas de Responsabilidad Social.

Logifruit es una organización destinada a innovar en sus procesos diarios, siempre de manera responsable, con el objetivo de satisfacer plenamente a los cinco pilares que componen la empresa: el cliente, el colaborador o colaboradora, el proveedor, la sociedad y el capital. Somos especialistas en el lavado, la higienización y el alquiler de envases con una implantación a nivel nacional en continuo crecimiento y expansión tal y como demuestran las cifras con las que cerramos el 2014.

En este año, la dirección de Logifruit ha apostado por la responsabilidad y la innovación constante como los principales ejes en la toma de decisiones. Ambas propuestas, trasladadas a todos y cada uno de nuestros procesos con la implicación máxima de la plantilla, han facilitado la consecución de nuevos logros desde el punto de vista de la sostenibilidad y que plasmamos, por tercer año, en una nueva 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 2014, 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 2014, y en línea con los principios 1, 2 y 3, hemos seguido formando, y motivando a nuestra plantilla, estrechando el compromiso gracias a una política humanista, cada vez más cercana con un trabajo basado en el autoliderazgo, la seguridad, la calidad, la productividad y la flexibilidad. Hemos seguido avanzando respecto a la aplicación de la Ley de Integración Social del Minusválido y también con el Plan de Igualdad 2012-2017 -en consonancia con el principio 6 del Pacto Mundial- para los 700 colaboradores y colaboradoras que trabajan en Logifruit. Quiero destacar también el aumento de los salarios realizado en virtud de un

convenio colectivo aprobado con los agentes sociales y que ha permitido un incremento de las nominas ligado a los beneficios de la empresa.

Respecto a los puntos 7, 8 y 9, Logifruit ha continuado invirtiendo -30 millones de euros- en mejorar sus instalaciones y en tecnología para garantizar la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. En 2014 hemos ahorrado la emisión de 5.145 toneladas de CO2 a la atmósfera en comparación con el año anterior, hemos reducido el consumo de agua en un 16,29 por ciento y hemos seguido recogiendo toneladas de residuos para su posterior tratamiento.

No me gustaría dejar pasar la oportunidad de hacer mención también a la relación con nuestros clientes, colaboradores y colaboradoras, y también, cómo no, con nuestros proveedores. A través de todos ellos hemos sido capaces de poner en práctica proyectos innovadores que redundan en las buenas cifras obtenidas de negocio y por lo tanto garantizan la continuidad en el tiempo de nuestro proyecto. La confianza, la especialización, la planificación y las relaciones a largo plazo con clientes, colaboradores y colaboradoras y proveedores cada día cobran mayor peso en todas las acciones estratégicas.

Nuestro reto en el 2015 sigue siendo la mejora de nuestro Modelo de Calidad Total y el cumplimiento de nuestra misión y, sobre todo, satisfacer las necesidades de nuestros clientes de una manera óptima y responsable, con la mejor calidad y al mejor precio del mercado. De este modo, Logifruit seguirá siendo la empresa en la que todo es posible.

Pedro Ballester
Director General
LOGIFRUIT



RESPONSABILIDAD E INNOVACIÓN

LOGIFRUIT: MODELO DE RESPONSABILIDAD E INNOVACIÓN CONSTANTE

PRESENTACIÓN

CARTA DEL PRESIDENTE: INNOVACIÓN CONSTANTE DE MANERA RESPONSABLE	06
COMITÉ DE DIRECCIÓN	08
GRUPOS DE INTERÉS	09
QUÉ ES LOGIFRUIT	10

1 INNOVANDO CON EL CLIENTE

EL CLIENTE: LAS CIFRAS	13
REGLAS DE ORO DE LOGIFRUIT	14
LOS NUEVOS CLIENTES	15
MOVIMIENTOS DE ENVASES	16
RED LOGÍSTICA ESTRATÉGICA	17
INNOVACIÓN: ABRIGOS PARA LOS MUELLES	18
INNOVACIÓN: SECADO DE CAJAS RÍGIDAS	19
INNOVACIÓN: CAJAS PLEGABLES DE BASE AGUJEREADA	20
SEGURIDAD ALIMENTARIA	21
ABRERA, LA NUEVA PLATAFORMA	22
LAS INSTALACIONES: EL COLOR	23
MERCADONA, EL CLIENTE CLAVE	24
OBJETIVO: SATISFACER A LOS CLIENTES	25

2 INNOVANDO CON EL COLABORADOR/A

EL COLABORADOR/A: LAS CIFRAS	28
RELACIONES HUMANAS	29
SELECCIÓN: LA LISMI	31
SELECCIÓN: PLAN DE IGUALDAD	32
EVOLUCIÓN PERSONAL: LA FORMACIÓN	34
EVOLUCIÓN PERSONAL: LA PROMOCIÓN	36

ÍNDICE

EVALUACIONES Y AUDITORÍAS PREVENTIVAS	37
INNOVACIÓN: VOLTEADORES MECÁNICOS	38
RETRIBUCIÓN: POLÍTICA RETRIBUTIVA	39
RETRIBUCIÓN: CONCILIACIÓN	40
COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN	41

3 INNOVANDO CON EL PROVEEDOR

PROVEEDOR: LAS CIFRAS	43
PROVEEDOR: EL VÍNCULO ESTRECHO	44
INNOVACIÓN: LAS MONTADORAS	45
INNOVACIÓN: LAS PLEGADORAS	46
INNOVACIÓN: CONTROL DE PALLETS	47
EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES	48
LA COLABORACIÓN CON RANDSTAD	49

4 INNOVANDO CON LA SOCIEDAD

SOCIEDAD: LAS CIFRAS	51
APORTACIONES A LA SOCIEDAD	52
INNOVACIÓN: FLEJES DE PET RECICLADO	53
LOGIFRUIT CON LA SOCIEDAD	54
REUTILIZACIÓN DE ENVASES	55
OPTIMIZACIÓN DEL TRANSPORTE	56
CARTA AL PACTO MUNDIAL	57
EVOLUCIÓN DE INDICADORES	59

5 INNOVANDO CON EL CAPITAL

CAPITAL: LAS CIFRAS	61
ACTIVIDAD DE LOGIFRUIT. CIERRE DEL 2014	62
HISTORIA DE LA EMPRESA	63
ÍNDICE DE CONTENIDO GRI	67
ÍNDICE DE INDICADORES	70
PERFIL Y PARÁMETROS DE LA MEMORIA	74
PRINCIPIOS DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD	75
	76

CARTA DEL PRESIDENTE. PEDRO BALLESTER



INNOVACIÓN CONSTANTE DE MANERA RESPONSABLE

La innovación y la responsabilidad han formado parte de nuestro trabajo desde que abrimos las puertas de Logifruit. En el 2014, hemos reforzado nuestro compromiso con los cinco valores que componen la empresa para, con cada una de ellas, innovar en nuestros procesos de manera responsable. Por supuesto, las personas han sido fundamentales en todos los cambios y lo seguirán siendo en el futuro a corto, medio y largo plazo, siempre con implicación, compromiso y responsabilidad.

Estos valores, junto con el trabajo en equipo, el respeto, la confianza y la innovación, son exigidos a todas las personas, incluidos quienes dirigen las plataformas de nuestra red logística, colocada de manera estratégica en el territorio nacional gracias a Mercadona, lo que nos permite dar un mejor servicio a muchos de sus proveedores y a ella misma.

Podrán leer en las páginas siguientes de nuestra ya cuarta memoria de sostenibilidad, según los parámetros GRI, como cada uno/a de los/las responsables hacen gala de un logro obtenido a lo largo del año en su plataforma. Bien la reducción de los accidentes, bien la disminución del esfuerzo físico, o la implantación de las nuevas máquinas volteadoras o las nuevas turbinas de secado, el incremento de la productividad, la escasa incidencia del absentismo laboral de nuestros colaboradores o colaboradoras, la formación o la promoción interna, etc, etc. Todos estos objetivos conseguidos en estos doce meses son ingredientes fundamentales que han contribuido a que Logifruit haya cerrado de nuevo un año más con mejoras respecto al año anterior.

No quiero dejar escapar la oportunidad de agradecer a clientes y proveedores las misiones comunes que hemos conseguido poner en marcha durante estos doce meses. Proyectos que nos ayudan mutuamente a ser más eficaces y productivos en los diferentes procesos. También quiero hacer una mención especial a todos los que han ayudado a que el cambio de plataforma de Sant Sadurní d'Anoia a Abrera haya sido una realidad tras una inversión de casi 4 millones de euros en maquinaria de última generación. La plataforma de Abrera, que nutre a la zona de Cataluña, es hoy en día una de las naves más modernas, eficaces y productivas de España en el sector del lavado, higienización y reutilización de envases.

“ LA INNOVACIÓN HA FORMADO PARTE DE NUESTRO TRABAJO DESDE QUE ABRIMOS LAS PUERTAS DE LOGIFRUIT. EN EL 2014, HEMOS REFORZADO NUESTRO COMPROMISO CON LAS CINCO PARTES QUE COMPONEN LA EMPRESA PARA, CON CADA UNA DE ELLAS, INNOVAR EN NUESTROS PROCESOS. POR SUPUESTO, LA PLANTILLA HA SIDO FUNDAMENTAL EN TODOS LOS CAMBIOS. Y LO SEGUIRÁ SIENDO EN EL FUTURO A CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO, SIEMPRE CON CONSTANCIA Y RESPONSABILIDAD ”

RESPONSABILIDAD E INNOVACIÓN CONSTANTE | MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2014

Logifruit cerró el 2014 con 81.208.760,99 millones de facturación, lo que ha supuesto un incremento de las ventas del 5'92 por ciento respecto al año anterior. Los resultados alcanzados durante este tiempo, sin duda, han sido posibles gracias a la confianza de nuestros clientes y al esfuerzo en la realización del trabajo rutinario de sus colaboradoras y colaboradores y al compromiso de sus proveedores. Los clientes, los colaboradores y colaboradoras, los proveedores y nuestra relación con la sociedad son pilares fundamentales de nuestro negocio, pero la sostenibilidad también se consigue satisfaciendo al capital con este incremento de las ventas y también con los 5 millones de euros obtenidos de beneficios.

Estamos muy satisfechos de la inversión realizada -30 millones de euros- para mejorar nuestros procesos y también por la aportación, cada vez mayor, que la empresa hace a la sociedad, no solo a nivel de aportaciones económicas, sino también con la reducción de consumos tanto de la energía y recursos consumidos como de la optimización de los productos que nos ayudan a lavar e higienizar nuestros envases para poder ser reutilizados por nuestros clientes. Ahora que hablo de envases, continuar con la disminución de sobreesfuerzo físico también ha sido un reto que hemos conseguido en el 2014 que ahora resumimos. Las nuevas máquinas han ayudado a que los colaboradores y colaboradoras hayan desarrollado su trabajo en mejores condiciones que el año pasado. Y también la introducción de nuevos envases -con la base agujereada- de modo que se facilita mucho más su secado.

