



**LOGIFRUIT**  
*Soluciones de Envase y Logística*

# LOGÍSTICA SOSTENIBLE DE ENVASES REUTILIZABLES

INTRODUCCIÓN 3

CLIENTE 12

TRABAJADOR 20

PROVEEDOR 34

SOCIEDAD 12

CAPITAL 54

Una año más, Logifruit ha vuelto a crecer y a crear empleo. Hemos conseguido de nuevo, gracias al esfuerzo de los cinco componentes que integramos la empresa, Cliente, Trabajador, Proveedor, Sociedad y Capital, que Logifruit haya dado un salto en las ventas de un 14 por ciento y que alcancemos los 112 millones de euros en facturación.

Además, el pasado año invertimos en maquinaria y en las personas de las 13 plataformas sostenibles de las que disponemos más de 42 millones de euros, un 18,3 por ciento más que el año anterior. Quiero destacar de entre todas las inversiones los 6 millones que destinamos a la puesta en marcha de la plataforma de Vitoria, un modelo de lo que será el Logifruit del futuro en la que todos los procesos están automatizados y el esfuerzo físico de nuestros trabajadores ha sido prácticamente eliminado.

Hablando de trabajo, la compañía, pese a la automatización de los procesos, siguió generando empleo durante el 2017 en 140 personas, con lo cual nuestra plantilla de alto rendimiento ya alcanza los 1075 empleados. Destinamos muchos recursos a la formación y al desarrollo personal, la seguridad y la prevención, de modo que nuestros trabajadores tienen la superación constante como unos de sus objetivos diarios. Solo así podemos conseguir la excelencia en el trabajo y un orgullo de pertenencia muy arraigado.

Hemos crecido en ventas, en número de trabajadores, en inversiones y también seguimos optimizando el ciclo de vida de nuestros envases, de modo que nuestro objetivo se centra ahora en conseguir un envase en el que la reutilización deje de ser mérito y pase a ser algo normal en los procesos productivos. Y este envase debe de ser ya para siempre plegable, ya que nos permite un ahorro para la sociedad y el medioambiente al realizar menos emisiones en su transporte.

El año pasado, de la mano de Mercadona, realizamos más 277 millones de movimientos, un 11,8 % más que el año anterior, dentro de la estrategia sostenible de extraer el máximo valor y uso de todos los envases para conseguir un equilibrio perfecto entre la eficiencia económica, la social y la medioambiental

Tras 21 años de vida, puedo asegurar que hemos consolidado un modelo de logística responsable de envases sostenibles y compartido con todos los componentes de la empresa.

**ECONOMÍA CIRCULAR** La economía circular es uno de los ejes en la toma de decisiones de Logifruit. La cultura de participación de todos los componentes de la empresa (Cliente, Trabajador, Proveedor, Sociedad y Capital), sobre la que Logifruit construye su estrategia, unida a los procesos de la economía circular, permitió que Logifruit consiguiera el máximo valor y uso de todos los envases de los que dispone, con el fin de alcanzar la sostenibilidad que nos permite perdurar en el tiempo y devolver a la sociedad todo lo que nos ha dado en las últimas dos décadas.

También hemos incrementado el número de clientes. En la actualidad, Logifruit cuenta con 846 clientes, de los cuales 809 se encuentran en España y los otros 37 se reparten en 9 países.



PEDRO BALLESTER.  
PRESIDENTE DE LOGIFRUIT

# CARTA DEL PRESIDENTE

## LOGÍSTICA RESPONSABLE DE ENVASES SOSTENIBLES

**RESPONSABILIDAD SOCIAL** El crecimiento de Logifruit en 2017 volvió a estar basado en una política comprometida apoyada en su estrategia de Responsabilidad Social. La empresa ha apostado siempre desde su apertura en 1996 por una gestión basada en la economía circular, que extrae el máximo valor y uso de todos los envases que posee con un claro retorno económico, social y medioambiental.

Hemos seguido también haciendo mucho hincapié en nuestra política medioambiental. En 2017, apostamos decididamente por la protección del entorno con la reducción de los consumos de agua, energía y productos químicos con maquinaria de última generación y con una gestión de residuos óptima. También volvimos a reducir las emisiones de CO2 en 765 toneladas. El hacer “más con menos” sigue siendo una de nuestra principales premisas.

A nivel social, uno de los aspectos más destacados del año pasado fue el compromiso de Logifruit con la formación de todas las personas de la plantilla, con una inversión de más de 300.000 euros, y sobre todo la apuesta por salud y seguridad en el trabajo así como el impulso al talento. A nivel económico, Logifruit aportó a la sociedad más de 15 millones de euros vía impuestos. También continuamos colaborando con diferentes ONG's en nuestra acción social.

**SOSTENIBILIDAD** Todas las cifras que les he expuesto confirman la sostenibilidad en el tiempo del proyecto Logifruit gracias a la consolidación de un modelo que satisface con la misma intensidad a los 5 componentes de la empresa. Estamos generando un crecimiento innovador, sostenido y compartido de una empresa diferente que crece cada año y que aporta riqueza a nivel social, económico y medioambiental.

**CONFIANZA CON CLIENTES Y PROVEEDORES** No puedo dejar de hablar de la confianza y proximidad con los clientes y proveedores. Llevamos años trabajando una relación cercana que nos permita evolucionar al unísono con clientes y proveedores. Estamos convencidos de que un crecimiento mutuo garantiza todos los procesos y asegura un futuro mucho mejor.

Mi objetivo es que Logifruit siga creciendo de la manera que lo hace: con valores, con determinación y cooperación con los 5 componentes de la empresa. Seguiremos construyendo un modelo de empresa con crecimiento sostenible y compartido que busque la mejora continua. El trabajo de todos los colaboradores de Logifruit está encaminado a mejorar la sociedad y a que las personas que viven en ella puedan mejorar laboral y profesionalmente. Logifruit va bien y seguiremos esforzándonos para que todo cambio sea a mejor y, sobre todo, que sea sostenible en el tiempo.



# COMITÉ DE DIRECCIÓN

G4-34



Alfonso Gimeno  
Departamento de Administración y Finanzas



Ignacio Mora  
Departamento de Relaciones Humanas



Manuel Díaz  
Departamento de Operaciones y Logística



Enrique Fortich  
Departamento de Gestión de Clientes



José Vicente Caurín  
Departamento Técnico e I+D+I



Pedro Ballester  
Presidente de Logifruit

# GRUPOS DE INTERÉS

G4-24

G4-25

G4-26

G4-27

**TRABAJADOR**

1075 TRABAJADORES

**PROVEEDOR**

DE ENVASES,  
MAQUINARIA,  
SERVICIOS, ETC.

**CLIENTE**

MERCADONA,  
INTERPROVEEDORES,  
PROVEEDORES Y  
PROVEEDORES 0

**SOCIEDAD**

ONG Y SOCIEDAD EN  
GENERAL

**CAPITAL**

SOCIOS

# ECONOMIA CIRCULAR EN LOGIFRUIT

*LOGIFRUIT TIENE EN CUENTA EN SU ESTRATEGIA CORPORATIVA LOS PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR. LA REUTILIZACIÓN DE LOS ENVASES ES CLAVE PARA CONSEGUIR BENEFICIOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y MEDIAMBIENTALES*

# ÉTICA SOCIAL, MEDIOAMBIENTAL Y ECONÓMICA

El modelo de gestión de Logifruit está basado en la Calidad Total: Satisfacer con la misma intensidad a los cinco componentes que forman la empresa: Cliente, Trabajador, Proveedor, Sociedad y Capital. Pero además posee una serie de valores sociales, medioambientales y económicos que constituyen la ética corporativa sobre la que se sustenta el negocio.

El cuadro Mátrix resume este modelo y establece que Logifruit satisface también a los 5 **valores** gracias a las personas que forman nuestro equipo y que deberán cumplir, a su vez, con otros 5 valores más importantes como son el Compromiso e Implicación, el Respeto, la Confianza, el Trabajo en Equipo y la Innovación.

Un conjunto de valores que solo con una plantilla que los posea se conseguirá que el trabajo se haga fundamentado sobre unos **principios** clave para las personas: Autoliderazgo (responsabilidad), COLOR, Seguridad, Calidad, Productividad, Flexibilidad, Sostenibilidad y Lo que no.

De este modo, con personas con los valores de Logifruit y que posean los principios marcados por el trabajo rutinario, seremos capaces de cumplir con las **reglas de oro** (Seguridad Alimentaria, Calidad, Calidez, Servicio, Precio y Beneficio) y satisfacer así a nuestros 5 valores.

LOGIFRUIT POSEE UNA SERIE DE VALORES SOCIALES, MEDIOAMBIENTALES Y ECONÓMICOS, PRINCIPIOS Y REGLAS DE ORO QUE CONSTITUYEN LA ÉTICA CORPORATIVA SOBRE LA QUE SE SUSTENTA EL MODELO DE NEGOCIO

CUADRO MÁTRIX





# EVOLUCIÓN EN LIMPIEZA E HIGIENIZACIÓN

*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 ESTAS SEIS REGLAS CON EL OBJETIVO DE QUE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES SE VEAN SATISFECHAS PLENAMENTE*

1

## SEGURIDAD ALIMENTARIA

CONTAMOS CON ESTRICTAS MEDIDAS DE LIMPIEZA DE CAJAS

2

## CALIDAD

CONTROLES Y PROCESOS RIGUROSOS EN LA LIMPIEZA DE ENVASES

3

## CALIDEZ

PRODUCTO DURADERO CON BUENA APARIENCIA, ATRACTIVO, ERGONÓMICO Y LIMPIO

4

## SERVICIO

SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES CON SEGURIDAD Y FLEXIBILIDAD EN EL TRABAJO

5

## PRECIO

EL MEJOR PRECIO POSIBLE DEL MERCADO

6

## BENEFICIO

REINVERTIMOS LOS BENEFICIOS PARA SEGUIR SATISFACIENDO A LOS CLIENTES

## VALORES DE LOGIFRUIT

CLIENTE

TRABAJADOR

PROVEEDOR

SOCIEDAD

CAPITAL

## VALORES DE LAS PERSONAS DE LOGIFRUIT

RESPECTO A LAS PERSONAS

CONFIANZA

COMPROMISO E IMPLICACIÓN

TRABAJO EN EQUIPO

INNOVACIÓN

LOGIFRUIT VA BIEN CON SUS CINCO VALORES. PARTE DEL ÉXITO DE LA EMPRESA ES LA COHERENCIA DE SU CULTURA CORPORATIVA A LA HORA DE AFRONTAR TODOS LOS PROCESOS PRODUCTIVOS. LOS VALORES DE LOGIFRUIT UNIDOS A LOS VALORES DE LAS PERSONAS DE LA EMPRESA CONSTITUYEN DOS EJES FUNDAMENTALES EN TODAS LAS ESTRATEGIAS A CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO

# CIFRAS Y DATOS MÁS DESTACADOS DEL 2017

## EL CLIENTE

**21 M**

MILLONES DE ENVASES

**277 M**

MILLONES DE MOVIMIENTOS DE ENVASES

**846**

CLIENTES

**+19,2 %**

INCREMENTO DE CLIENTES RESPECTO AL 2016

**27**

CLIENTES INTERNACIONALES

## EL TRABAJADOR

**1075**

TRABAJADORES MOTIVADOS Y CON EMPLEO ESTABLE

**4.500**

HORAS DE FORMACIÓN PARA EL CRECIMIENTO PERSONAL

**100 %**

DE LOS TRABAJADORES FORMADOS

## EL PROVEEDOR

LAVADORA DE PALETS. GUADIX. MARZO

**100 %**

DE LOS PALETS FLEJADOS POR SEGURIDAD

NUEVO DISEÑO PALETA. SEPTIEMBRE

LAVADORA DE PALOTS. VITORIA. JUNIO

CENTRIFUGADORA PERMANENTE. CIEMPOZUELOS. SEPTIEMBRE

## LA SOCIEDAD

**765 TN**

765 TONELADAS DE CO2 AHORRADAS AL MEDIO AMBIENTE

**352 TN**

DE ENVASES RECICLADOS A PARTIR DE ENVASES ROTOS

**MÁS**

**DEL 90 %**

DE RECUPERACIÓN DE CAJAS PLEGABLES REPARADAS

## EL CAPITAL

**14,28%**

CRECIMIENTO RESPECTO AL AÑO ANTERIOR

**112 M**

112 MILLONES DE EUROS FACTURADOS

**42 M**

42 MILLONES DE EUROS EN INVERSIONES

**5 M**

MÁS DE 5 MILLONES DE BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS

# 1

**LOGÍSTICA SOSTENIBLE DE ENVASES  
REUTILIZABLES CON EL**

**CLIENTE**

# EL CICLO DE VIDA DE LOS ENVASES

En Logifruit, durante el 2017, continuamos investigando sobre el ciclo de vida de los envases. Nuestro objetivo es, como dice el título de esta memoria de sostenibilidad, caminar hacia un envase reutilizable cuantas más veces mejor que sustituya para siempre al cartón de un solo uso de modo que el impacto ambiental sea el menor posible. Por este motivo, Logifruit trabaja y participa con asociaciones o entidades nacionales e internacionales que analizan los ciclos de vida de los envases.

