

# La movilidad que transforma ciudades

# Índice



<b>01.</b>	<b>Carta CEO</b>	<b>1</b>
<b>02.</b>	<b>Nuestra organización</b>	<b>4</b>
<b>03.</b>	<b>Somos transparentes</b>	<b>10</b>
<b>04.</b>	<b>Retos &amp; riesgos: pasado, presente, futuro</b>	<b>13</b>
<b>05.</b>	<b>Nuestra estrategia de sostenibilidad</b>	<b>17</b>
<b>06.</b>	<b>Cultura empresarial</b>	<b>25</b>
<b>07.</b>	<b>Crecimiento económico sostenible</b>	<b>30</b>
<b>08.</b>	<b>Desarrollo social</b>	<b>37</b>
	<b>Pride &amp; Talent: equipo</b>	<b>38</b>
	<b>Nuestra app: ágora de usuarios y conductores</b>	<b>51</b>
	<b>Cabify Empresas</b>	<b>59</b>
	<b>Impacto social</b>	<b>60</b>
	<b>Sensibilización</b>	<b>61</b>
<b>09.</b>	<b>Impacto ambiental</b>	<b>62</b>
<b>10.</b>	<b>2020: Un futuro muy presente</b>	<b>67</b>

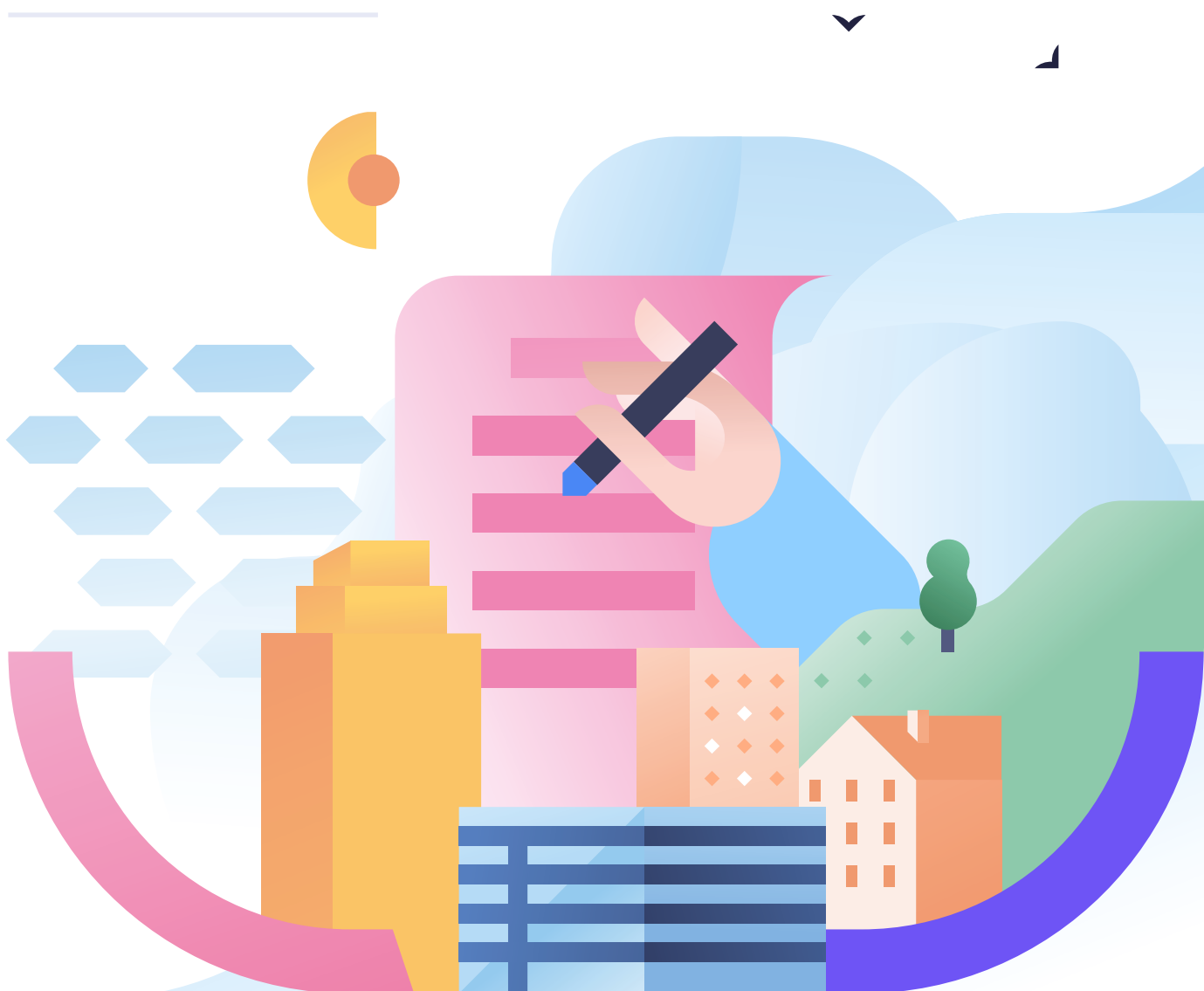
# 01.