Como he dicho ya en alguna ocasión, Logifruit apuesta claramente por la promoción interna, el autoliderazgo, la estabilidad, la seguridad, la formación y la participación de todas las personas de la empresa. Por este motivo, Logifruit volvió en 2014 a incrementar los salarios pese a la inflación negativa.

La empresa continuó también implementando iniciativas con el objetivo de reducir el impacto medioambiental de la actividad de la compañía. En 2014, Logifruit consiguió, por ejemplo, un ahorro de emisiones de CO2 de más de 5.000 toneladas.

Pese a todas estas buenas cifras y datos, tenemos que seguir esforzándonos para que nuestros clientes sigan confiando en nosotros de la misma manera que hoy en día.

“

ESTAMOS MUY SATISFECHOS DE LA INVERSIÓN REALIZADA EN 2014 EN LOGIFRUIT DE MÁS DE 30 MILLONES DE EUROS Y TAMBIÉN DE LA APORTACIÓN, CADA DÍA MAYOR, QUE LA EMPRESA HACE A LA SOCIEDAD. TENEMOS QUE SEGUIR ESFORZÁNDONOS PARA QUE NUESTROS CLIENTES SIGAN CONFIANDO EN NOSOTROS DE LA MISMA MANERA QUE HOY EN DÍA

”

COMITÉ DE DIRECCIÓN



ALFONSO GIMENO
DPTO.
ADMINISTRACIÓN Y
FINANZAS



GALA GARCÍA
DPTO. RELACIONES
HUMANAS



MANUEL DÍAZ
DPTO. DELEGACIONES Y
LOGÍSTICA

PEDRO BALLESTER
PRESIDENTE

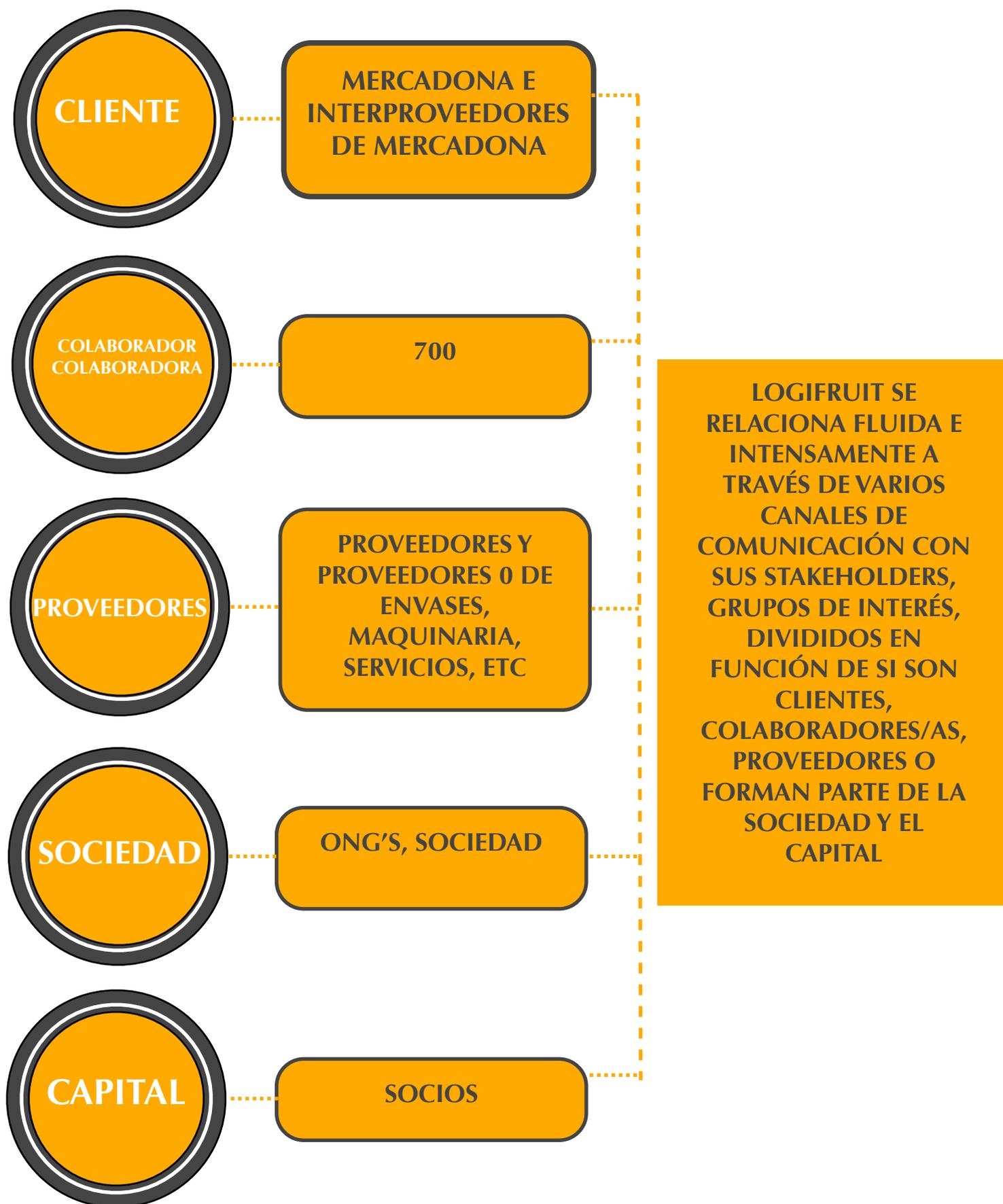


ENRIQUE FORTICH
DPTO. GESTIÓN DE
CLIENTES



JOSÉ VICENTE CAURÍN
DPTO. TÉCNICO I+D+i

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 CUMPLIENDO CON LA NORMA DE LAS 3R (REDUCIR, REUTILIZAR Y RECICLAR)

MODELO DE INNOVACIÓN CONSTANTE Y RESPONSABLE

Para construir un proyecto de crecimiento sostenible y compartido, Logifruit basa todas sus decisiones en un modelo de gestión específico que ha evolucionado año tras año con la participación de cuantos forman la compañía. Con este modelo se persigue satisfacer con la misma intensidad a los 5 valores que forman la empresa: Cliente, Colaborador/a, Proveedor, Sociedad y Capital.

En Logifruit SOCIEDAD LIMITADA hemos asumido que para aprender, mejorar y crecer, debemos de escuchar y aceptar las opiniones de los demás. Por ello trabajamos con métodos de trabajo elaborados por todas las personas que forman la compañía, quienes dan mejoras continuamente porque son las que mejor la conocen. Esto nos han llevado a actuar siempre de dentro hacia afuera para tener una visión compartida y responsable con todos los componentes de nuestro entorno.

Para Logifruit es muy importante “Dar-Pedir-Exigir”, es decir, para poder recibir, primero hay que dar, compromiso que nos permite exigir lo acordado.

El punto de vista desde el que vemos los procesos cada uno de nosotros es realmente fundamental para solucionar los problemas. De ahí la importancia de compartir todos en la compañía el mismo paradigma, como decíamos, el mismo punto de vista. En nuestro caso: El Modelo de Calidad Total.

Gracias a este Modelo, Logifruit desarrolla objetivos y estrategias específicas para satisfacer a los 5 valores. De este modo, Logifruit es una de las compañías de referencia en el sector, con una Misión claramente definida: 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).