En diciembre del 2017, la Cátedra Unesco de Ciclo de Vida y Cambio Climático, presentó un

documento comparativo de diferentes opciones de distribución de frutas y hortalizas mediante el análisis del ciclo de vida. La misión de esta Cátedra UNESCO es la de promover la investigación, la educación, el establecimiento de redes de colaboración y la generación de documentación orientados al desarrollo sostenible de productos y procesos a nivel internacional. Los resultados de esta investigación concluye, entre otros resultados, que los envases reutilizables tienen un 25 por ciento menos de impacto ambiental que las cajas de cartón de un uso. A continuación enumeramos las principales conclusiones:

ESTUDIO REALIZADO POR LA DOCTORA ALBA BALA Y EL DOCTOR PERE FULLANA

1

Los resultados del estudio muestran claramente que las cajas de plástico reutilizables tienen un mejor comportamiento ambiental que las de cartón de un solo uso.

2

Esto ocurre para todas las categorías de impacto e indicador de consumo de energía renovable y no renovable considerados, a excepción del Potencial de Acidificación (PA) en que, teniendo en cuenta un margen de seguridad del 25% en los resultados para tener en cuenta la incertidumbre del modelo y los datos usados, ambos tipos de cajas se puede considerar que tienen un impacto similar.

3

En el caso de las CAJAS DE CARTÓN DE UN SOLO USO, el mayor impacto ambiental está asociado a la etapa de fabricación de las cajas (silvicultura, suministro de materias primas y producción), mientras que los ahorros se concentran en las etapas de fin de vida, fundamentalmente asociadas a la recuperación de fibras de papel secundarias.

4

En el caso de las CAJAS DE PLÁSTICO REUTILIZABLES, el mayor impacto ambiental está asociado a la vida útil de las cajas, incluyendo la vuelta de las cajas de las tiendas a los centros de distribución, los procesos de inspección e higienización y también el transporte de las cajas de nuevo a los fabricantes de frutas y verduras, seguida de la etapa de producción del polímero granulado en su fabricación. En cuanto a los ahorros, estos se concentran también en la etapa de fin de vida por la recuperación de granza de plástico reciclada.

5

El análisis de sensibilidad realizado en todos los parámetros sigue mostrando una clara preferencia por las cajas de plástico reutilizables en relación a las de cartón de un solo uso. Excepto para el PA, el Potencial de Eutrofización (PE) y el consumo de energía en dos de los supuestos analizados, para el resto de categorías y variaciones de parámetros, las cajas de plástico tienen siempre más de un 25% menos de impacto ambiental que las de cartón.

# UN MODELO DE ENVASES REUTILIZABLES

Logifruit continuó durante el año 2017 con su modelo de envases reutilizables que garantiza al cliente que los envases están en las mejores condiciones de limpieza e higienización para lo fundamental: su nuevo uso.

Para ello, en el proceso de lavado de los envases se realiza un control de calidad riguroso que rechaza aquellos que presentan algún tipo de suciedad después del ciclo de lavado.

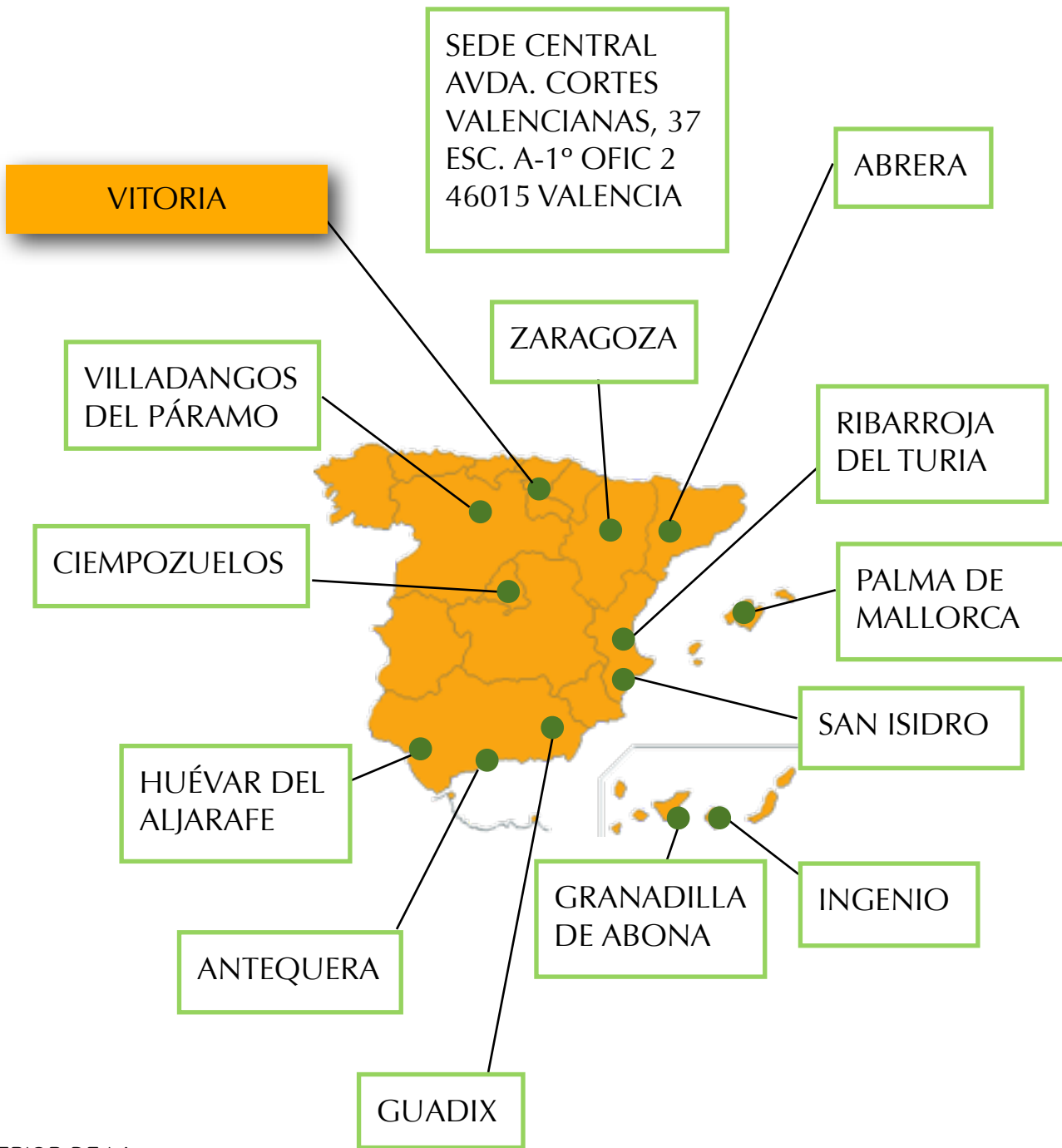
El año pasado también estrechamos la colaboración con empresas especializadas en el

área higiénico-sanitaria y de construcción de máquinas de lavado de Cajas, Cajones y Paletas para garantizar todavía más la calidad exigida por nuestros clientes.

Logifruit controla el ciclo de vida de 21 millones de envases, que realizaron más de 277 millones de movimientos en el 2017, gracias a un sistema sostenible de reutilización y retorno, con el que se consigue reducir notablemente el impacto en el medio ambiente y aumentar la satisfacción de los 846 clientes actuales.



# VITORIA, LA PLATAFORMA DEL FUTURO



EXTERIOR DE LA PLATAFORMA DE VITORIA



EN JUNIO DE 2017 SE SUMÓ VITORIA A LA RED DE PLATAFORMAS DE LOGIFRUIT POR TODA ESPAÑA, UNA PLATAFORMA EN LA QUE SE INVIRTIERON 6 MILLONES DE EUROS EN MAQUINARIA COMO CENTRIFUGADORAS DE PLEGABLES POR COLUMNAS O UN CLASIFICADOR DE PALETS DE MADERA AUTOMÁTICO

# MOVIMIENTOS DE ENVASES Y CLIENTES

CLIENTES EN EL 2017

846

DURANTE EL  
2017 SE  
INCORPORARON  
163 CLIENTES

104 Interproveedores

638 Proveedores

104 Proveedores 0

595

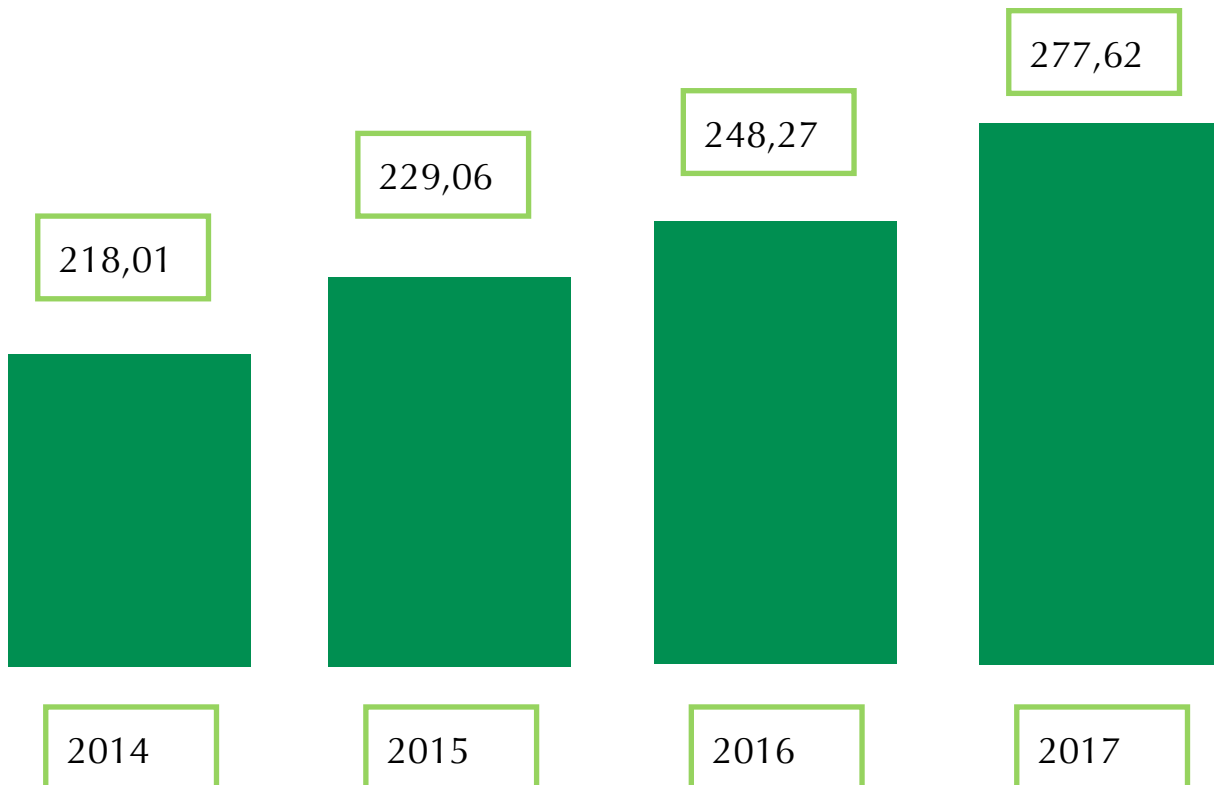
clientes

2015

722

clientes

2016



LOS MOVIMIENTOS DE ENVASES HAN CRECIDO UN 27 POR CIENTO MÁS EN LOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS DE ACTIVIDAD DE LOGIFRUIT