# Carta CEO

2019, en palabras  
de Juan de Antonio

---

02



# 2019, en palabras de Juan de Antonio

## 02

**Nuestro proyecto es ya un modelo de negocio sólido no sólo en España sino también en Latinoamérica.**

---

¿Y si compartimos un vehículo, pagando sólo por el tiempo que lo utilizas? Cuando aún soñábamos Cabify nos hicimos muchas preguntas y surgieron distintas ideas, pero finalmente fue este interrogante el que dio sentido a nuestra compañía. Fuimos dibujando poco a poco este nuevo proyecto que buscaba ofrecer opciones de movilidad que transformaran las ciudades. Pensábamos, por ejemplo, en lo maravilloso que sería descongestionar el tráfico, tener más espacio en nuestras calles o respirar un aire más limpio.

Hoy, casi una década después, nuestro proyecto es ya un modelo de negocio sólido no sólo en España sino también en Latinoamérica. Y estamos orgullosos de contribuir a que las ciudades sean mejores lugares para vivir. Además, tenemos claro que esta misión conserva su vigencia. En la movilidad de las ciudades sigue primando el uso ineficiente de los recursos, con un alto porcentaje de desplazamientos urbanos realizados en vehículo particular. Desde enero de 2018, fuimos los primeros en nuestro sector y a nivel global en compensar todas nuestras emisiones. Ahora, trabajamos en reducirlas. El desarrollo de nuestra compañía pasa por seguir componiendo cada día una mejor solución.

Este 2019, los números han sido especialmente relevantes en Cabify. Para bien. Por primera vez desde que nacimos, conseguimos un resultado operativo global de 4 millones de dólares en el último trimestre. Significa lograr el mejor ejercicio de nuestra historia. Y ser pioneros como primera empresa de nuestro sector en conseguir rentabilidad.

Desde el principio hemos tenido claro que la única forma de consolidar el impacto positivo que nuestra actividad genera en las ciudades y en el resto del planeta, es asegurando su continuidad en el tiempo. Este resultado positivo –además, crecimos también en clientes– es la confirmación de que podremos escalarlo y hacerlo perdurar, reforzando nuestra independencia. Rentabilidad y sostenibilidad se cogen de la mano: creemos que hay mucho crecimiento por delante y vamos a equilibrarlo con un progreso sano y sostenible.

La sostenibilidad es el epicentro de nuestra visión. La gestionamos de forma transversal, implicando a todos los departamentos y equipos y abarcando toda nuestra actividad. Por ejemplo, vemos la I+D+i (investigación, desarrollo e innovación) como la forma de generar las capacidades y conocimiento necesarios para tomar decisiones hacia alternativas de movilidad más sostenibles y accesibles. Aquí también hemos conseguido diferenciarnos, alcanzando un año más una cifra por trabajos realizados que está muy por encima de la media nacional de inversión respecto al PIB.

Con el fin de unificar nuestros servicios y abrir el abanico de opciones de movilidad urbana, este año dimos pasos importantes en la creación de una plataforma multimodal. Con la migración de la app Easy Taxi a Cabify, tan compleja como apasionante, y la inclusión de este medio de transporte entre nuestros servicios en España, nuestros usuarios fueron los primeros en disfrutar de un servicio de taxi con estándares de calidad diferenciales. Por otra parte, también hemos sumado a MOVO, lo que permite acceder dentro de nuestra aplicación a vehículos de micromovilidad



## Todo el mundo forma parte de la movilidad urbana que proyectamos.

como motos y patinetes eléctricos para abordar distancias cortas. Y, gracias a la tecnología y a nuestra apuesta por una sociedad inclusiva, la app de Cabify es 100% accesible para personas ciegas en todos los países en los que operamos y nos hemos propuesto que nuestros servicios digitales superen cualquier barrera y lleguen a todas las personas sin importar sus capacidades, nivel cultural o edad.