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



INNOVANDO CON

1

EL CLIENTE

LOGIFRUIT 2014

EL CLIENTE: LAS CIFRAS

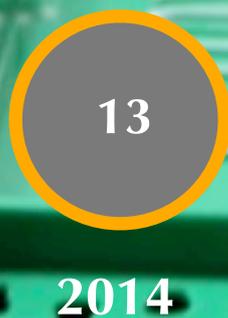
MOVIMIENTOS DE ENVASES



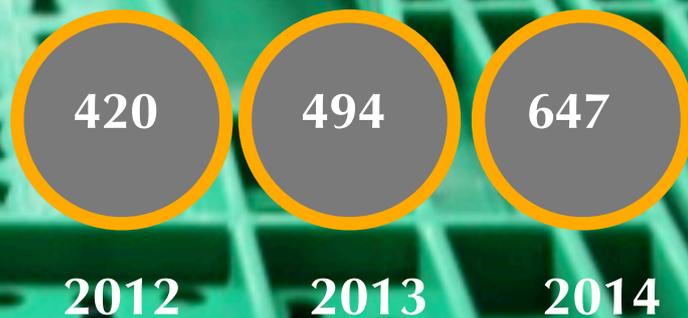
CRECIMIENTO EN MOVIMIENTOS



DELEGACIONES DE LOGRIFRUIT



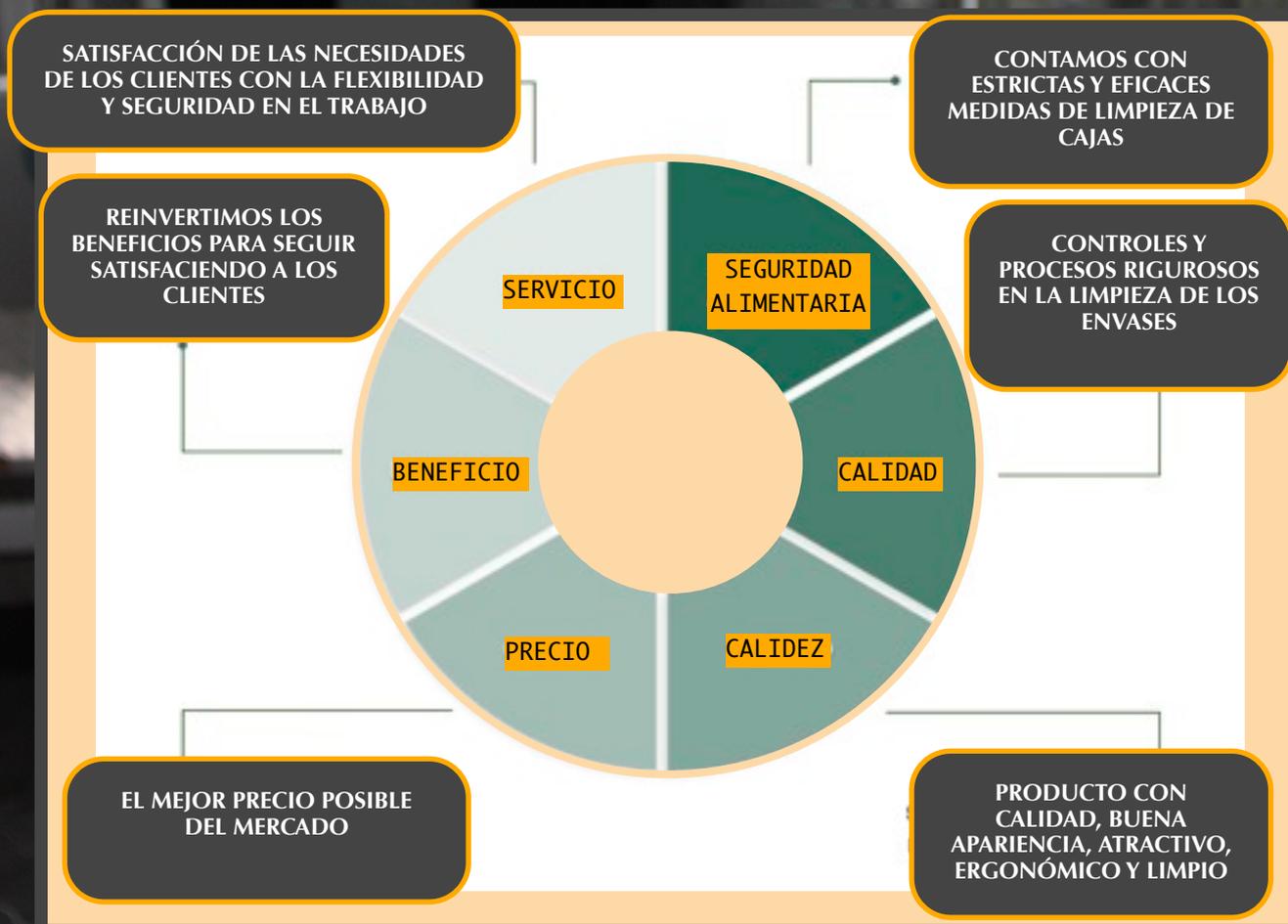
NÚMERO DE CLIENTES



REGLAS DE ORO DE LOGIFRUIT

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. Las reglas de oro conforman hoy en día uno de los pilares más sólidos de la cultura corporativa de Logifruit.



LOS NUEVOS CLIENTES

494

2013

647

2014

+ 30,9 %



LOGIFRUIT

Soluciones de Envase y Logística

Logifruit ha mejorado en el 2014 la garantía a todos sus clientes de tener los envases en perfectas condiciones de lavado e higienización. Fruto del trabajo realizado, la empresa ha incrementado de manera notable el número de clientes durante el 2014.

En tan solo un año, se ha pasado de tener 494 clientes a 647, sin duda una cifra muy destacada y que da buena muestra de que el trabajo que está realizando la compañía va por buen camino y que cuenta con el respaldo de todas las empresas que trabajan con nosotros.

En el 2014 hemos elevado los controles de higienización de nuevo en estrecha colaboración con empresas especializadas en el área higiénico sanitaria y de construcción de máquinas de lavado de cajas y paletas para garantizar así la calidad exigida por nuestros clientes.

Logifruit finalizó el 2014 ofreciendo unas condiciones de envasado mejores que las del año 2013 y al mejor precio posible del mercado.

MOVIMIENTOS DE ENVASES

218 MILLONES DE MOVIMIENTOS DE ENVASES

LOGIFRUIT CUENTA CON UN STOCK DE ENVASES DISPONIBLE PARA LOS CLIENTES UN 17,11 POR CIENTO MAYOR QUE EN 2013: 14 MILLONES DE UNIDADES

FRUTAS Y
VERDURAS

CARNES Y
EMBUTIDOS

HUEVOS,
LACTEOS Y
DERIVADOS

PESCADOS Y
MARISCOS

HELADOS Y
COMIDA
REFRIGERADA

ACEITES,
ESPECIAS Y
CONDIMENTOS

CONSERVAS Y
SALAZONES

PROVEEDORES
EMBALAJES

BEBIDAS
ANALCOHÓLICAS

DROGUERÍA
Y LIMPIEZA

PANADERÍA
Y BOLLERÍA

PASTAS Y
LEGUMBRES

AZÚCAR Y
CAFÉ

PERFUMERÍA
Y COSMÉTICA

BEBIDAS
ALCOHÓLICAS

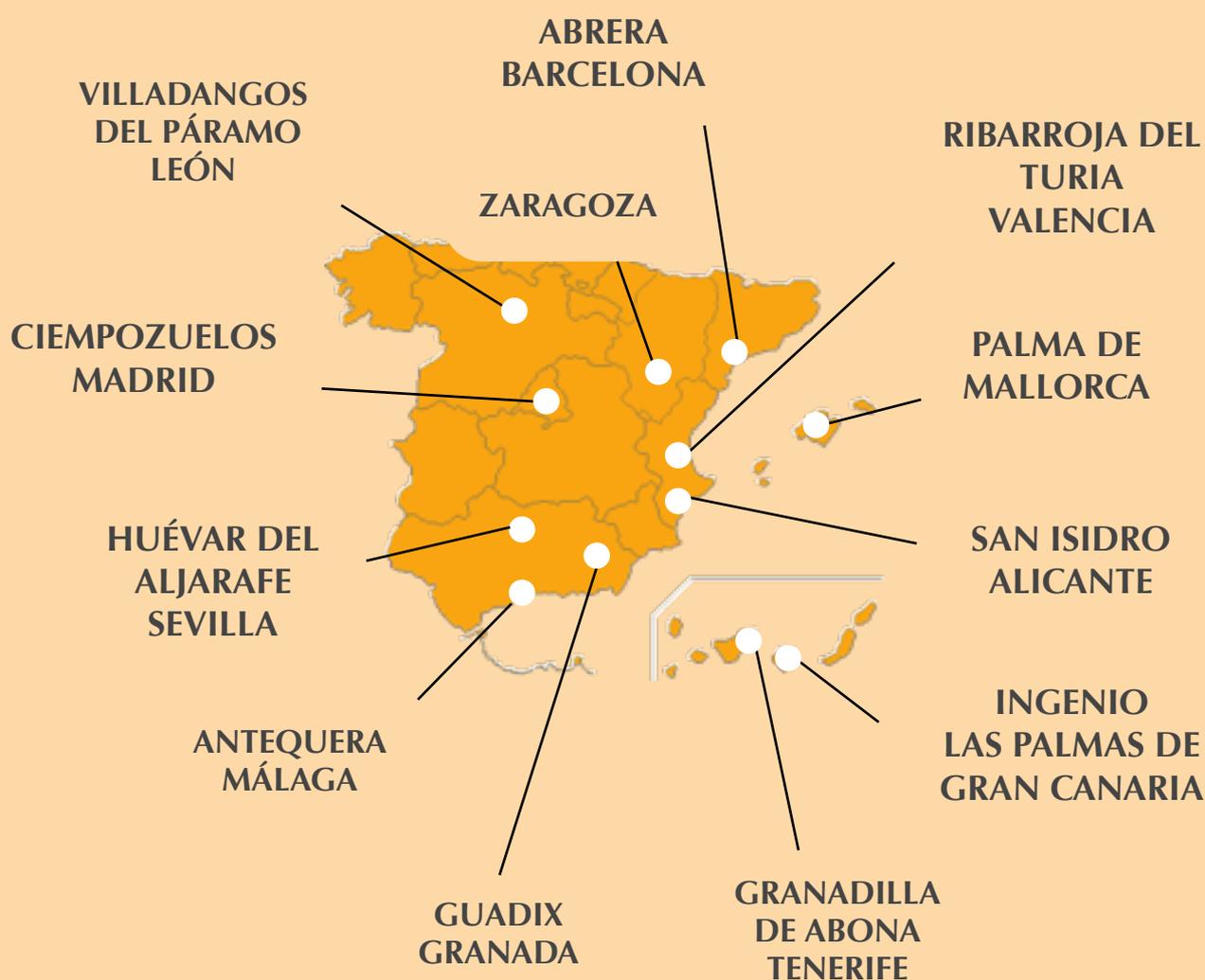
PROVEEDORES
EMBALAJES

OTROS
PRODUCTOS

LOGIFRUIT ALCANZÓ EN 2014 LA CIFRA DE 218 MILLONES DE MOVIMIENTOS DE ENVASES CON PRODUCTOS DE DIFERENTES SECTORES

RED LOGÍSTICA ESTRATÉGICA

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



LOGIFRUIT REALIZÓ EN EL 2014 UN CAMBIO DE LOCALIZACIÓN: SANT SADURNÍ D'ANOÀ SE TRASLADÓ A ABRERA, CONVIRTIÉNDOSE EN UNA DE LAS PLATAFORMAS MÁS MODERNAS E INNOVADORAS DE TODA LA RED LOGÍSTICA DE LA EMPRESA

MEJORA

ABRIGOS EN LOS MUELLES

**LOGIFRUIT HA INSTALADO ABRIGOS EN
LOS MUELLES PARA REFORZAR LA
SEGURIDAD ALIMENTARIA**

MEJORA

SECADO DE CAJAS RÍGIDAS

Durante el 2014, Logifruit ha puesto en marcha numerosas innovaciones relacionadas con los envases. Una de ellas ha sido la mejora producida en el secado, tanto interior como exterior, de las cajas rígidas. Gracias a la inversión realizada, se han instalado turbinas denominadas de alto caudal, capaces de mantener una

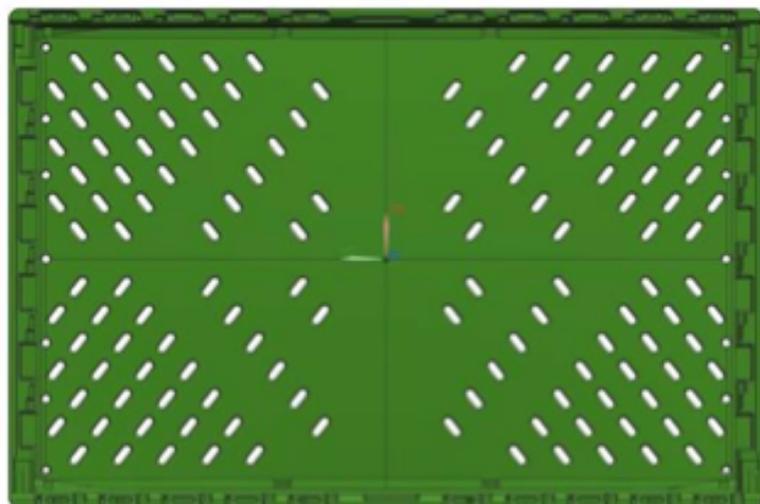
gran presión y volumen de aire, de modo que producen una mejora notable en la eliminación de los restos de agua en las cajas. De esta manera, se han mejorado los procesos de secado y también se han reducido los tiempos de stocks de cajas rígidas limpias.