# NUEVAS OFICINAS CENTRALES



LAS OFICINAS CENTRALES DE VALENCIA SE REESTRUCTURARON PARA ADAPTAR LOS ESPACIOS FÍSICOS A LA EVOLUCIÓN DE LOS DIFERENTES DEPARTAMENTOS



# INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA EN LOGIFRUIT



*LOGIFRUIT PUSO EN MARCHA UN PROTOCOLO DE INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA EN LA QUE CADA TRABAJADOR PUEDE PROPONER UNA IDEA O MEJORA EN CUALQUIER PROCESO PRODUCTIVO*

# ACTUALIZACIÓN DECÁLOGO DE CALIDAD Y 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. TAMBIÉN REALIZAMOS SIMULACROS DE INCENDIOS

10

## EAC CERTIFICACIÓN

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

*EN 2017, LOGIFRUIT ACOMETIÓ UNA ACTUALIZACIÓN DEL DECÁLOGO DE CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA CON LA INCLUSIÓN DE NUEVOS PUNTOS DE INSPECCIÓN EN LOS DETECTORES DE ROTURAS DE LOS PALETS, EN LOS LAVADEROS DE LOS CAMIONES, EN LA LIMPIEZAS DE LAS REJILLAS Y EN LA MEDICIÓN DE CONCENTRACIÓN DE LOS DETERGENTES*



**LOGÍSTICA SOSTENIBLE DE  
ENVASES REUTILIZABLES CON EL  
TRABAJADOR**

# SEGUIMOS CREANDO EMPLEO

G4-DMA | G4-LA5 | G4-LA4

2017 fue un año en que la empresa realizó importantes esfuerzos para construir el Logifruit del futuro, objetivo en el que juega un papel muy destacado el talento de las más de 1.000 personas que forman la compañía.

Para poder satisfacer plenamente a “El Cliente”, Logifruit destinó importantes recursos a fomentar el desarrollo, tanto personal como profesional, de cuantos forman parte de la empresa. Del mismo modo, también a incrementar el talento de su plantilla, el mejor de sus activos, tanto por medio de la formación como por la creación de nuevos puestos de trabajo estables y de calidad.

Todas estas personas comparten los valores del Modelo de Logifruit. Un equipo que toma decisiones, que arriesga, que aprende de los errores para incrementar su talento y que aprovecha al máximo sus habilidades y conocimiento para abordar con éxito las metas marcadas y seguir impulsando el Proyecto Logifruit. Logifruit pasó de 935 trabajadores en 2016 a 1075 en 2017. Para Logifruit, las más de 1.000 personas que componen su plantilla son un equipo de alto rendimiento comprometido con la excelencia en su trabajo diario y con el objetivo de satisfacer plenamente a “El Cliente”. Para lograrlo, la compañía aplica la verdad universal de que para “poder recibir, primero hay que dar”.

Gracias a ello, la plantilla de Logifruit es una de sus ventajas competitivas, un conjunto de personas que adquieren compromisos, que los cumplen y que, además, desarrollan valores como la responsabilidad, el afán de superación o la capacidad de asumir retos.

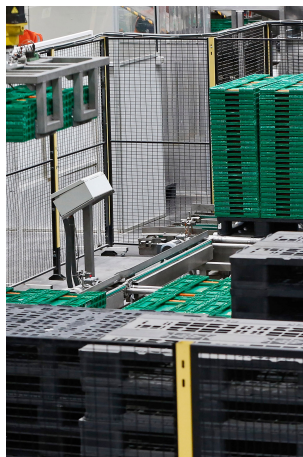
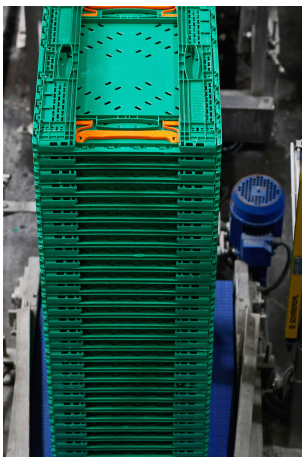
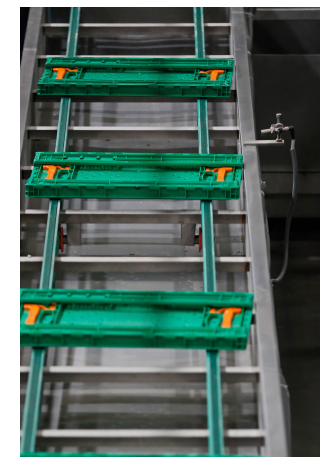
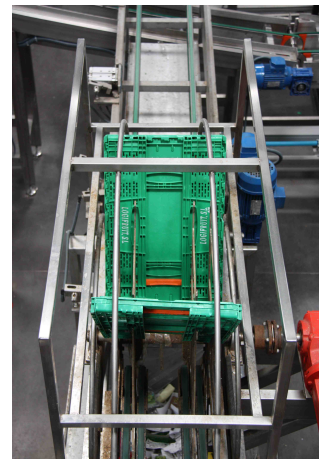
El modelo de Relaciones Humanas de Logifruit defiende y fomenta valores irrenunciables que redundan en el desarrollo personal y profesional de las personas. Por ello apuesta por la promoción interna, la estabilidad, la formación, la equidad y la autoexigencia. Paralelamente propicia una relación de respeto y confianza, en la que la tolerancia, la igualdad y la diversidad son valores que enriquecen, mientras que la participación conjunta, y la mejora continua contribuyen a seguir creciendo como empresa.

La plantilla dispone de un preaviso para cambios operacionales significativos de 15 días.



# EXCELENTES EN AUTOMATIZACIÓN

LOGIFRUIT APOSTÓ EL AÑO PASADO DE NUEVO POR QUE EL TRABAJADOR CADA VEZ SE CENTRE MÁS EN LA CALIDAD, EN LA SUPERVISIÓN DE LOS PROCESOS Y SE REDUZCA EL ESFUERZO FÍSICO. LOGIFRUIT CADA AÑO INCREMENTA EL NIVEL DE AUTOMATIZACIÓN Y A LA VEZ SIGUE CREANDO EMPLEO. DESTACAN EN EL 2017 LA AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS PARA ELIMINAR LOS TRABAJOS DE ALIMENTACIÓN MANUAL, VOLTEADO DE CAJAS, APERTURA Y CIERRE DE ENVASES EN LAS PLATAFORMAS



Para Logifruit, velar por la salud y seguridad laboral de los trabajadores es un objetivo permanente y esencial. Por ello, asume esta responsabilidad como prioritaria y centra la mayor parte de sus esfuerzos en dotar a cualquiera de los diferentes puestos de trabajo y procesos productivos de la mayor seguridad y ergonomía. En 2017 se puso en manos de un proveedor de cobertura nacional el servicio de técnicos de prevención externa, lo cual permitió un asesoramiento más ágil y efectivo.

Año tras año, la compañía refuerza también la formación en prevención de su plantilla, labor en la que están involucrados todos y cada uno de los

puestos de trabajo y que contempla, además, cualquier cambio que puede generarse en los procesos productivos.

Logifruit dispone de un Plan de Prevención que se revisa anualmente y un Sistema de gestión preventiva

integral, cuya eficacia es contrastada periódicamente por la propia participación de los trabajadores a través de los grupos de trabajo o de los diferentes comités de seguridad y salud constituidos por las auditorías del servicio de prevención. Con ello garantiza la eficacia de su política preventiva, confirma que se adecua a las diferentes actividades que se realizan y que permanezca paralelamente abierta a cualquier sugerencia de mejora por parte de los miembros de la plantilla.

En 2017 la compañía reforzó su compromiso con esta materia. Gracias a este esfuerzo, no solo ha llevado a cabo todos los reconocimientos necesarios relacionados con la vigilancia de la salud de la plantilla, sino que ha introducido

diferentes mejoras preventivas a través de la formación, tanto a través de módulos de carácter general como por medio de módulos específicos: Simulacros de Evacuación, Riesgos de los trabajos sobre Plataformas Elevadoras, Riesgos Eléctricos, Riesgos de Trabajos en Altura, entre otros.

Además de la mejora continua de las condiciones de los puestos de trabajo, los esfuerzos en prevención también han sido intensivos en los métodos e instrucciones de trabajo, con la incorporación de importantes mejoras en las máquinas e instalaciones a lo largo del 2017.

Para proteger y mantener 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 Psicología en todos los centros de trabajo y un Servicio de Prevención Ajeno que asume las especialidades de Seguridad y Vigilancia de la Salud.

Estos servicios, junto con personal de la empresa, han trabajado de manera activa no solo en el desarrollo y aplicación de cursos y mejoras específicas sino también lo han hecho en la prevención de riesgos en el desarrollo de las tareas habituales de Logifruit.

EN 2017 SE PUSO EN MANOS DE UN PROVEEDOR DE COBERTURA NACIONAL EL SERVICIO DE TÉCNICOS DE PREVENCIÓN EXTERNA, LO CUAL PERMITIÓ UN ASESORAMIENTO MÁS ÁGIL Y EFECTIVO.





LOGIFRUIT



EN EL AÑO 2016 SE MODIFICÓ LA ESTRATEGIA DE RECLUTAMIENTO DE LAS NUEVAS INCORPORACIONES Y SE POTENCIÓ LA PROMOCIÓN INTERNA ADEMÁS DE LOS PLANES DE CARRERA. EL PRIMER OBJETIVO ERA LA FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES PARA PROMOCIONAR, Y EL SEGUNDO, QUE FUERAN MÁS ESPECIALISTAS EN LAS TAREAS QUE TIENEN QUE DESEMPEÑAR. HOY EN DÍA TODOS LOS DIRECTIVOS DE LOGIFRUIT VIENEN DE LA PROMOCIÓN INTERNA. EN 2017 SE REFORZARON LAS DOS ESTRATEGIAS.



2

2016

8

2017

DIRECTIVOS PROMOCIONADOS

## BUSCAMOS EN TI LAS SIGUIENTES **HABILIDADES** PARA CUMPLIR NUESTROS **VALORES**:

AFÁN DE SUPERACIÓN

ACTITUD POSITIVA

DISPONIBILIDAD Y FLEXIBILIDAD

EDUCACIÓN

RESPETO



PROACTIVIDAD Y PARTICIPACIÓN

POLIVALENCIA

APTITUDES DE LIDERAZGO

FACILIDAD PARA COMUNICAR

CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS

LOGIFRUIT APOSTÓ EN 2017 POR LA FORMACIÓN CONTINUA Y DESTINÓ IMPORTANTES RECURSOS, TANTO PERSONALES COMO ECONÓMICOS, A LA SELECCIÓN, FORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE SUS TRABAJADORES

EN 2017 LA COMPAÑÍA INVIRTIÓ EN FORMACIÓN EXTERNA MÁS DE 269.000 EUROS Y MÁS DE 53.000 EUROS EN FORMACIÓN INTERNA. ESTA INVERSIÓN EN FORMACIÓN EXTERNA E INTERNA HA SUPUESTO MÁS DE 4.500 HORAS EN FORMACIÓN.

LA FORMACIÓN SE INICIA CON EL PLAN DE ACOGIDA, EL PRIMER DÍA DE INCORPORACIÓN A LA EMPRESA, Y SE MANTIENE DURANTE TODA LA TRAYECTORIA PROFESIONAL.