MEJORA

CAJAS PLEGABLES DE BASE AGUJERADA



GRACIAS A LAS BASES AGUJERADAS SE HAN MEJORADO LOS TIEMPOS DE SECADO Y TAMBIÉN SE HA INCREMENTADO LA SEGURIDAD ALIMENTARIA



EN EL 2014 SE HA HECHO UNA NUEVA VERSIÓN DE UN PALLET CON UNA ESTRUCTURA REFORZADA QUE SE ADAPTA MEJOR A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES DE LOGIFRUIT

SEGURIDAD ALIMENTARIA

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

ABRERA, LA NUEVA PLATAFORMA



Ejemplo de evolución en Logifruit ha sido el traslado de instalaciones que se ha llevado a cabo desde Sant Sadurní de Noia a Abrera, plataforma donde se han implementado todas las mejoras de trabajo que la empresa ha puesto en marcha en 2014 para los colaboradores y colaboradoras en el resto de sedes que la compañía tiene por toda España. El

traslado ha supuesto una inversión de 3,5 millones de euros en maquinaria de última generación que permite la mejora de la automatización de los procesos -se reduce de este modo el sobreesfuerzo físico de la plantilla- y aumentar la seguridad, la calidad y la productividad de todos los procesos.

LAS INSTALACIONES: EL COLOR



TRATAMOS DE CONSERVAR NUESTROS ALMACENES EN LAS MEJORES CONDICIONES PARA GARANTIZAR LA SEGURIDAD ALIMENTARIA DE NUESTROS ENVASES.

MERCADONA, EL CLIENTE CLAVE

19 AÑOS DE INTERPROVEEDORES DE MERCADONA

LOGIFRUIT APLICA EL MODELO DE GESTIÓN DE MERCADONA, BASADO EN LA CALIDAD TOTAL. POR MEDIO DE ESTE MÉTODO, SE SATISFACE CON LA MISMA INTENSIDAD A LOS **CINCO COMPONENTES** QUE FORMAN LA EMPRESA: EL CLIENTE (EL JEFE), EL COLABORADOR (EL TRABAJADOR), EL PROVEEDOR, LA SOCIEDAD Y EL CAPITAL



OBJETIVO FINAL: SATISFACER A LOS CLIENTES



ZARAGOZA

“ ESTAMOS MUY SATISFECHOS DE ESTAR CUMPLIENDO CON EXCELENCIA LOS PUNTOS CRÍTICOS DE LAVADO E HIGIENIZACIÓN ”

“ HEMOS COMPLETADO CON ÉXITO EL TRASLADO DE PLATAFORMA GRACIAS A LA IMPLICACIÓN Y ESFUERZO DE COLABORADORES Y COLABORADORAS ”



BARCELONA



LEÓN

“ NUESTRO AUMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD HA CONTRIBUIDO SIN DUDA A QUE HAYAMOS BAJADO LOS CONSUMOS Y SUBIDO LOS RESULTADOS ”



MADRID

“ LOS COLABORADORES Y COLABORADORAS ESTÁN CONCIENCIADOS AL MÁXIMO CON LA SEGURIDAD ALIMENTARIA ”



SEVILLA

“ SOMOS UNA DE LAS PLATAFORMAS CON MENOR ABSENTISMO GRACIAS AL COMPROMISO E IMPLICACIÓN DE TODA LA PLANTILLA ”



EN LOGIFRUIT, TODOS LOS ESFUERZOS SE CONCENTRAN EN CONSEGUIR UN OBJETIVO FINAL CLARO: SATISFACER A LOS CLIENTES AL MÁXIMO

“ EL PERSONAL DE LA PLATAFORMA HA DEMOSTRADO CADA DÍA MAYOR COMPROMISO EN TODOS LOS PROCESOS QUE LLEVAMOS A CABO ”



MÁLAGA

OBJETIVO: SATISFACER A LOS CLIENTES

DURANTE EL 2014, EN TODAS LAS PLATAFORMAS SE HA TRATADO DE MEJORAR EN ALGÚN ASPECTO, MUCHAS VECES EN COLABORACIÓN DIRECTA CON EL CLIENTE, A QUIEN AGRADECEMOS SU AYUDA PARA CONSEGUIR NUEVOS LOGROS CADA AÑO

“UNA DE LAS MEJORES CIFRAS OBTENIDAS EN EL 2014 HA SIDO EL INCREMENTO DE PRODUCTIVIDAD DEL 33% EN EL CLASIFICADO DE PALLETS”



VALENCIA

“HEMOS CONSEGUIDO GRACIAS AL COMPROMISO DE TODOS Y TODAS QUE EN LA PLATAFORMA EN 2014 HAYA HABIDO 0 ACCIDENTES”



PALMA

“LA APORTACIÓN DE IDEAS Y MEJORAS POR PARTE DE LA PLANTILLA HA SIDO CLAVE PARA CONSEGUIR LOS OBJETIVOS ANUALES DE CALIDAD”



ALICANTE

“LA FORMACIÓN DE TODA LA PLANTILLA DE LA PLATAFORMA EN ACTIVIDAD PREVENTIVA HA CONSEGUIDO UNA CONCIENCIACIÓN EN SEGURIDAD EXCELENTE”



GRANADA

“LA DISMINUCIÓN DEL ESFUERZO FÍSICO EN EL TRABAJO DIARIO HA PERMITIDO QUE LA CALIDAD SE HAYA INCREMENTADO NOTABLEMENTE”



TENERIFE

“EL INCREMENTO DE LA PLANTILLA Y LA PUESTA EN MARCHA DEL NUEVO PROGRAMA DE ALMACÉN HAN MEJORADO LOS RESULTADOS”



GRAN CANARIA

INNOVANDO CON

IL COLLABORADORIA

2

LOGIFRUIT 2014

EL COLABORADOR/A: LAS CIFRAS

ABSENTISMO LABORAL

2014

17,85 %

PRODUCTIVIDAD

2014

+ 7 %

ÍNDICE DE INCIDENCIA

2014

-26,67 %

INVERSIÓN EN FORMACIÓN

2014

86.000 €

EXTERNA

75.000 €

INTERNA

RELACIONES HUMANAS

SELECCIÓN

EVOLUCIÓN
PERSONAL

PREVENCIÓN

EVALUACIÓN

RETRIBUCIÓN

COMUNICACIÓN
PARTICIPACIÓN

En Logifruit, las Relaciones Humanas están basadas en seis claves que permiten que la relación entre la empresa y el colaborador o colaboradora sea cercana, conciliadora, flexible y, sobre todo, adaptada a sus necesidades y siempre cumpliendo con los valores de las personas.

VALORES DE LAS
PERSONAS DE
LOGIFRUIT

COMPROMISO
IMPLICACIÓN
RESPECTO A LAS PERSONAS
CONFIANZA
TRABAJO EN EQUIPO
INNOVACIÓN



RELACIONES HUMANAS

Para conseguir que el conjunto de la plantilla este comprometida al cien por cien con la evolución y desarrollo de Logifruit, se establecen una serie de valores irrenunciables y esenciales para las personas. Se parte de la base de que las personas no son un recurso, sino un valor más con el que hay que mantener una estrecha relación de colaboración. Se apuesta además por la promoción interna, la responsabilidad propia, la estabilidad, la formación y la participación de todas las personas de la empresa, al tiempo que impulsa una cultura del respeto, igualdad y diversidad.

Además de ello, la compañía dispone de una política retributiva basada en la equidad y en el principio claro de “ganar, ganar”, que pretende recompensar el esfuerzo de sus colaboradores y colaboradoras. Prueba de ello es que los incrementos salariales anuales están basados en las variaciones del beneficios de la compañía y que se establece una prima que, si se consiguen los objetivos,

puede premiar la implicación durante el ejercicio. Este añadido se entrega no solo por alcanzar los objetivos generales de la empresa y de la propia plataforma, sino también por cumplir con los objetivos específicamente pactados para su puesto de trabajo.

Un ejemplo más de lo importante que es la seguridad de las personas en Logifruit es el seguro de vida e invalidez que la empresa tiene contratado para toda su plantilla.

“Logifruit quiere que las personas se sientan orgullosas de formar parte del equipo al igual que nosotros lo estamos de ellas, por eso buscamos que estén satisfechas con su trabajo y con la retribución que reciben por él”, asegura Gala García, directora del departamento de Relaciones Humanas. Por este motivo, los salarios se sitúan por encima de la media del sector, lo que se traduce en un retorno de bienestar y productividad.

POLÍTICA HUMANA

La política de atención del uno a uno

Prevención de riesgos laborales

La vigilancia de la salud

Espíritu de superación y reconocimiento

Formación eficaz

Promoción justa

Cultura del esfuerzo y del trabajo adecuada

Logifruit es una empresa de personas

SELECCIÓN: LA LISMI

LOGIFRUIT HA CONTINUADO EN EL 2014 CON LA INSERCIÓN DE PERSONAS EN LA PLANTILLA CON MENOS POSIBILIDAD DE TRABAJAR DEBIDO A UNA DISCAPACIDAD. PARA ELLO, LA EMPRESA SIGUE COLABORANDO Y TRABAJANDO CONJUNTAMENTE CON CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO DE MODO QUE SE SIGA DESARROLLANDO LA LEY DE INTEGRACIÓN SOCIAL DEL MINUSVÁLIDO (LISMI)

TANIA SE INCORPORÓ A LA PLANTILLA DE LOGIFRUIT EN FEBRERO DEL 2013. POSEE UNA DISMINUCIÓN PSÍQUICA DEL 33 %. ES OPERARIA DE LAVADO EN PALMA DE MALLORCA Y DESEMPEÑA SU TRABAJO A LA PERFECCIÓN. TANIA CUENTA CON UN PSICÓLOGO DE AYUDA QUE LE REALIZA EVALUACIONES MENSUALES POR PROTOCOLO. ESTÁ INTEGRADA AL MÁXIMO CON SUS COMPAÑEROS Y COMPAÑERAS

CASO REAL

SELECCIÓN: PLAN DE IGUALDAD

LOGIFRUIT CONTINUÓ EN EL 2014 IMPLEMENTANDO POLÍTICAS DE IGUALDAD BASADAS EN UN PLAN QUE CONTIENE NUMEROSOS OBJETIVOS APROBADOS EN EL CONVENIO COLECTIVO DE LA EMPRESA

OBJETIVOS

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

LA PLANTILLA DE LOGIFRUIT EN 2014

POR SEXO	
HOMBRE	453
MUJER	250
TOTAL	703

ABSENTISMO	% ANUAL
VALENCIA	1,85
RIBARROJA	1,36
SAN ISIDRO	0,72
CIEMPOZUELOS	0,73
ANTEQUERA	1,94
MALLORCA	0
GRANADILLA	0,95
SANT SADURNÍ	2,61
INGENIO	0,87
VILLADANGOS	1,04
HUÉVAR	0,3
ZARAGOZA	3,17
GUADIX	0
TOTAL	1,25

EVOLUCIÓN PERSONAL: LA FORMACIÓN

Logifruit confiere una especial relevancia al talento. Por este motivo destina importantes esfuerzos a potenciarlo y reforzarlo entre las colaboradoras y colaboradores. Lo hace a través de la formación, consciente de que invertir recursos en intensificar las habilidades y conocimientos se traduce directamente en la calidad de sus resultados y en la consecución de objetivos.

Gracias a ello, Logifruit dispone de una plantilla comprometida, de alto rendimiento e implicada. Cuanta más formación reciben los colaboradores y las colaboradoras de Logifruit, mayor disposición tienen para trabajar en equipo, implicarse más y alcanzar así las metas fijadas. Y no solo por los conocimientos y experiencias adquiridas, sino también por el esfuerzo, la responsabilidad y el afán de superación que ponen a la hora de formarse.

Para propiciar el desarrollo profesional de cuantos forman parte de su plantilla, Logifruit dispone de un amplio y continuo sistema de formación desde el primer día de incorporación a la empresa. Por ejemplo, cuando una persona inicia su trabajo recibe la formación a través de un

Manual de Acogida y cursos de Prevención de Riesgos Laborales y Métodos de trabajo. A partir de ese momento, esta persona no deja de formarse durante toda su trayectoria profesional. Esto permite disponer de unos colaboradores y colaboradoras altamente cualificados y motivados, que conocen a la perfección lo que Logifruit espera de ellos y cuyo liderazgo les convierte en personas altamente resolutivas.

En 2014 el esfuerzo inversor de la compañía en materia de formación externa ha superado los 86.000 euros y en formación interna, los 75.000 euros, lo que supone más de 7.000 horas de formación, habiéndose formado a la totalidad de la plantilla, entre ambas formaciones, incluso varias veces por persona.

A lo largo del año, la labor de formación impulsada por el departamento de Relaciones Humanas de la compañía ha permitido mejorar el conocimiento, las aptitudes y habilidades del conjunto de la plantilla. Logifruit pretende capacitar a toda su plantilla para que sea capaz de crecer dentro de la compañía, asumir nuevas responsabilidades y promocionar a puestos directivos.

CURSOS DE FORMACIÓN 2014 La formación en la que Logifruit invierte va destinada a dotar a su plantilla de los conocimientos necesarios, no solo para cumplir con los valores de la empresa, sino también con los principios básicos que deben regir el trabajo diario de las personas

PRINCIPIOS

**AUTOLIDERAZGO, COLOR,
SEGURIDAD, CALIDAD,
PRODUCTIVIDAD, FLEXIBILIDAD Y
SOSTENIBILIDAD**

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

LA PLANTILLA DE LOGIFRUIT EN 2014

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	201	46
GRUPO 1	166	193
TOTAL	438	265

**703 COLABORADORES
Y COLABORADORAS**

POR CONTRATO	
INDEFINIDO	624
TEMPORAL	79
TOTAL GENERAL	703

POR REGIÓN	
ANTEQUERA	75
CIEMPOZUELOS	70
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	703

POR GRUPO DE EDAD	
20-29 AÑOS	199
30-39 AÑOS	393
40 Y MÁS AÑOS	111



EVOLUCIÓN PERSONAL: LA PROMOCIÓN

Siguiendo el modelo de evolución personal, Logifruit apuesta por la promoción interna como uno de los pilares clave de la misma. “Contar con gente que quiera crecer y hacer crecer a Logifruit es algo muy importante porque las empresas necesitan personas con ganas de mejorar, aportar y dar todo lo bueno que tienen, que afortunadamente en Logifruit es mucho”, asegura la directora de

relaciones Humanas. Como reto de futuro, y debido a la importancia que tiene la evolución de las persona en Logifruit, la empresa se ha propuesto reforzar los procedimientos internos de promoción y consolidar así una fuerte cantera de gente que pueda ayudar a crecer a la empresa de modo que se puedan repetir casos reales como los de Ana Sánchez o Loreto Trujillo, entre otros.

ANA SÁNCHEZ
RESPONSABLE DE
ZARAGOZA

“Empecé a trabajar en Logifruit en octubre del 2010 como Operaria de Lavado, que es el grupo 1. Durante este tiempo de cinco años fui ascendiendo al grupo 2, donde están los carretilleros y luego subí al grupo 3, donde están los administrativos. En el grupo 3 desempeñaba funciones de Logística y Recurso Humanos. En noviembre de 2014 empecé la prueba para el grupo 5, donde están los Responsables de Plataforma. Este período de prueba tiene una duración de 1 año.”

LORETO TRUJILLO
RESPONSABLE DE
INGENIO

“Mi formación es diplomada en Relaciones Laborales. La carrera la terminé trabajando de operaria de lavado en Logifruit. Entré en la empresa en diciembre de 2007 en este grupo 1 y desde aquel momento me planteé cada día como un reto y una oportunidad para superarme laboral y personalmente, sobre todo desde noviembre de 2014, fecha en la que pasé directamente a responsable de plataforma.”

Para Logifruit velar por la salud y seguridad laboral es una responsabilidad prioritaria y un compromiso que mantiene y desarrolla continuamente. Lo hace a través de su política preventiva de evaluaciones y auditorías, que afecta a todos y cada uno de los procesos productivos y puestos de trabajo.

Para ello, Logifruit dispone de un Plan de Prevención y un Programa de Salud Laboral, cuya eficacia es contrastada periódicamente tanto por las auditorías reglamentarias del sistema de gestión de riesgos laborales como por la propia participación de las colaboradoras y colaboradores a través de los diferentes comités de seguridad y salud constituidos.

Con el objetivo de mantener los estándares de exigencia, a lo largo de 2014 se han evaluado desde la primera fase de diseño todos y cada uno de los nuevos procesos para la prevención y seguridad de toda la plantilla, y se han estandarizado bajo criterios de seguridad y ergonomía todos los puestos que se han incorporado. Adicionalmente, se ha llevado a cabo una importante labor informativa y formativa, tanto a través de módulos de carácter general como por medio de módulos específicos: Simulacros de Evacuación periódicos, Manejo de Máquinas, Riesgos de los trabajos sobre Plataformas

Elevadoras, Riesgos Eléctricos, Riesgos de Trabajos en Altura...

Además de la mejora continua de las condiciones de los puestos de trabajo, los esfuerzos en prevención también han sido intensivos en los métodos de trabajo, con la incorporación de importantes mejoras en las máquinas e instalaciones a lo largo del 2014.

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 Ergonomía y Psicología Aplicada en

todos los centros de trabajo y un Servicio de Prevención Ajeno que asume las especialidades de Seguridad y Medicina del Trabajo. Estos servicios, junto con personal de la empresa, han trabajado proactivamente no solo en el desarrollo y aplicación de cursos y mejoras específicas, sino también en la prevención de riesgos en el desarrollo de las

tareas habituales de Logifruit, lo que implica la investigación constante de incidentes, la evaluación periódica de riesgos, la inspección técnica de seguridad de maquinaria e instalaciones, el control higiénico constante, los reconocimientos médicos periódicos, así como realización de auditorías internas en las cuales se controlan periódicamente las condiciones de trabajo y la actividad de los y las colaboradoras.



MEJORA

VOLTEADORES MECÁNICOS

GRAN PARTE DE LA INVERSIÓN DEL 2014, LOGIFRUIT LA HA DESTINADO A CONTINUAR CON LA DISMINUCIÓN DEL SOBRESFUERZO FÍSICO A BASE DE INTRODUCIR MEJORAS MECÁNICAS COMO LOS VOLTEADORES, QUE PERMITEN A LOS COLABORADORES TRABAJAR DE UNA MEJOR MANERA

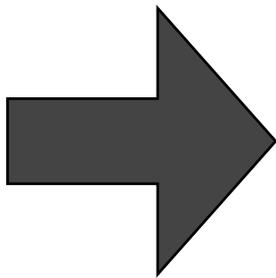
RETRIBUCIÓN. POLÍTICA RETRIBUTIVA

LA COMPAÑÍA VOLVIÓ EN 2014 A INCREMENTAR LOS SALARIOS PESE A LA INFLACIÓN NEGATIVA. ESTO SE DEBIÓ A QUE LA EMPRESA TIENE LIGADAS LAS SUBIDAS SALARIALES, POR CONVENIO, A LOS BENEFICIOS DE LA EMPRESA

La estrategia de Logifruit con la plantilla de colaboradores y colaboradoras es clara: el incremento constante de la productividad. Este incremento -del 7 por ciento en el 2014- está basado en claves que desarrolla el departamento de Relaciones Humanas de la compañía, siempre guiado por la máxima de dar la mayor satisfacción a todos los colaboradores y colaboradoras. Sólo de esta manera los colaboradores y colaboradoras se convierten en el mejor activo.

El 100 por cien de la plantilla está cubierto por un convenio colectivo, el cual establece también dos semanas como período de preaviso o permisos para cualquier aspecto. El 95 por ciento de la plantilla está representado en comités de seguridad y salud y además comparten los mismos beneficios sociales tengan la jornada completa o parcial.

POLÍTICA RETRIBUTIVA



2006	3,70%
2007	2,70%
2008	5%
2009	1,40%
2010	0,80%
2011	5,20%
2012	3,20%
2013	3,50%
2014	0,70%
EN DIEZ AÑOS	26,20%

LOGIFRUIT ES UNA EMPRESA HUMANISTA QUE TIENE A SUS COLABORADORES Y COLABORADORAS COMO EL MEJOR ACTIVO DE LA COMPAÑÍA

RETRIBUCIÓN. CONCILIACIÓN

Para Logifruit, el bienestar de la plantilla es algo primordial, tanto dentro como fuera de la compañía. Por ello, una de las mayores preocupaciones del departamento de Relaciones Humanas es que las personas puedan **INTEGRAR** su vida laboral y su vida personal sin ningún problema. “No se trata de que las personas hagan malabarismos para poder trabajar y disfrutar de su vida, sino que pretendemos que nuestros colaboradores y colaboradoras puedan tener una y otra vida totalmente integradas hasta el punto de que no necesiten separarlas”. Con este objetivo, durante el 2014, Logifruit ha impartido formación a todas las personas de la empresa donde se les informaba de las medidas de conciliación legalmente establecidas, permisos...etc. y de todas aquellas otras cuestiones que a lo largo de los años se ha ido implantando. Siguiendo con la intención de participación de las personas en las mejoras continuas, toda la plantilla recibió un cuestionario para que diesen su opinión sobre la política de conciliación llevada a cabo por la empresa y propusiesen nuevas medidas que permitiesen a Logifruit seguir mejorando.

HERRAMIENTAS DE CONCILIACIÓN

ACUMULACIÓN DE VACACIONES

Para las personas que lo desean, y siempre que pidan las vacaciones en los meses de menos trabajo (y no habiendo conflicto con sus compañeros), se les acumula el mes completo de vacaciones para que puedan viajar a su país

CAMBIOS DE TURNO

Entre los propios colaboradores/as pueden cambiarse el turno siempre que sean del mismo grupo profesional y se recoja por escrito.

VIDEOCONFERENCIAS

Se instaló un programa y los medios materiales necesarios para que las personas pudiesen hacer reuniones y formaciones por este medio y evitar que tuviesen que viajar, a veces casi 8 horas de viaje para 2 horas de reunión o de formación, y así poder aprovechar bien el tiempo.