LA PROMOCIÓN INTERNA ES UNA DE LAS SEÑAS DE IDENTIDAD DE LOGIFRUIT

*EL ORGULLO DE PERTENENCIA DE LOS TRABAJADORES DE LOGIFRUIT ES CLAVE PARA EL DEPARTAMENTO DE RELACIONES HUMANAS, QUE DESARROLLA UNA POLÍTICA BASADA SIEMPRE EN LA CONSECUCCIÓN DE LOS 5 VALORES DE LAS PERSONAS: EL RESPETO A LAS PERSONAS, LA CONFIANZA, EL COMPROMISO Y LA IMPLICACIÓN, EL TRABAJO EN EQUIPO Y LA INNOVACIÓN*

*LOGIFRUIT PUSO EN MARCHA EN 2017 UN SISTEMA QUE MEJORÓ LA SEGURIDAD DE LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN LAS PLATAFORMAS DE LA EMPRESA. GRACIAS A UN PROGRAMA INFORMÁTICO, TODO AQUEL QUE ACCEDA A UNAS INSTALACIONES DE LOGIFRUIT CONOCE PREVIAMENTE LOS RIESGOS QUE PUEDE ENCONTRARSE CON EL FIN DE PREVENIRLOS ADECUADAMENTE. DE ESTE MODO, LOGIFRUIT DIO UN SALTO DE CALIDAD EN LA COORDINACIÓN DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES Y EN LA SEGURIDAD DE SUS INSTALACIONES*

# NUEVOS UNIFORMES MÁS CÓMODOS Y SEGUROS

Durante el año 2017, se cambiaron numerosas prendas de los uniformes de los trabajadores de Logifruit, tanto para los hombres como para las mujeres. En ambos casos, adaptados a las necesidades de cada puesto y a las inclemencias del tiempo de cada plataforma en función de la provincia donde se encuentre localizada.

El objetivo de la mejora en las indumentarias y otras prendas auxiliares, como por ejemplo guantes mas ligeros y flexibles que no producen fatiga en la mano, fue siempre que resultasen cómodos, pero sobre todo seguros y útiles a los trabajadores.



UNA COLABORADORA CON UN CHUBASQUERO



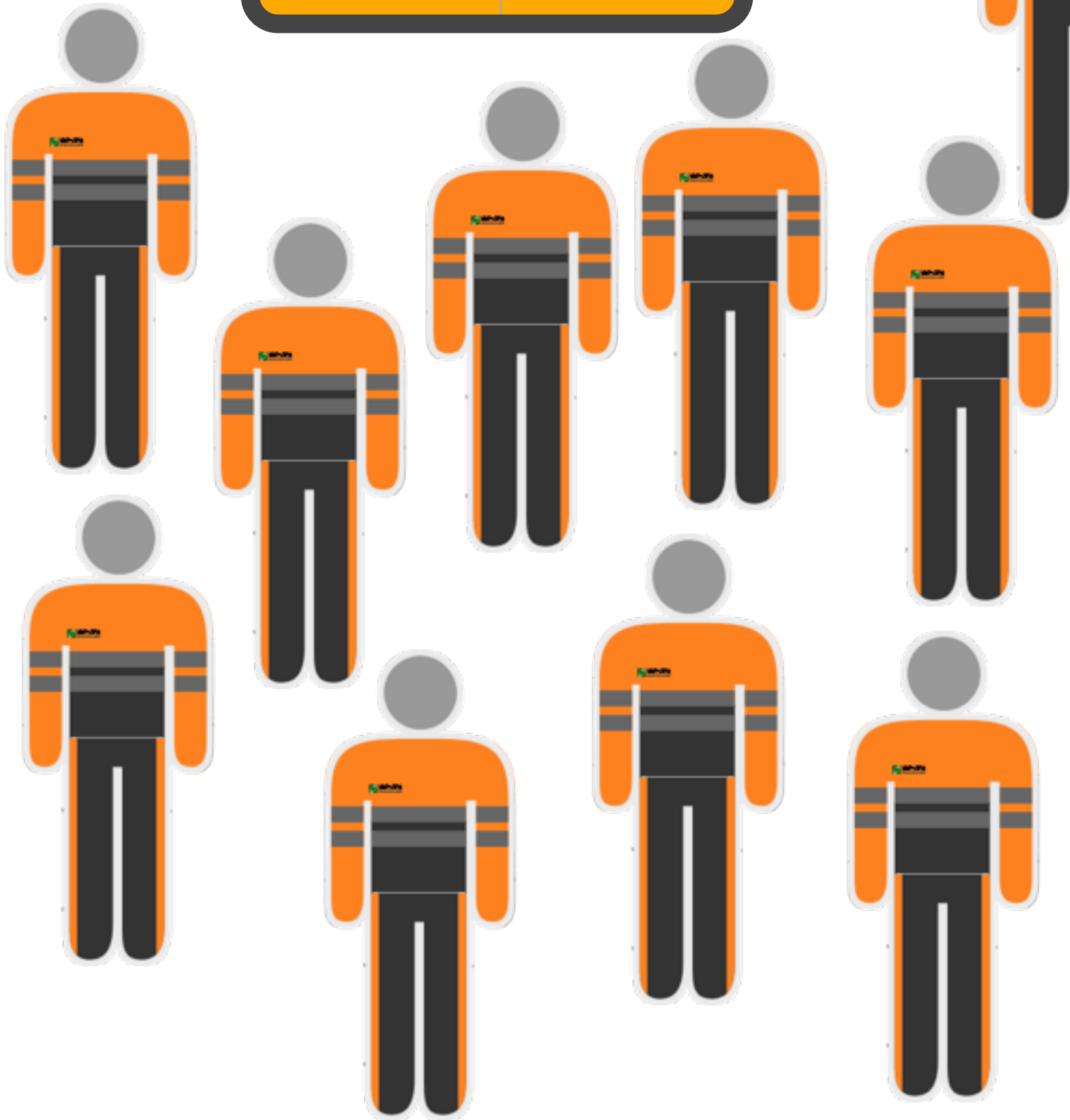
UN COLABORADOR CON UN UNIFORME DE VERANO

*EN LA CAMPAÑA DE VERANO 2017 SE AÑADIERON A LOS PANTALONES MÁS ELÁSTICOS EN LA CINTURA Y SE ELIMINARON BOTONES DE LOS BOLSILLOS TRASEROS, LO CUAL AUMENTÓ LA SEGURIDAD Y LA COMODIDAD*

# LA PLANTILLA DE LOGIFRUIT EN 2017

G4-DMA G4-LA13 G4-LA1

POR SEXO	
HOMBRE	676
MUJER	399
TOTAL	1075





# LA PLANTILLA DE LOGIFRUIT EN 2017

G4-DMA

G4-LA13

G4-LA1

FORMACIÓN	TRABAJADORES FORMADOS
HORAS DE FORMACIÓN	4.500 HORAS
PLANTILLA FORMADA	100%
INVERSIÓN	269.000 EUROS







# 3

**LOGÍSTICA SOSTENIBLE DE  
ENVASES REUTILIZABLES CON EL  
PROVEEDOR**

# ELIMINACIÓN DEL ENVASE RÍGIDO

El principal objetivo de Logifruit con sus envases es que, además de garantizar que están en las mejores condiciones de limpieza e higienización, estén siempre como nuevos. Durante el 2017, se inició un proceso para que todos los envases de Logifruit sean plegables en un plazo de dos años. De este modo, se conseguirán envases mucho más sostenibles, con mayores beneficios tanto

medioambientales -por la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera- como sociales o económicos. Las fechas previstas de finalización de este proceso iniciado en el 2017 son, en una primera fase, en julio del 2018, y en la segunda y última, en junio del 2019. En ese momento, la reconversión de las líneas será un hecho.

*EL CAMBIO DE TODOS LOS ENVASES RÍGIDOS A PLEGABLES EN 2019 SUPONE ENTRE OTRAS VENTAJAS LA REDUCCIÓN DE EMISIONES DE CO<sub>2</sub> A LA ATMÓSFERA*




## MEJORAS EN EL LAVADO, SECADO E HIGIENIZACIÓN

*EN LOGIFRUIT, EL ESTADO HIGIÉNICO-SANITARIO DE LOS ENVASES QUE SUMINISTRAMOS A NUESTROS CLIENTES ES LO MÁS IMPORTANTE Y EN LO QUE CENTRAMOS TODOS NUESTROS ESFUERZOS. DURANTE 2017, SE MEJORARON LOS DIFERENTES PROCESOS DE HIGIENIZACIÓN CON UN INCREMENTO DE LOS ANÁLISIS PERIÓDICOS DE LOS ENVASES*



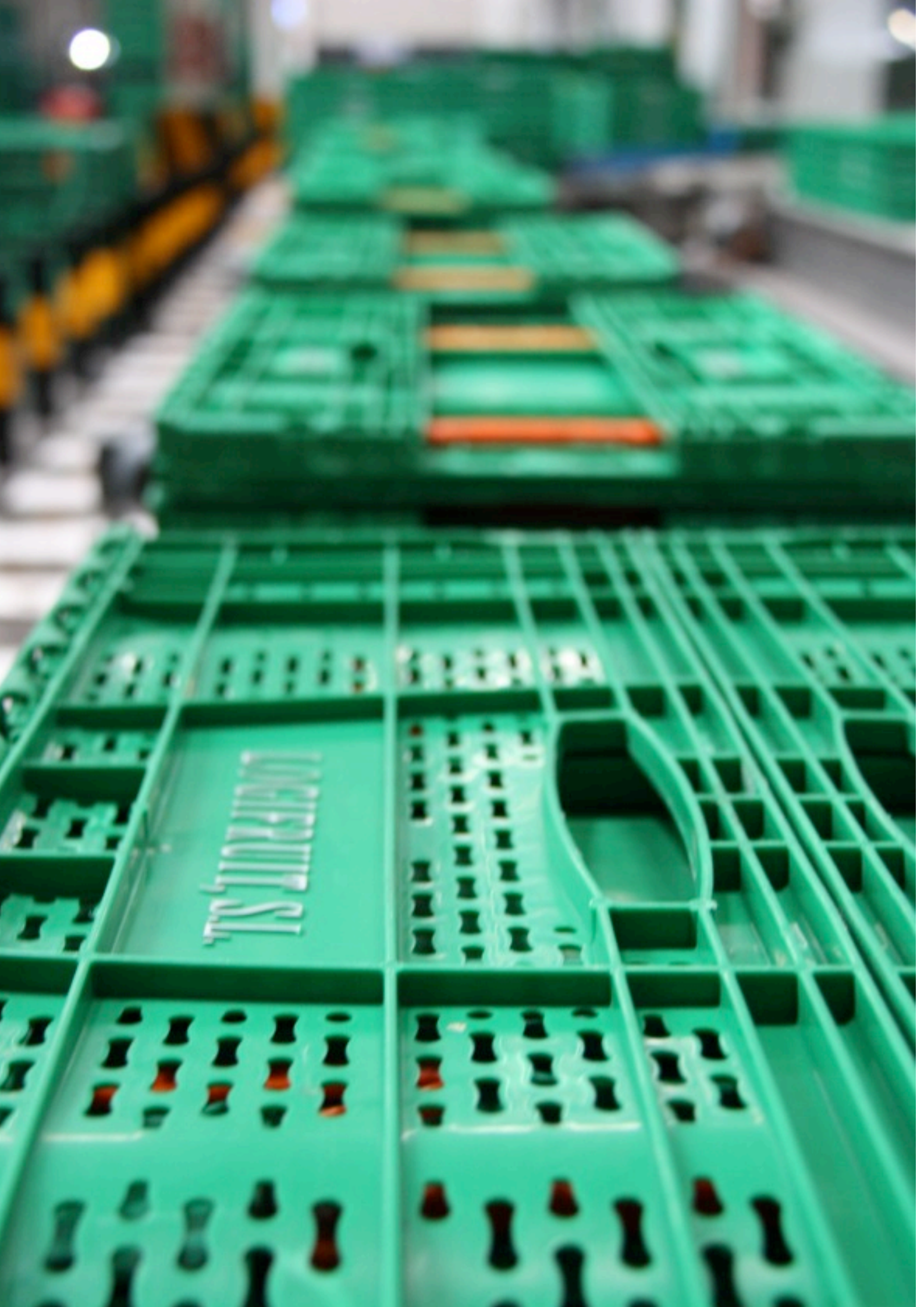
# FABRICANTES DE ENVASES CON RSC



*EL PROVEEDOR SIGUIÓ OCUPANDO UN PAPEL IMPORTANTE EN LAS PRIORIDADES DE LOGIFRUIT EN 2017. DE SU COMPROMISO Y ESFUERZO TAMBIÉN DEPENDE, EN GRAN MEDIDA, EL CRECIMIENTO DE LA COMPAÑÍA. LOGIFRUIT TRABAJÓ CON PROVEEDORES DE ENVASES QUE TIENEN EN MARCHA UNA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC). LOS ENVASES DEBEN SER SOCIALMENTE ACEPTABLES, MEDIOAMBIENTALMENTE LOS MEJORES Y ECONÓMICAMENTE, LOS MÁS EFICIENTES*

# FLEJADO DE TODOS LOS PALETS

*UNA DE LAS MEJORAS DEL 2017 FUE EL FLEJADO DE TODOS LOS PALETS DE LOGIFRUIT. DE ESTE MODO, SE CONSIGUE UN AVANCE EN LA SEGURIDAD*



LONGFELLOW, ST.