BOLSAS DE HORAS

La bolsa de horas es la mejor herramienta de flexibilidad que hemos tenido con nuestros colaboradores/as. Esta bolsa es un claro ejemplo de Ganar Ganar, ya que cuando nuestra plantilla viene a trabajar porque nosotros les necesitamos, nosotros les acumulamos las horas para cuando ellos las necesiten.



COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

La comunicación es esencial e imprescindible para el buen funcionamiento de Logifruit ya que mejora los valores de las personas tales como la implicación y el compromiso, la confianza, el respeto y el trabajo en equipo. Por ello, en Logifruit apostamos por la participación de todas las personas que forman nuestra empresa para conseguir una buena comunicación que sea la base del Liderazgo y de la mejora continua. Buscamos numerosos medios y canales que fomenten que la información fluya y que permitan innovar y mejorar el trabajo diario de Logifruit.

El departamento de Relaciones Humanas mantiene reuniones a lo largo de todo el año y en las diferentes plataformas con los representantes de los colaboradores y colaboradoras de la empresa. Estos encuentros no solo se limitan a los que marca la Ley sino que se producen cada vez que hay una situación que necesita ser analizada y resuelta. El objetivo de estas reuniones es analizar el

COMUNICACIÓN CON LOS REPRESENTANTES DE LOS TRABAJADORES

Algo fundamental en el funcionamiento interno de Logifruit es mantener un contacto fluido, constante y de diálogo con los representantes de los trabajadores.

EL PORTAL DEL EMPLEADO: UN REFLEJO DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS PERSONAS

El departamento de Relaciones Humanas de Logifruit experimentó 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 ha permitido revolucionar las relaciones entre la dirección de la empresa y los colaboradores y colaboradoras.

TOTAL DE CONSULTAS EN 2014:
34.475

estado de la plantilla con el fin de satisfacer todas las necesidades y que los trabajadores estén de la mejor manera posible. Esta comunicación entre representantes y la empresa se traduce en una mayor participación a través de los diferentes canales de diálogo, lo cual redundará en una mayor calidad del trabajo y en la consecución de objetivos.

CANALES DE DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN

REUNIONES PERIÓDICAS
CIRCULOS DE CALIDAD
JORNADAS
CONGRESOS
CHARLAS
FORMACIÓN
CORREO ELECTRÓNICO
BUZONES DE SUGERENCIAS
ACTIVIDADES

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
2014- 700

INNOVANDO CON

ET PROVIDED FOR

3

LOGIFRUIT 2014

EL PROVEEDOR: LAS CIFRAS

**LAS
INVERSIONES
HAN PASADO DE
16 MILLONES DE
EUROS EN 2013 A 30
MILLONES EN 2014**

**LOGIFRUIT
HA SEGUIDO
INNOVANDO EN 2014
GRACIAS A LA
INNOVACIÓN EN
COLABORACIÓN CON
SUS PROVEEDORES**



Logifruit mantiene con sus proveedores unos vínculos estrechos, por medio de una relación estable y transparente, basada en la confianza mutua, la especialización y la planificación.

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 se satisface a sus clientes con un servicio eficiente.

Compartir la misión impulsa la experimentación y la innovación constante, dentro de una estrategia responsable en la que tanto Logifruit como sus Proveedores 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.

MEJORA

LAS MONTADORAS

EN 2014, LAS NUEVAS MONTADORAS, GRACIAS A UNA TECNOLOGÍA MÁS SOFISTICADA, HAN CONSEGUIDO CONTINUAR CON LA MEJORA DEL DESARROLLO DEL TRABAJO DE LOS COLABORADORES Y COLABORADORAS DE LOGIFRUIT

MEJORA

LAS PLEGADORAS

EN LOGIFRUIT HEMOS HECHO EN EL 2014 UNA MEJORA EN LAS PLEGADORAS AL AUMENTAR EL VOLUMEN DE CAJAS PLEGADAS POR HORA, LO QUE REDUNDA EN UN MEJOR SERVICIO A NUESTROS CLIENTES

MEJORA

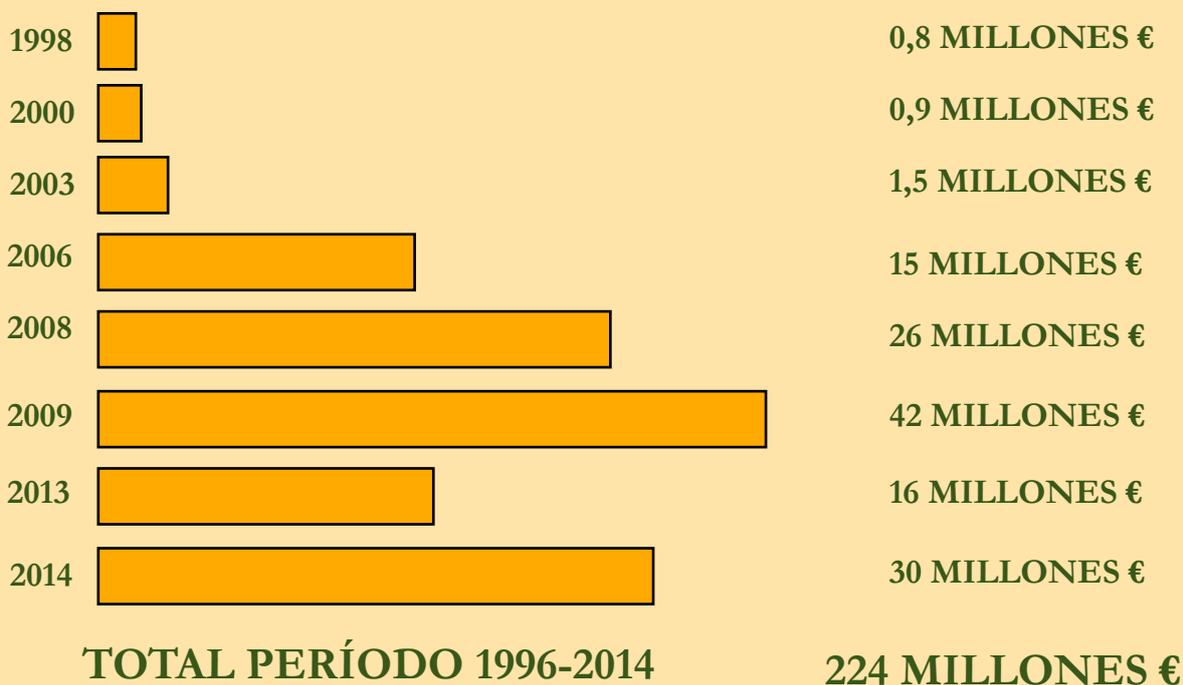
LOGIFRUIT HA DESARROLLADO UNA NOVEDOSA TECNOLOGIA QUE HA MEJORADO LA GESTIÓN DE LOS PALLETS ROTOS, UN AVANCE QUE HA CONSEGUIDO INCREMENTAR LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES

EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES

La empresa, interproveedora de Mercadona, dobló el año pasado la cifra de inversiones realizadas en el 2013. Si hace dos años Logifruit invirtió 16 millones de euros en envases y en el desarrollo de nueva maquinaria, en el 2014 la dirección de la compañía decidió emplear 30,3 millones. Esta inversión se ha destinado a

incrementar el parque de envases del que actualmente dispone y proporcionar así un mejor servicio a sus clientes, a mejorar las instalaciones y la maquinaria, a reducir el sobreesfuerzo físico de la plantilla y a la formación y capacitación de todas las personas que forman parte del equipo de Logifruit.

EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES



LOGIFRUIT INVIRTIÓ 30 MILLONES DE EUROS EN EL 2014, PRÁCTICAMENTE EL DOBLE DE LO INVERTIDO EN EL 2013

¿Cuál es el objetivo principal de su relación con Logifruit?

Nuestro objetivo es ayudar a Logifruit a través de la inserción de personas con capacidades diferentes al cumplimiento de la Ley General de la Discapacidad y enriquecer a la plantilla a través de la diversidad.

¿Cómo ayuda Fundación Randstad a las personas con discapacidad?

Desde Fundación Randstad asesoramos y orientamos a las personas con discapacidad en la búsqueda de empleo a través de los talleres que ponemos en marcha en nuestros itinerarios de inserción laboral. Asimismo sensibilizamos a las empresas para que abran sus puertas a las personas con discapacidad y fomenten la igualdad de oportunidades ante el empleo de este colectivo. Para ello les ayudamos ofreciendo las candidaturas de nuestros usuarios con discapacidad que encajan con sus vacantes de empleo, resolviendo cualquier inquietud que puedan tener de cara a su incorporación y ayudándoles a realizar las adaptaciones del puesto en el caso que esto sea necesario.

¿Cómo se pueden integrar los perfiles que selecciona Fundación Randstad en una empresa como Logifruit?

Hasta la fecha hemos colaborado en la inserción de operarios en las plantas de Logifruit, donde realizan labores similares a la del resto de compañeros ; estaremos encantados de poder colaborar en otros puestos para continuar dando oportunidades a personas con discapacidad.

¿ Están las empresas españolas preparadas para contratar a personas con discapacidad?

Es un reto que nos marcamos en Fundación Randstad ya que muchas empresas no cumplen la legislación vigente, la Ley General de Discapacidad vela por la cuota de reserva del 2% de la plantilla a personas que tengan un certificado de discapacidad; trabajamos diariamente con el tejido empresarial para acercar la discapacidad a las empresas y así convertirse en una realidad.

¿Cuál es el grado de satisfacción de su trabajo en común con Fundación Randstad?

Logifruit ha demostrado ser una empresa sensibilizada con la integración de personas con discapacidad. Nos satisface enormemente saber que recurren a nuestro Programa Integrados/ Avant para la inserción en sus diferentes centros. Sin empresas como Logifruit que, con su práctica dan ejemplo al resto, nuestra labor por la igualdad de oportunidades en el empleo no sería posible.

¿Cuáles son los retos del futuro para Fundación Randstad en su colaboración con Logifruit?

Nuestro reto es seguir trabajando en la inserción de personas con discapacidad para incrementar el 2% de cuota de reserva e implementar proyectos de Responsabilidad Social Corporativa para aumentar entre los empleados el sentido de orgullo y pertenencia a Logifruit.

ENTREVISTA CON YOLANDA VILA
Técnico de Proyectos de Fundación Randstad



INNOVANDO CON

4

*LA
SOCIETÀ
AD*

LOGIFRUIT 2014

SOCIEDAD: LAS CIFRAS

RESPECTO AL 2013

CONSUMO DE
AGUA

2014

-16,29 %

CONSUMO
PRODUCTOS
QUÍMICOS

2014

-12,44 %

CONSUMO DE
GASOIL

2014

-31,72%

CONSUMO DE GAS

2014

-26,04%

APORTACIONES A LA SOCIEDAD

La empresa, con sede en Valencia, también incrementó en 2014 sus aportaciones a la sociedad con el pago de casi 15 millones de euros a las arcas públicas: 6 millones de euros a la Seguridad Social y otros casi 9 millones de euros a la Agencia

Tributaria. Cabe destacar también la amplia participación personal y económica de Logifruit en numerosas organizaciones sociales, fundaciones y asociaciones de diferentes ámbitos geográficos y temáticos.

RETENCIONES PROFESIONALES, IAES Y DIVIDENDOS

2013

151.000 €

2014

216.000 €

RETENCIONES COLABORADORES Y COLABORADORAS

2013

5,7 Millones

2014

2,2 Millones

CONTRIBUCIONES A ONG'S

2013

15.000 €

2014

15.500 €

SEGURIDAD SOCIAL, IVA E IGIC

2013

8,9 Millones

2014

12,2 Millones

TOTAL APORTACIONES A LA SOCIEDAD

15 Millones €

MEJORA

LOGIFRUIT HA INCORPORADO UN FLEJE RECICLADO EN LOS PROCESOS EN DIFERENTES PLATAFORMAS QUE ES MÁS RESPETUOSO CON EL MEDIO AMBIENTE

FLEJES DE PET RECICLADO

LOGIFRUIT CON LA SOCIEDAD

LOGIFRUIT COLABORA CON DIVERSAS ONGS QUE PROMUEVEN LOS VALORES SIMILARES A LOS DE LA COMPAÑÍA



Cruz Roja Española

Cruz Roja Española



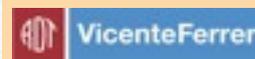
Club de Encuentro Manuel Broseta



Fundación Proyecto Hombre



UNICEF



Fundación Vicente Ferrer

Logifruit lleva casi 20 años de crecimiento continuo gracias a la eficacia de las políticas estratégicas puestas en marcha en cada momento. Decisiones que siempre han tenido en cuenta a clientes, colaboradores/as, proveedores, capital y, sobre todo, con especial atención, a la sociedad, al entorno en el que la empresa se ha desarrollado desde 1996. Conscientes de que sin una relación de

colaboración con lo más inmediato es imposible una sostenibilidad en el tiempo, la compañía mantiene relaciones con asociaciones de diferente tipo, pero que comparten objetivos que están alineados con los valores corporativos. De este modo, Logifruit se integra y devuelve a la sociedad buena parte de lo que le ha permitido crecer en estos casi cuatro lustros de vida.

LA EMPRESA SE ENCUENTRA EN DIVERSAS ASOCIACIONES DE LAS QUE APROVECHA PARA APRENDER DE LOS MEJORES, CONOCER LAS NECESIDADES DE SUS 5 VALORES Y PODER PREPARARSE PARA VER LAS TENDENCIAS DE MEJORA EN SU TRABAJO RUTINARIO Y PODER INNOVAR Y MEJORAR CONTINUAMENTE



REUTILIZACIÓN DE ENVASES



ZONA DE
LAVADO
DE CAJAS

LAS REUTILIZACIONES DE LOS ENVASES TIENEN UN BENEFICIO DIRECTO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE AL NO TENER QUE UTILIZARSE OTRO TIPO DE EMBALAJES, DE UN SOLO USO Y QUE SON MÁS AGRESIVOS POR LOS RESIDUOS QUE GENERAN. ADEMÁS, LOS MAYORES CONTROLES HAN MEJORADO LOS CONSUMOS DE LOS PRODUCTOS DE LAVADO E HIGIENIZACIÓN



71.000 CAMIONES CIRCULARON POR LAS CARRETERAS RESPECTO EN 2014. TAMBIÉN SE UTILIZÓ EL TRANSPORTE EN BARCO PARA 120 CONTENEDORES AL MES. EN 2014 SE DEJARON DE EMITIR 5.145 TONELADAS MENOS GRACIAS A LAS INICIATIVAS PUESTAS EN MARCHA

El Pacto Mundial (en inglés: Global Compact) es un instrumento de las Naciones Unidas cuyo fin es promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses de las empresas, con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, los planteamientos de sindicatos y organizaciones no gubernamentales (ONGs)... sobre la base de 10 principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción.

Es para mí un orgullo poder volver a dirigirme a usted, por tercer año consecutivo, en nombre de todos los colaboradores y colaboradoras que forman parte del equipo de la empresa que tengo el honor de dirigir junto a un gran equipo. Una vez más, estoy en disposición de constatarle a través estas líneas, el deseo de Logifruit de renovar el compromiso con los Diez Principios que configuran el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y continuar en el futuro con nuestras políticas de Responsabilidad Social.

Logifruit es una organización destinada a innovar en sus procesos diarios, siempre de manera responsable, con el objetivo de satisfacer plenamente a los cinco pilares que componen la empresa: el cliente, el colaborador o colaboradora, el proveedor, la sociedad y el capital. Somos especialistas en el lavado, la higienización y el alquiler de envases con una implantación a nivel nacional en continuo crecimiento y expansión tal y como demuestran las cifras con las que cerramos el 2014.

En este año, la dirección de Logifruit ha apostado por la responsabilidad y la innovación constante como los principales ejes en la toma de decisiones. Ambas propuestas, trasladadas a todos y cada uno de nuestros procesos con la implicación máxima de la plantilla, han facilitado la consecución de nuevos logros desde el punto de vista de la sostenibilidad y que plasmamos, por tercer año, en una nueva 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 2014, 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 2014, y en línea con los principios 1, 2 y 3, hemos seguido formando, y motivando a nuestra plantilla, estrechando el compromiso gracias a una política humanista, cada vez más cercana con un trabajo basado en el autoliderazgo, la seguridad, la calidad, la productividad y la flexibilidad. Hemos seguido avanzando respecto a la aplicación de la Ley de Integración Social del Minusválido y también con el Plan de Igualdad 2012-2017 -en consonancia con el principio 6 del Pacto Mundial- para los 700 colaboradores y colaboradoras que trabajan en Logifruit. Quiero destacar también el aumento de los salarios realizado en virtud de un convenio colectivo aprobado con los agentes sociales y que ha permitido un incremento de las nominas ligado a los beneficios de la empresa.

Respecto a los puntos 7, 8 y 9, Logifruit ha continuado invirtiendo -30 millones de euros- en mejorar sus instalaciones y en tecnología para garantizar la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. En 2014 hemos ahorrado la emisión de 5.145 toneladas de CO2 a la atmósfera en comparación con el año anterior, hemos reducido el consumo de agua en un 16,29 por ciento y hemos seguido recogiendo toneladas de residuos para su posterior tratamiento.

No me gustaría dejar pasar la oportunidad de hacer mención también a la relación con nuestros clientes, colaboradores y colaboradoras, y también, cómo no, con nuestros proveedores. A través de todos ellos hemos sido capaces de poner en práctica proyectos innovadores que redundan en las buenas cifras obtenidas de negocio y por lo tanto garantizan la continuidad en el tiempo de nuestro proyecto. La confianza, la especialización, la planificación y las relaciones a largo plazo con clientes, colaboradores y colaboradoras y proveedores cada día cobran mayor peso en todas las acciones estratégicas.

Nuestro reto en el 2015 sigue siendo la mejora de nuestro Modelo de Calidad Total y el cumplimiento de nuestra misión y, sobre todo, satisfacer las necesidades de nuestros clientes de una manera óptima y responsable, con la mejor calidad y al mejor precio del mercado. De este modo, Logifruit seguirá siendo la empresa en la que todo es posible.

Pedro Ballester
Director General
LOGIFRUIT*



*Carta dirigida a Juan de la Mota Gómez-Acebal
Presidente del Pacto Mundial.

Logifruit es miembro del
Global Compact desde 2012

EVOLUCION DE INDICADORES

MATERIAL RECUPERADO	POLIETILENO	POLIPROPILENO	CARTÓN	PLÁSTICO	POLIESPÁN
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	-
2014	454 TN	2.715 TN	161.000 TN	1.778 TN	2.595 TN

REUTILIZACIONES DE ENVASES	2011	2012	2013	2014
CAJAS RÍGIDAS	103 millones	102 millones	102 millones	99,5 millones
CAJAS PLEGABLES	77 millones	88 millones	89 millones	99,9 milones
PALETAS	7 millones	8 millones	8 millones	9,1 millones
1/2 PALETAS	7 millones	8 millones	8 millones	8 millones
BOX, PALOT Y MEDIO PALOT	1 millón	1,2 millones	1,3 millones	1,4 millones

	2011	2012	2013	2014
AHORRO DE EMISIONES DE CO2 RESPECTO	5.288 TN	5.364 TN	5.210 TN	5.145 TN

INNOVANDO CON

5

*EL
CAPITALE*

LOGIFRUIT 2014

5.1 EL CAPITAL: LAS CIFRAS

FACTURACIÓN



CRECIMIENTO EN VENTAS

RESPECTO AL AÑO ANTERIOR



INVERSIONES



BENEFICIOS



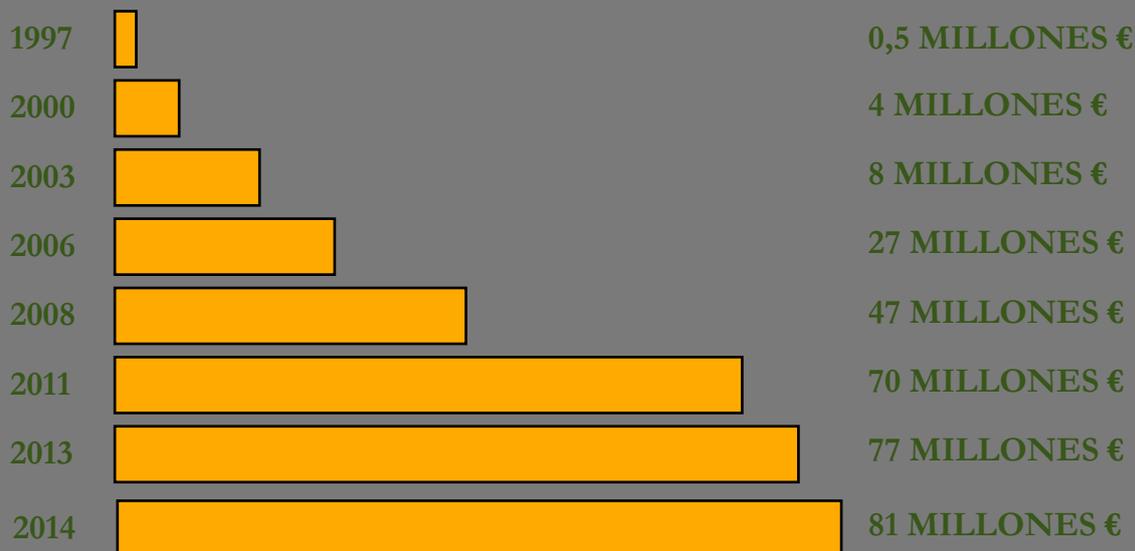
ACTIVIDAD DE LOGIFRUIT. CIERRE 2014

Logifruit cerró el 2014 con 81.208.760,99 millones de facturación, lo que ha supuesto un incremento de las ventas del 5'92 por ciento respecto al año anterior. Los resultados alcanzados durante estos doce meses han sido posibles gracias a la confianza de sus clientes, al esfuerzo en la realización del trabajo rutinario de sus colaboradoras y colaboradores y al compromiso de sus proveedores.