4

**LOGÍSTICA SOSTENIBLE DE  
ENVASES REUTILIZABLES CON LA**

**SOCIEDAD**

# REUTILIZACIÓN FRENTE A UN SOLO USO

*LA REUTILIZACIÓN DE LOS ENVASES DE LOGIFRUIT ES LA CLAVE DE LA EMPRESA EN TODAS SUS DECISIONES EN CONTRAPOSICIÓN AL ÚNICO USO QUE SE HACE CON LAS CAJAS DE CARTÓN EN OTRAS COMPAÑÍAS*

# CONSUMOS RESPONSABLES

G4-DMA	G4-EN3	G4-EN8	
G4-DMA	G4-EN1	G4-EN23	G4-EN15

MATERIAL RECUPERADO	POLIETILENO	POLIPROPILENO
2011	600 TN	2.000 TN
2012	510 TN	2.556 TN
2013	752 TN	3.148 TN
2014	454 TN	2.715 TN
2015	395 TN	3.377 TN
2016	430 TN	3.320 TN
2017	2800 TN	352 TN

Logifruit tuvo entre sus objetivos prioritarios del 2017 optimizar los consumos más importantes de la empresa de modo que puedan ser reducidos o al menos moderados. La dirección de Logifruit pretende que los consumos de todo

tipo sean responsables y racionalizados para que cada año mejoren las cifras y que el impacto de la actividad de la empresa en la sociedad y el medio ambiente resulte menor.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
AHORRO DE EMISIONES DE CO2	5.288 TN	5.364 TN	5.210 TN	5.145 TN	5.817 TN	719 TN	765 TN

2015	229	+31,76%	-20,26%	+25,30%
2016	248	+16,35%	-16,88%	+7,41%
2017	277	+22%	+56%	+34%
	MILLONES DE MOVIMIENTOS DE ENVASES	CONSUMO DE AGUA	CONSUMO DE GASOIL	CONSUMO DE GAS

# ACCIÓN SOCIAL Y MECENAZGO

La Acción Social y el Mecenazgo siguió en 2017 muy presente en la actividad de Logifruit. La colaboración en un momento dado o de modo indefinido y la participación con entidades de diferente fin o asociaciones de muy diverso

ámbito forman parte de los grupos de interés de la empresa dentro de su acción social. Logifruit seguirá apoyando cualquier asociación que enriquezca su relación con la Sociedad dentro de su política de RSC.



**Fundación Vicente Ferrer**

Transforma la sociedad en humanidad



PROYECTO **HOMBRE**



**FUNDACIÓN ÉTNOR**  
ÉTICA DE LOS NEGOCIOS Y LAS ORGANIZACIONES



**alice** | Alliance for Logistics Innovation through Collaboration in Europe

Fundación **CONEXUS**

**un1**

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

**EDEM**  
Escuela de Empresarios

**apd**

Asociación para el **PROGRESO** de la **DIRECCIÓN**

**CADL**  
ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA LOGÍSTICA

**Cámara**  
Valencia





# CARTA AL PACTO MUNDIAL

Valencia, 9 de julio del 2017

Estimado Sr. de la Mota:

Es para mí una satisfacción volver a dirigirme a usted, por quinto año consecutivo, en nombre de todos los trabajadores que forman parte de la plantilla de Logifruit. De nuevo, estoy en disposición de constatarle a través esta carta, 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 nuestras políticas de Responsabilidad Social.

Logifruit es un pool de envases reutilizables que tiene por objetivo satisfacer a los cinco pilares que componen la empresa: el cliente, el trabajador, el proveedor, la sociedad y el capital. Cada año que pasa, ponemos más hincapié en los principios de la economía circular para la consecución de todos nuestros procesos en nuestra red nacional de plataformas logísticas distribuidas estratégicamente por España.

Logifruit sigue creciendo prácticamente en todas las cifras importantes de la compañía. Hemos aumentado nuevamente las ventas, el número de movimientos de envases y sobre todo el empleo, al mismo tiempo que hemos reducido el esfuerzo físico mediante la automatización de procesos.

## MISIÓN

**SER UNA EMPRESA CON CONCIENCIA SOCIAL (TENEMOS UNA EMPRESA DE PERSONAS PARA SERVIR A PERSONAS), QUE SATISFAGA LAS NECESIDADES DE TRANSPORTE DE LOS PRODUCTOS DE NUESTROS CLIENTES AL MENOR COSTE POSIBLE CON AUTOLIDERAZGO, LIDERAZGO HOLÍSTICO, TRANSPARENCIA, COLORS, SEGURIDAD, CALIDAD, PROXIMIDAD, FLEXIBILIDAD, PRODUCTIVIDAD, SOSTENIBILIDAD Y LO QUE NO..., OBTENIENDO UN BENEFICIO RAZONABLE**

En 2017, hemos seguido apostando por las personas y la calidad como puntos estratégicos en la toma de decisiones. Pero también hemos dado un salto importante en la sostenibilidad con la sustitución de envases rígidos cada vez más por los plegables, mucho más sostenibles. Trabajamos para mejorar el envase reutilizable de modo que su repercusión en la sociedad sea siempre positiva. Y presentamos todos nuestros avances en una nueva Memoria de Sostenibilidad, basada en los parámetros de la Global Reporting Initiative (GRI).

Logifruit se comprometió en 2017 a que todas las políticas de la empresa tuvieran como eje la responsabilidad social, medioambiental y la económica. Además en este orden. En cada una de ellas, tal y como refleja la Memoria 2017, la organización ha puesto todo su empeño en que sus envases sean socialmente aceptables, medioambientalmente los mejores y económicamente los más eficientes. Solo de esta manera podremos hacer buenas la misión y la visión de la compañía.

Durante el 2017 hemos alcanzado una cifra de 1075 trabajadores 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

## VISIÓN

**EMPRESA LÍDER A NIVEL NACIONAL EN ALQUILER, LAVADO E HIGIENIZACIÓN 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**

# CARTA AL PACTO MUNDIAL

una política más de proximidad, de formación y de promoción interna. En el 2017, Logifruit volvió a poner el foco en la prevención y en la seguridad, con un servicio de cobertura nacional que permite un asesoramiento más ágil y eficiente.

Respecto a los puntos 7, 8 y 9, Logifruit ha realizado en el 2017 una inversión récord -más de 42 millones de euros- en mejorar sus instalaciones, envases y en tecnología para garantizar la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. En 2017 hemos ahorrado la emisión de 765 toneladas de CO2 y hemos seguido reduciendo consumos y mejorando el tratamiento de los residuos.

Seguimos en el proceso de mejora continua, en el proceso de creación de la tercera generación de nuestros envases plegables. El año pasado trabajamos la coinnovación con clientes y proveedores e incluso abrimos un proceso de innovación vinculado directamente con nuestros trabajadores, con quienes seguimos fomentando el orgullo de pertenencia basado en los 5 valores.

Nuestro reto en el 2018 es que nuestros envases consigan la mayor cifra de reutilización posible y sigamos mejorando el Modelo de Calidad Total con el único fin de 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 **sostenible en el tiempo**.

\* CARTA REMITIDA EN 2017 POR PEDRO BALLESTER, PRESIDENTE DE LOGIFRUIT, A JUAN LUIS DE LA MOTA, PRESIDENTE DEL PACTO MUNDIAL, ESPAÑA.

**LOGIFRUIT ES MIEMBRO DEL GLOBAL COMPACT DESDE 2012**



APOYAMOS  
AL PACTO MUNDIAL

Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

# CONTROLES MÁS ESTRICTOS

*LOGIFRUIT SE ADAPTA A LA NORMATIVA MEDIOAMBIENTAL DONDE TRABAJA PARA CUMPLIRLA. DURANTE EL 2017, LOS CONTROLES SE INTENSIFICARON DE MODO QUE TODOS LOS PARÁMETROS DE MEDICIÓN SON REVISADOS DE MANERA EXHAUSTIVA*



# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible marca la construcción de un mundo más justo y equitativo para toda la población, además de velar por el medio ambiente.

Logifruit, como socio del Pacto Mundial, lleva desde el 2016 integrando estos objetivos de desarrollo sostenible en sus procesos productivos

y líneas estratégicas de la compañía. Durante el 2017, se consolidaron 10 de los 17 objetivos del Milenio. En el segundo cuadro se puedan comprobar qué temas fueron satisfechos por las políticas de Logifruit durante el año pasado.



## ACCIONES YA EN MARCHA EN LOGIFRUIT DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

ERRADICACIÓN DE LA POBREZA

1

EDUCACIÓN DE CALIDAD

4

IGUALDAD DE GÉNERO

5

10

AGUA Y ENERGÍAS

6

EMPLEO DIGNO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

2

8

INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURAS

9

CONSUMO RESPONSABLE

12

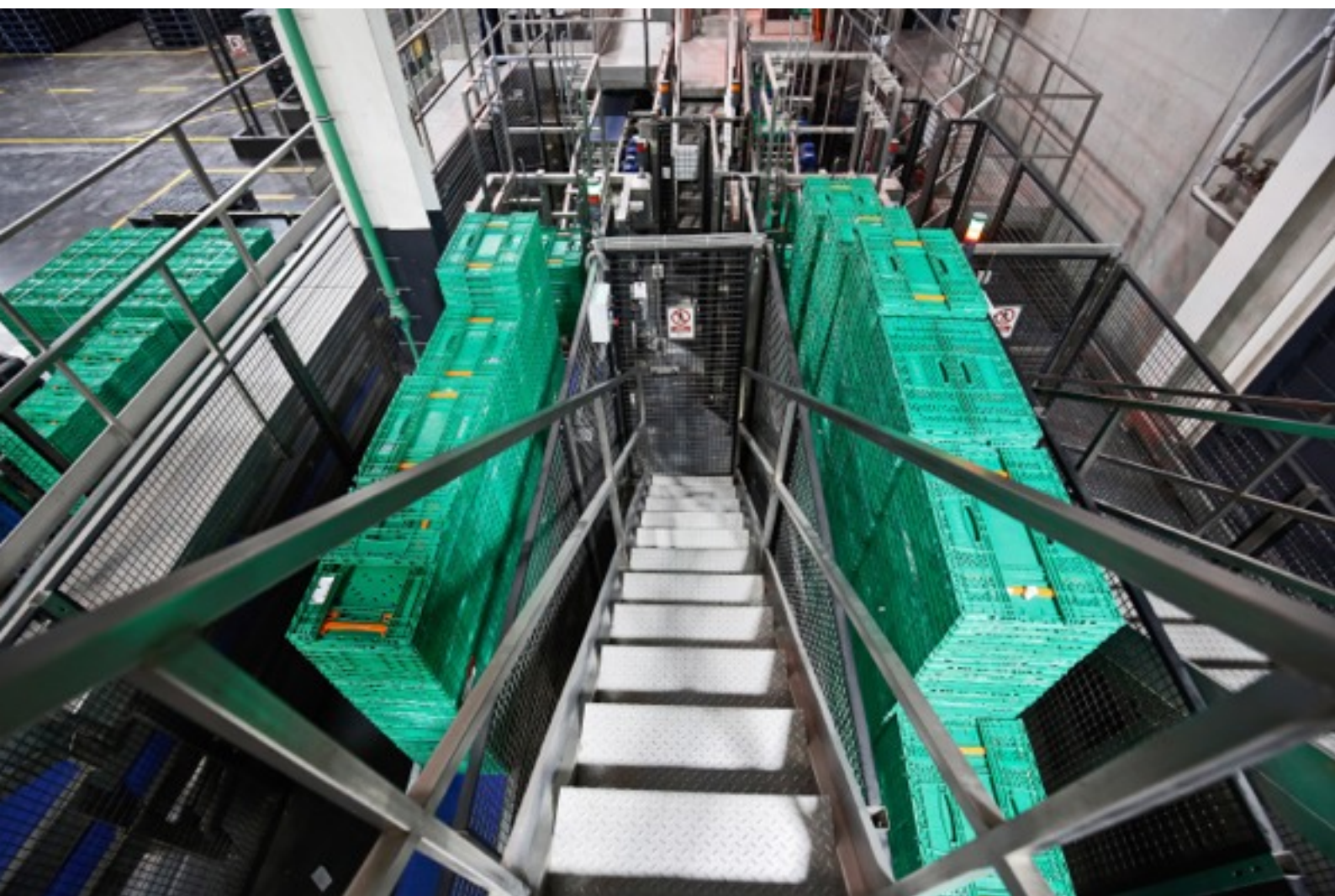
ALIANZAS PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS

17

# CAMBIAR EL MUNDO A MÁS AMIGABLE

El Modelo de Logifruit es un modelo de gestión ético que genera valor para todos sus componentes gracias a que persigue un crecimiento sostenible. A través de su estrategia de Responsabilidad Social, apuesta por el emprendimiento y el impulso al talento y

trabaja constantemente en medidas para reducir el impacto de su actividad en el medio ambiente con el objetivo común de seguir construyendo un modelo de empresa del que la sociedad se sienta orgullosa de que exista y, sobre todo, un mundo más amigable.



*LA DIRECCIÓN DE LOGIFRUIT TRABAJA DURANTE TODO EL AÑO PARA QUE, GRACIAS A SU POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, TODAS LAS ACCIONES DE LA COMPAÑÍA SIRVAN PARA CAMBIAR EL MUNDO Y PARA HACERLO MÁS AMIGABLE. ES LA FORMA DE SER UN FRIENDLY POOL*

# ENVASES DE ENTREGA A DOMICILIO

*EL PRINCIPAL CLIENTE DE LOGIFRUIT, MERCADONA, DISTRIBUYE TODOS LOS PRODUCTOS BIEN QUE SE VENDEN ON LINE, BIEN QUE SE VENDEN EN LA TIENDA CON REPARTO A DOMICILIO EN ENVASES DE LOGIFRUIT. EL USO DE LOS ENVASES DE LA EMPRESA SUPONE UN AHORRO DE CARTÓN QUE PUEDE ALCANZAR LAS 9.776 TONELADAS AL AÑO EN UN EJEMPLO CLARO DE REUTILIZACIÓN FRENTE A UN ÚNICO CONSUMO SI FUERAN CAJAS DE CARTÓN*



FOTO MERCADONA

# LOGIFRUIT EN LOS PREMIOS NACIONALES DE ENVASES

Logifruit emprendió este año por primera vez un camino de contacto con la Sociedad a través de un concurso. Lanzó un reto en el 2017 dentro de la IX edición de los Premios Nacionales de Envase y Embalaje: la búsqueda de un embalaje reutilizable para la venta online que facilitara la conservación de productos y optimizara la eficiencia en el transporte. Y se consiguió.

Alberto Dueñas, estudiante de la Universidad Antonio de Nebrija de Madrid, presentó un

embalaje como el planteado por Logifruit. Fue uno de los premiados.

Más de 300 estudiantes de 20 Universidades y Escuelas de Diseño españolas respondieron, no solo al reto lanzado por Logifruit, sino también por otras cuatro empresas líderes en los ámbitos del comercio electrónico, productos infantiles, cosmética y farmacia.



FOTO ALIMARKET

# PROYECTO HACKATON CON ESTUDIANTES

Hackathon Valencia Business Challenge fue un maratón de 24 horas en el que los participantes trabajaron para resolver los retos presentados por empresas e instituciones proponiendo soluciones innovadoras y creativas. Entre estas empresas estuvo Logifruit en busca de talento.

El encuentro tuvo lugar en el Centro Municipal de Empleo y Formación Leones en noviembre y fue organizado por Innova&Acción (Asociación de Antiguos Alumnos de la Universitat Politècnica de València), Infine y Upbeat Modus con la colaboración del Ajuntament de València, València Activa y VIT Emprene.

Durante el día, más de cien participantes seleccionados usaron metodologías finlandesas Timiakatemia, design thinking, prototipado y elementos de aceleración adaptados de Silicon Valley para extraer lo mejor de sus capacidades. Los perfiles que se unieron a este reto fueron estudiantes o recién licenciados en Matemáticas,

Marketing, Bellas Artes, Diseño, Física, ADE, Informática, Ingenierías (todas las disciplinas) y Organización Industrial.

Los participantes se enfrentaron a retos presentados por empresas e instituciones como Ribera Salud, Jeanologia, Nucleonova, Logifruit, Chiquiemprendedores o Fundación Politécnica de la Comunidad Valenciana.

El evento tuvo como objetivo impulsar las capacidades innovadoras de los participantes, que trabajan en un entorno preparado y con las herramientas necesarias para poder demostrar sus capacidades resolutivas y creativas.

A su vez, las empresas e instituciones que presentaron los retos, como Logifruit, abrieron sus puertas a incorporar talento joven, ideas nuevas y metodologías 4.0, todos ellos factores que impulsan su posicionamiento como organizaciones punteras en innovación.



5

**LOGÍSTICA SOSTENIBLE DE  
ENVASES REUTILIZABLES CON EL**

**CAPITAL**

Logifruit cerró el 2017 con 112.851.588,66 de euros de facturación, lo que ha supuesto un incremento de las ventas del 14,28 por ciento respecto al año anterior. Los resultados alcanzados durante estos doce meses han sido posibles gracias a la confianza y proximidad con sus clientes, al esfuerzo e implicación en la realización del trabajo rutinario de sus trabajadores y al compromiso y visión conjunta de sus proveedores.

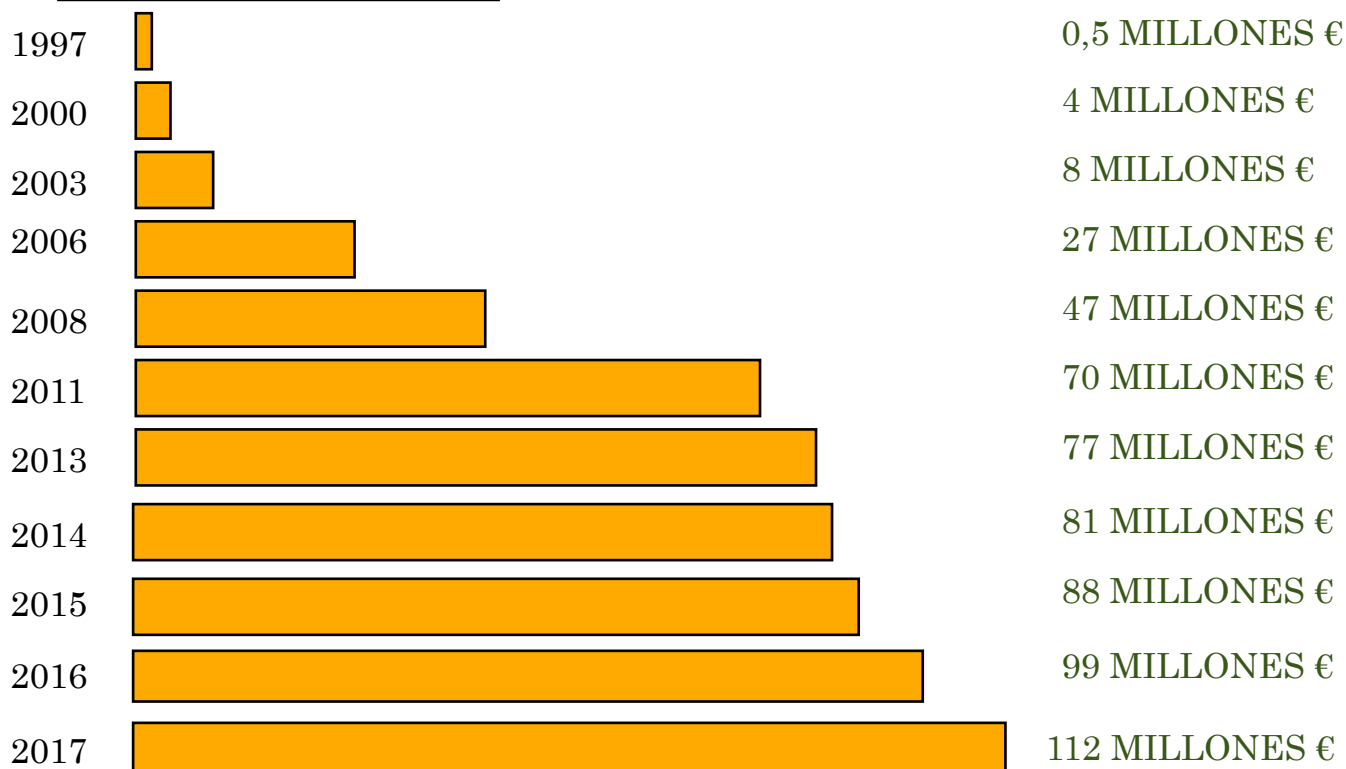
También ha contribuido de manera significativa a este crecimiento el

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 trabajadores, el proveedor, la sociedad y el capital.

Logifruit invirtió 42,40 millones en 2017 y obtuvo unos beneficios antes de impuestos de 5,06 millones de euros.

Los estados financieros consolidados de Logifruit están depositados en los registros legales pertinentes.

## EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS



112 MILLONES €

+12,3%

2016

+14,2%

2017

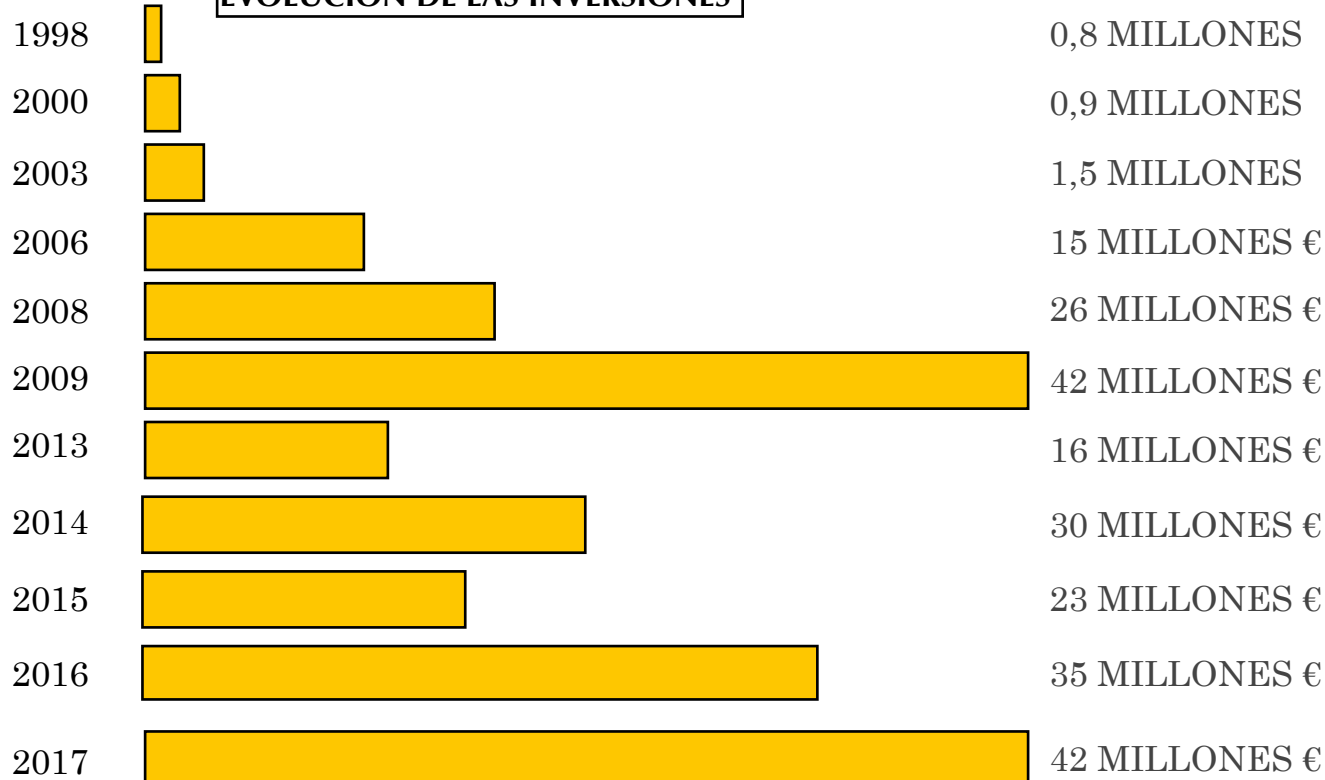




# 2017: NUEVO AÑO DE GRANDES INVERSIONES

Logifruit invirtió en el 2017 la cifra más alta en sus 21 años de historia, junto con la realizada en 2009, un 56,03 por ciento más que el 2016. La mayor parte de la inversión se destinó a envases, maquinaria, la nueva plataforma de Vitoria, prevención y formación

## EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES



42 MILLONES €

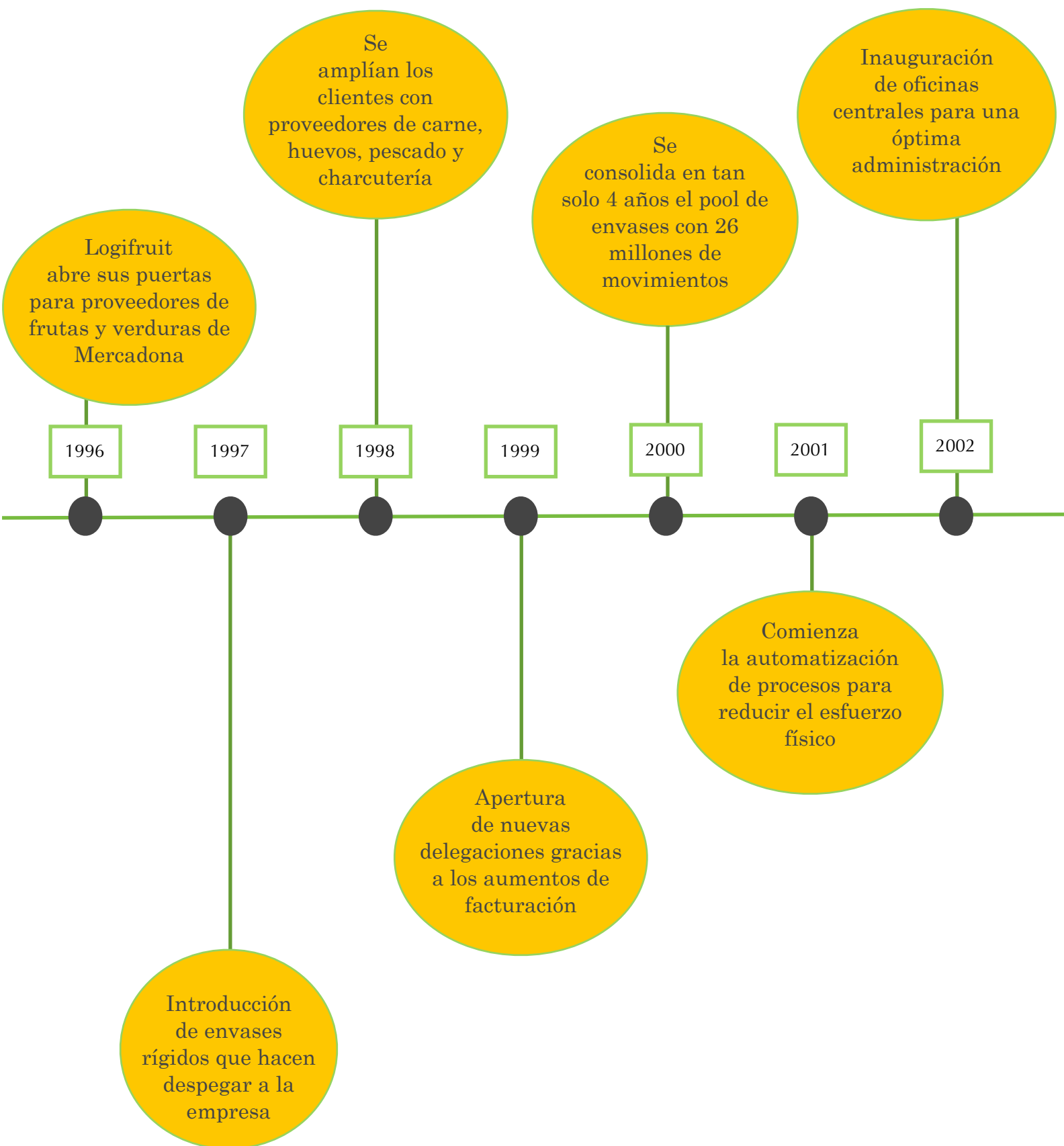
+56,03%

+18,39%

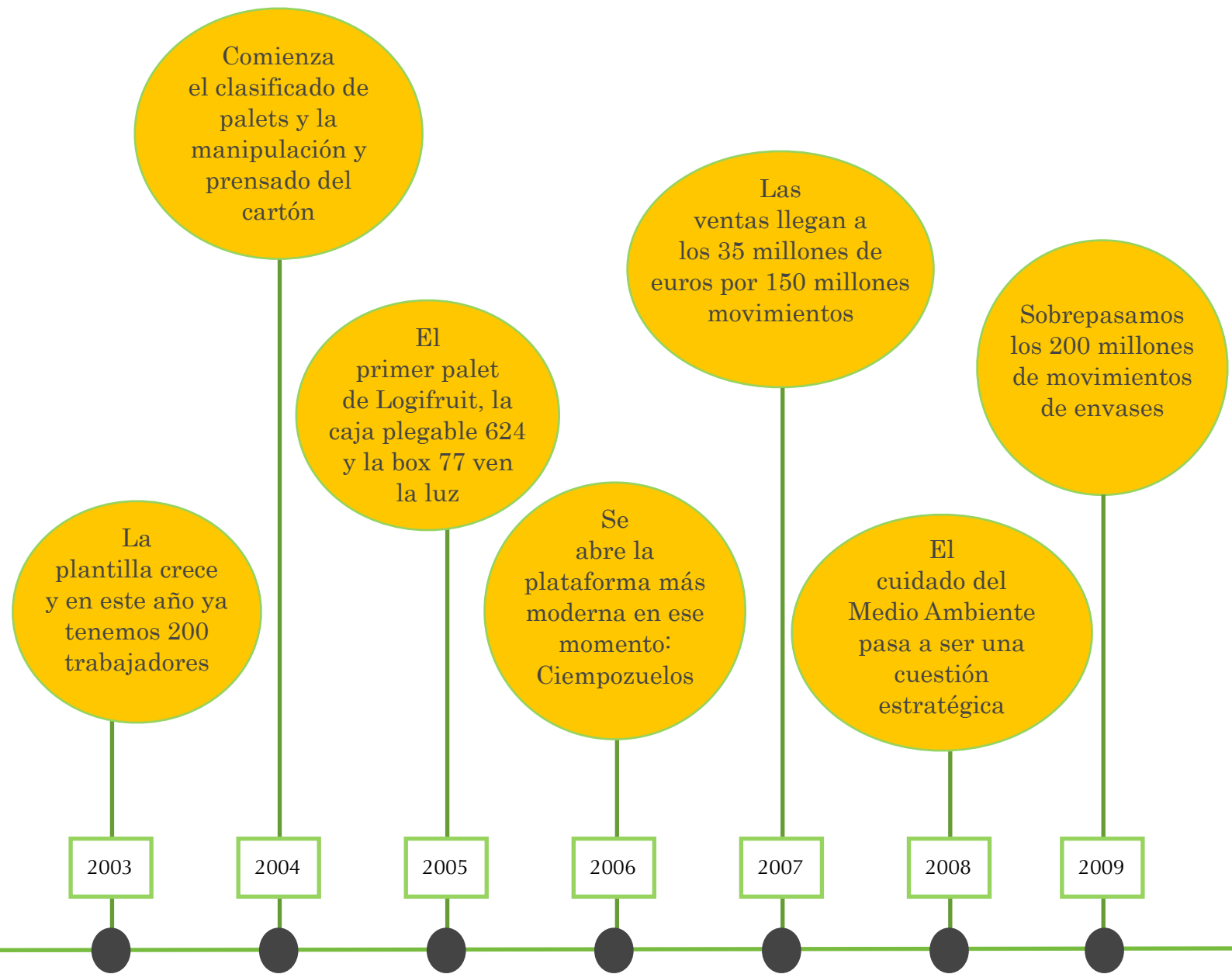
2016

2017

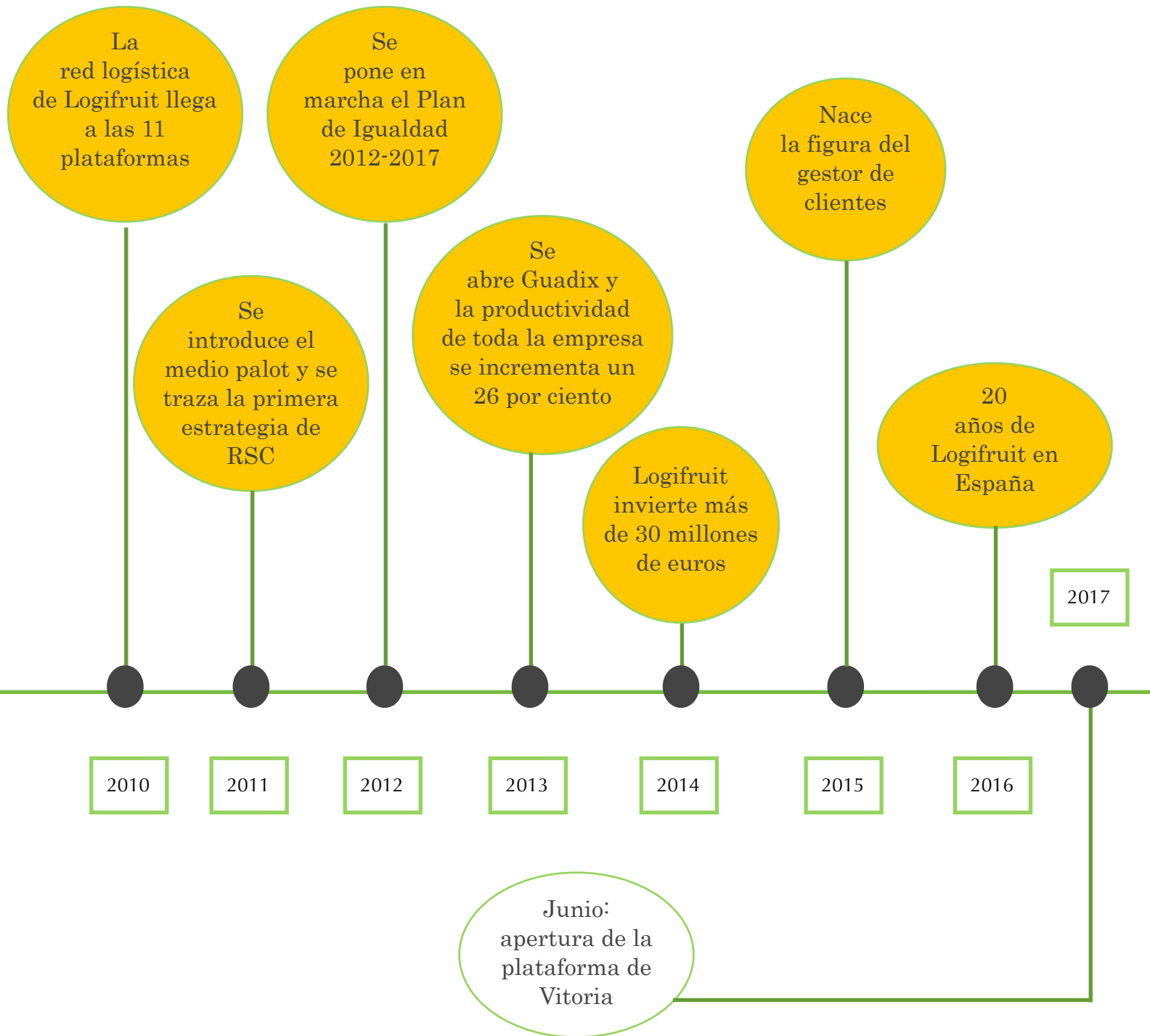
# HISTORIA DE LA EMPRESA



# HISTORIA DE LA EMPRESA



# HISTORIA DE LA EMPRESA



## MATERIALIDAD

G4-18

G4-21

# 1

## Identificación

En esta primera fase, detectamos a través de varias reuniones los aspectos que la empresa está en condiciones de reportar de una manera fiable y fidedigna a los cinco grupos de interés que tenemos reconocidos como los más importantes en los procesos de la compañía. Todos los aspectos son en la organización.