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 más de 30 millones en 2014 y obtuvo unos beneficios antes de impuestos de 5 millones de euros.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS



Un año más, la satisfacción del resto de los componentes ha tenido su reflejo en los datos económicos de la compañía y por consiguiente ha permitido lograr la satisfacción del quinto componente: El Capital. Los resultados alcanzados durante estos doce meses han sido posibles gracias a la confianza de sus clientes, al esfuerzo en la realización del trabajo rutinario de sus colaboradoras y

colaboradores y al compromiso de sus Proveedores.

Su implicación y compromiso en el modelo de gestión ha permitido que continúe avanzando en el desarrollo de iniciativas a medio y largo plazo, con el objetivo de seguir buscando soluciones para satisfacer la necesidad de los cinco componentes de la compañía.

LOGIFRUIT CONTINUÓ CRECIENDO EN 2014 DE LA MANO DE MERCADONA GRACIAS A LA CULTURA DEL ESFUERZO Y DEL TRABAJO Y AL MODELO DE GESTIÓN BASADO EN LA CALIDAD TOTAL

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

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 este año se abre 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. Los beneficios casi llegan a los 5 millones de euros.

2014

CLIENTE En este año se realiza el traslado de la plataforma de Sant Sadurní de Noia a Abrera. Logifruit alcanza los 217 millones de movimientos de envases, la cifra más alta desde que abrió sus puertas en 1996. 2014 es un año especialmente importante para la inversión con más de 30 millones de euros. Es muy considerable el incremento en número de clientes y también el hecho de que, por primera vez, Logifruit posee clientes en todas las provincias de España. La innovación también llega a los envases: se agujerean las cajas plegables para optimizar los secados y se pone en marcha un pallet que soporta hasta 1.200 kilos de peso. Se introducen cambios en las plegadoras: en lugar de procesar 1.200 cajas a la hora se alcanza la

cifra de 1.800. **COLABORADOR/A** La disminución del sobreesfuerzo físico es también una característica esencial en este año con la entrada de los volteadores automáticos.

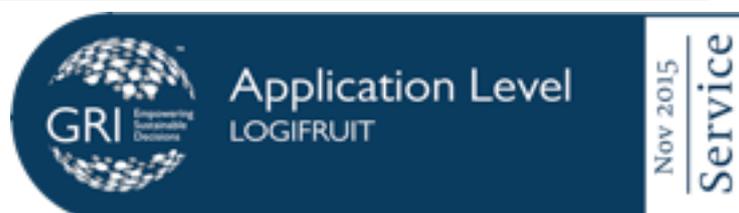
PROVEEDOR La montadoras se mejoran igualmente: de las 1.350 horas se pasa a las 2.400 cajas a la hora. Se refuerzan los muelles de carga con abrigo. Las turbinas de alto caudal permiten la reducción del tiempo de stock de las cajas mojadas. El secado es

mucho más rápido. **SOCIEDAD** Logifruit continúa aumentando, como empresa con conciencia social, la colaboración 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. **CAPITAL** Logifruit cerró el 2014 con 81.208.760,99 millones de facturación, lo que ha supuesto un incremento de las ventas del 5'92 por ciento respecto al año anterior. Los beneficios de la empresa después de impuestos son de 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	10
2.2. PRINCIPALES SERVICIOS	10
2.3 ESTRUCTURA OPERATIVA DE LA ORGANIZACIÓN	8,17
2.4. UBICACIÓN DE LA SEDE DE LA ORGANIZACIÓN	17
2.5. NÚMERO DE PAÍSES EN LOS QUE LA ORGANIZACIÓN OPERA	17
2.6. NATURALEZA DE LA TITULARIDAD Y FORMA JURÍDICA	10
2.7. MERCADOS A LOS QUE SIRVE LA ORGANIZACIÓN	17
2.8. ESCALA DE LA ORGANIZACIÓN QUE ELABORA LA MEMORIA	10,13,15,16
2.9. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS DURANTE EL PERÍODO CUBIERTO POR LA MEMORIA	NO EXISTEN
2.10. PREMIOS RECIBIDOS DURANTE EL PERÍODO CUBIERTO POR LA MEMORIA	NO EXISTEN



ÍNDICE DE CONTENIDOS DEL GRI

CONTENIDO	PÁGINA
PARAMETROS DE LA MEMORIA	
3.1. PERÍODO QUE CUBRE LA MEMORIA	75
3.2. FECHA DE LA MEMORIA ANTERIOR MÁS RECIENTE	75
3.3. CICLO DE LA ELABORACIÓN DE LA MEMORIA	75
3.4. PUNTO DE CONTACTO PARA RESOLVER PREGUNTAS	75
3.5. PROCESO PARA DEFINIR EL CONTENIDO DE LA MEMORIA	76
3.6. COBERTURA DE LA MEMORIA	75
3.7. LIMITACIONES CONCRETAS DEL ALCANCE O COBERTURA DE LA MEMORIA	75
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	76
3.11. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS RESPECTO A PERÍODOS ANTERIORES	NO EXISTEN
ÍNDICE DE CONTENIDOS DE GRI	
3.12. TABLA DE INDICADORES	71

ÍNDICE DE CONTENIDOS DEL GRI

CONTENIDO	PÁGINA
GOBIERNO, COMPROMISOS Y GRUPOS DE INTERÉS	
4.1. ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE LOGRIFRUIT	8,17
4.2. INDICACIÓN SOBRE SI EL PRESIDENTE DEL ÓRGANO SUPERIOR ES ADEMÁS UN DIRECTIVO	76
4.3. DECLARAR EL NÚMERO DE MIEMBROS DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO QUE SON INDEPENDIENTES /Y/O MIEMBROS NO EJECUTIVOS	76
4.4. MECANISMOS EN VIRTUD DE LOS CUALES LOS ACCIONISTAS Y LOS EMPLEADOS PUEDEN HACER RECOMENDACIONES U OFRECER INDICACIONES AL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO	42
4.14. LISTA DE GRUPOS DE INTERÉS QUE PARTICIPAN EN LA ORGANIZACIÓN	9
4.15. BASE PARA IDENTIFICAR Y SELECCIONAR A LOS GRUPOS DE INTERÉS QUE HAN PARTICIPADO	76

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.	53,62, 40
EC3	COBERTURA DE LAS OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN DEBIDAS A PROGRAMAS DE BENEFICIOS SOCIALES.	53,62,

ÍNDICE DE INDICADORES DESEMPEÑO SOCIAL

GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
LA1	DESGLOSE DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES POR TIPO DE EMPLEO, POR CONTRATO Y POR REGIÓN.	33
LA2	NÚMERO TOTAL DE EMPLEADOS Y ROTACIÓN MEDIA DE EMPLEADOS, DESGLOSADOS POR GRUPO DE EDAD, SEXO Y REGIÓN.	36
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.	40,41
LA4	PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR UN CONVENIO COLECTIVO.	40
LA5	PERIODO(S) MÍNIMO(S) DE PREAVISO RELATIVO(S) A CAMBIOS ORGANIZATIVOS, INCLUYENDO SI ESTAS NOTIFICACIONES SON ESPECIFICADAS EN LOS CONVENIOS COLECTIVOS.	40
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.	40
LA7	TASAS DE ABSENTISMO, ENFERMEDADES PROFESIONALES, DÍAS PERDIDOS Y NÚMERO DE VÍCTIMAS MORTALES RELACIONADAS CON EL TRABAJO POR REGIÓN.	33
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.	38

ÍNDICE DE INDICADORES DESEMPEÑO SOCIAL

GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
LA10	PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN AL AÑO POR EMPLEADO, DESGLOSADO POR CATEGORÍA DE EMPLEADO.	33,34,35 ,36
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.	34
LA12	PORCENTAJE DE EMPLEADOS QUE RECIBEN EVALUACIONES REGULARES DEL DESEMPEÑO Y DE DESARROLLO PROFESIONAL.	35
LA13	COMPOSICIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO CORPORATIVO Y PLANTILLA, DESGLOSADO POR SEXO, GRUPO DE EDAD, PERTENENCIA A MINORÍAS Y OTROS INDICADORES DE DIVERSIDAD.	33,35,36

ÍNDICE DE INDICADORES DESEMPEÑO SOCIAL

GRI	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
EN3	CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS	52
EN8	CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA POR FUENTES.	52
EN16	EMISIONES TOTALES, DIRECTAS E INDIRECTAS, DE GASES DE EFECTO INVERNADERO, EN PESO.	57, 60
EN18	INICIATIVAS PARA REDUCIR LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO Y LAS REDUCCIONES LOGRADAS.	57
EN22	PESO TOTAL DE RESIDUOS GENERADOS, SEGÚN TIPO Y MÉTODO DE TRATAMIENTO.	60

PERFIL Y PARÁMETROS DE LA MEMORIA

NÚMERO	CUARTA MEMORIA
PERÍODO	01/01/2014 al 31/12/2014
IMPACTOS	SOCIAL ECONÓMICO AMBIENTAL
DIRECTIVAS SEGUIDAS	G3 GLOBAL REPORTING INITIATIVE
NIVEL	C

La información y los datos publicados en esta Memoria de Sostenibilidad corresponden a las actividades de Logifruit durante el 2014.

Este cuarto 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 nivel de aplicación 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 nuestros grupos de interés, tenemos habilitada la siguiente dirección de correo electrónico para cualquier sugerencia sobre los contenidos de la memoria presente o futura a:

logifruit@logifruit.es

Determinación de la Materialidad: Logifruit se ha centrado en la innovación e inversión que la empresa ha llevado a cabo durante el 2014 gracias a la colaboración con clientes y proveedores. Logifruit, con un compromiso e implicación de su plantilla todavía más reforzados, ha vuelto a progresar un año más en su compromiso con la sostenibilidad, mejorando la satisfacción de los clientes, cumpliendo y optimizando las medidas de seguridad alimentaria y siguiendo las reglas de oro de la compañía. Todo esto ha provocado, durante el 2014, un significativo crecimiento del número de clientes, de las ventas y también, como muestra de responsabilidad, las aportaciones a la sociedad. Logifruit ha vuelto a conseguir un ejercicio exitoso de modo que la compañía pueda perdurar en el tiempo y seguir aportando a la sociedad. 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 nivel de aplicación 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 2014, 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.

LOGIFRUIT, S.L.
3416

LOGIFRUIT, S.L.
3416

LOGIFRUIT, S.L.
3416



Esta memoria de sostenibilidad de Logifruit acabó de redactarse en julio del 2015 según los criterios de la Guía G3 del Global Reporting Initiative por el consultor Marc Agliata, de Arancello SL.