# 2

## Priorización

Los temas clave han sido elegidos por los directivos de la empresa en función del impacto en el negocio y en la relación con nuestros grupos de interés. A continuación, la alta dirección de la empresa repasa los contenidos para que estos reflejen con el mayor rigor posible la actividad de Logifruit.

# 3

## Validación

La alta Dirección realizó la validación definitiva y aprobó los contenidos seleccionados para ser incluidos en la Memoria de Sostenibilidad 2017 titulada “Logística Sostenible de Envases Reutilizables”

# 4

## Revisión

La Memoria ha sido revisada por nuestro principal grupo de interés y ha contado con asesoramiento externo para su realización. No dispone de verificación externa al no considerarlo fundamental para la veracidad de los datos.

### OBJETIVO

EL OBJETIVO DE ESTE REPORTE DE SOSTENIBILIDAD ES PONER A DISPOSICIÓN DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS INFORMACIÓN TRANSPARENTE ACERCA DE LA GESTIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LOGIFRUIT Y SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD QUE NOS RODEA

## ENFOQUES

Económicos

Medio  
Ambientales

Sociales

## ASPECTOS

DESEMPEÑO ECONÓMICO  
CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS

MATERIALES  
ENERGÍA  
AGUA  
BIODIVERSIDAD  
EMISIONES  
BIODIVERSIDAD  
EFLUENTES Y RESIDUOS  
PRODUCTOS Y SERVICIOS  
CUMPLIMIENTO REGULATORIO  
TRANSPORTE  
EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES  
MECANISMOS DE RECLAMACIÓN AMBIENTAL

EMPLEO  
RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN  
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO  
CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN  
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES  
IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES  
EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES  
MECANISMOS DE RECLAMACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS LABORALES  
NO DISCRIMINACIÓN  
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA  
COMUNIDADES LOCALES  
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES  
CUMPLIMIENTO REGULATORIO

### TEMAS RELEVANTES

Para Logifruit, los temas relevantes son aquellos que consideramos lo suficientemente importantes para reflejar los impactos económicos, sociales y medioambientales de la empresa y que influyen en las actuaciones de nuestros grupos de interés

# PERFIL Y PARÁMETROS DE LA MEMORIA

G4-28	G4-29	G4-30	G4-31	G4-32	G4-33
-------	-------	-------	-------	-------	-------

<b>NÚMERO</b>	<b>SEXTA MEMORIA ANUAL</b>
<b>PERÍODO</b>	<b>01/01/2017 al 31/12/2017</b>
<b>IMPACTOS</b>	<b>SOCIAL ECONÓMICO AMBIENTAL</b>
<b>DIRECTIVAS SEGUIDAS</b>	<b>G4 GLOBAL REPORTING INITIATIVE</b>
<b>NIVEL</b>	<b>DE CONFORMIDAD</b>

La información y los datos publicados en esta Memoria de Sostenibilidad corresponden a las actividades de Logifruit durante el 2016. En la presente memoria figuran algunos de los Contenidos Básicos de la Guía para la elaboración de las Memorias GRI.

Este séptimo informe de sostenibilidad de la compañía -el primero se publicó en 2012 y la última en agosto del 2017- se ha hecho siguiendo los indicadores del Global Reporting Initiative (GRI). La memoria es del nivel de CONFORMIDAD y no se ha sometido a verificación de terceros.

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](mailto: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 2017 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. 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 de Conformidad. 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 de Conformidad.

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 2017, no existía ningún miembro del órgano superior de gobierno de Logifruit que fuera independiente.

Los mecanismos en virtud de los cuales los trabajadores 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.

No ha existido ningún cambio significativo durante el período reportado.



# ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI G4

OPCIÓN DE CONFORMIDAD

CONTENIDO BÁSICOS GENERALES

ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

SIN VERIFICACIÓN EXTERNA

G4-1

PAG 03

DECLARACIÓN DEL RESPONSABLE PRINCIPAL

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

G4-3

PAG 07

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN

G4-4

PAG 07

MARCAS, PRODUCTOS Y SERVICIOS MÁS IMPORTANTES

G4-5

PAG 15

LUGAR DONDE SE ENCUENTRA LA SEDE CENTRAL

G4-6

PAG 13/15

PAÍSES EN LOS QUE OPERA LA ORGANIZACIÓN

G4-7

PAG 7

NATURALEZA DEL RÉGIMEN DE PROPIEDAD Y SU FORMA JURÍDICA

G4-8

PAG 13/15

MERCADOS A LOS QUE SIRVE LA COMPAÑÍA

G4-9

PAG 13/15/31

TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN

G4-10

PAG 31/32/34

NÚMERO DE EMPLEADOS POR CONTRATO LABORAL, REGIÓN Y SEXO

G4-11

PAG 25

PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIOS COLECTIVOS

G4-12

PAG 20

CADENA DE SUMINISTRO DE LA ORGANIZACIÓN

G4-13

PAG 57

CAMBIO SIGNIFICATIVO QUE HAYA TENIDO LUGAR DURANTE EL PERÍODO

G4-14

PAG 39

TRATAMIENTO DEL PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN

G4-15

PAG 44

INICIATIVAS EXTERNAS QUE LA ORGANIZACIÓN HA ADAPTADO O SUSCRITO

G4-16

PAG 43

LISTADO DE LAS ASOCIACIONES A LAS QUE LA ORGANIZACIÓN PERTENECE

# ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI G4

## ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA

G4-17	PAG 49	LISTA DE LAS ENTIDADES QUE FIGURAN EN LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS DE LA ORGANIZACIÓN.
G4-18	PAG 54	PROCESO QUE SE HA SEGUIDO PARA DETERMINAR EL CONTENIDO DE LA MEMORIA Y LA COBERTURA DE CADA ASPECTO.
G4-19	PAG 55	ASPECTOS MATERIALES QUE SE IDENTIFICARON DURANTE EL PROCESO DE DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA.
G4-20	PAG 55	COBERTURA DE CADA ASPECTO MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN.
G4-21	PAG 54	LÍMITE DE CADA ASPECTO MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN.
G4-22	PAG 57	CONSECUENCIAS DE LAS REEXPRESIONES DE LA INFORMACIÓN DE MEMORIAS ANTERIORES Y SUS CAUSAS.
G4-23	PAG 55	CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN EL ALCANCE Y LA COBERTURA DE CADA ASPECTO CON RESPECTO A MEMORIAS ANTERIORES.

## PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

G4-24	PAG 06	LISTA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS VINCULADOS A LA ORGANIZACIÓN.
G4-25	PAG 06	EN QUÉ SE BASA LA ELECCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS CON LOS QUE SE TRABAJA.
G4-26	PAG 06	ENFOQUE DE LA ORGANIZACIÓN SOBRE LA PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS.
G4-27	PAG 06	CUESTIONES Y PROBLEMAS CLAVE QUE HAN SURGIDO A RAÍZ DE LA PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS Y EVALUACIÓN HECHA POR LA ORGANIZACIÓN.

## PERFIL DE LA MEMORIA

G4-28	PAG 56	PERÍODO OBJETO DE LA MEMORIA
G4-29	PAG 56	FECHA DE LA ÚLTIMA MEMORIA
G4-30	PAG 56	CICLO DE PRESENTACIÓN DE MEMORIAS
G4-31	PAG 56	PUNTO DE CONTACTO PARA SOLVENTAR LAS DUDAS
G4-32	PAG 56	OPCIÓN DE CONFORMIDAD, ÍNDICE DE GRI Y REFERENCIA AL INFORME DE VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-33	PAG 56	EL PRESENTE INFORME NO SE SOMETIÓ A VERIFICACIÓN EXTERNA

# ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI G4

## GOBIERNO

G4-34

PAG 05

ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN

## ÉTICA E INTEGRIDAD

G4-56

PAG 09

VALORES, PRINCIPIOS, ESTÁNDARES Y NORMAS DE LA ORGANIZACIÓN

# CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS G4

## ASPECTOS MATERIALES

### INFORMACION SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES

## OMISIONES

## VERIF. EXT

#### CATEGORÍA: ECONÓMICA

#### INDICADOR

#### PÁGINA

#### DESEMPEÑO ECONÓMICO

G4-DMA

49

no existe

no existe

G4-EC1

49

no existe

no existe

#### CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS

G4-DMA

36,50

no existe

no existe

G4-EC7

36,50

no existe

no existe

#### CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE

#### INDICADOR

#### PÁGINA

#### MATERIALES

G4-DMA

42

no existe

no existe

G4-EN1

42

no existe

no existe

#### ENERGÍA

G4-DMA

42

no existe

no existe

G4-EN3

42

no existe

no existe

#### AGUA

G4-DMA

42

no existe

no existe

G4-EN8

42

no existe

no existe

#### EMISIONES

G4-DMA

42

no existe

no existe

G4-EN15

42

no existe

no existe

#### EFLUENTES Y RESIDUOS

G4-DMA

42

no existe

no existe

G4-EN23

42

no existe

no existe

#### PRODUCTOS Y SERVICIOS

G4-DMA

18,20

no existe

no existe

G4-EN28

18,20

no existe

no existe

# CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS G4

## CONTENIDO BÁSICOS ESPECÍFICOS

## OMISIONES

## VERIF. EXT

CATEGORÍA:  
DESEMPEÑO SOCIAL

INDICADOR

PÁGINA

SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO

CONTENIDO BÁSICOS ESPECÍFICOS	INDICADOR	PÁGINA	OMISIONES	VERIF. EXT
EMPLEO	G4-DMA	31,32,34	no existe	no existe
	G4-LA1	31,32,34	no existe	no existe
RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCION	G4-DMA	23	no existe	no existe
	G4-LA4	23	no existe	no existe
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	G4-DMA	25	no existe	no existe
	G4-LA5	El 100 % de los trabajadores tiene representación sindical. Más información en Pag.28	no existe	no existe
CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN	G4-DMA	27	no existe	no existe
	G4-LA10	27	no existe	no existe
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	G4-DMA	28	no existe	no existe
	G4-LA12	28	no existe	no existe
IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES	G4-DMA	31,32,34	no existe	no existe
	G4-LA13	31,32,34	no existe	no existe

# LOGÍSTICA SOSTENIBLE DE ENVASES REUTILIZABLES

ESTA MEMORIA SE  
ACABÓ DE REDACTAR EN  
MAYO DEL 2018