Por delante tenemos muchísimos retos. Pero también muchísimas ganas de participar en su solución. Ante el auge de los servicios de transporte bajo demanda, los usuarios reclaman más control, seguridad y transparencia. La convivencia de alternativas de movilidad modernas y de opciones tradicionales necesita urgentemente apoyo y regulación para dar una respuesta a la altura de los desafíos sociales y ambientales que enfrentamos cada día.

En Cabify creemos en una regulación que, fomentando la existencia de más opciones de movilidad de una forma ordenada y pausada, garantice también el cumplimiento de unas condiciones mínimas de seguridad, el trabajo de calidad para los profesionales del transporte de personas y el respeto al medioambiente. Seguimos confiando en que favorecer un uso compartido y eficiente del transporte descongestionaría las ciudades y haría más habitable el espacio público. Y que la contaminación –el transporte es responsable de casi el 20% de las emisiones urbanas–, puede reducirse con propuestas más eficaces que rebajen los niveles de CO<sub>2</sub> y NOx y repercutan en una mejor calidad del aire.

Tenemos además la oportunidad de liderar a nivel global la regulación y desarrollo de plataformas tecnológicas bajo demanda o de impulsar en Europa la innovación y el emprendimiento en el sector de la movilidad. Y no queremos desaprovecharla. Por eso, desde 2018 nos adherimos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y nos alineamos con la Agenda 2030, renovando un año más nuestro compromiso con la iniciativa y sus Diez Principios, y estamos trabajando de la mano de la Unión Europea en el Green Deal y en todas aquellas iniciativas cuyo fin sea alcanzar la neutralidad en carbono antes de 2050.

Desde Cabify, entendemos que cada persona tiene su energía, cada barrio su esencia y cada ciudad su luz. Todo el mundo forma parte de la movilidad urbana que proyectamos. Formamos una comunidad de personas que cree que las ciudades pueden ser más brillantes. Mejores lugares para vivir y para convivir. Y queremos darle las gracias a todas ellas por estar construyendo diariamente un futuro más sostenible.



Juan de Antonio  
Fundador y CEO de Cabify

03



# 02.

# Nuestra organización

Nacimos en España, crecimos en Latinoamérica

---

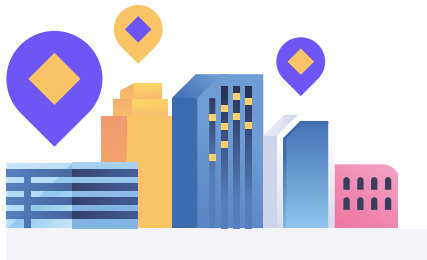
05



# Nacimos en España, crecimos en Latinoamérica

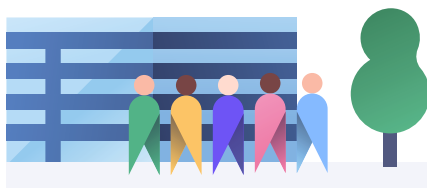
05

Madrid nos vio nacer en 2011 y, a los pocos meses, nuestra propuesta de movilidad sostenible recorría también grandes ciudades de América Latina. Aquí y allí, nuestra meta sigue siendo la misma: poner en contacto a usuarios particulares y empresas con las formas de transporte que mejor se adaptan a sus necesidades.



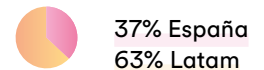
Tenemos presencia en:

**86** ciudades de **12** países



Equipo:

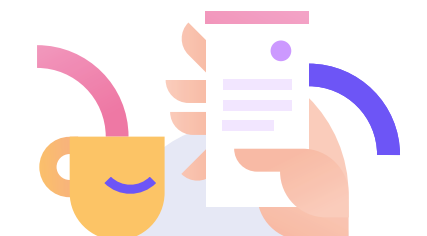
**1.089** empleados



Socios colaboradores (más de):

**19.000**  
conductores en España

**400.000**  
conductores en Latam



Usuarios activos:

**2** millones  
en España

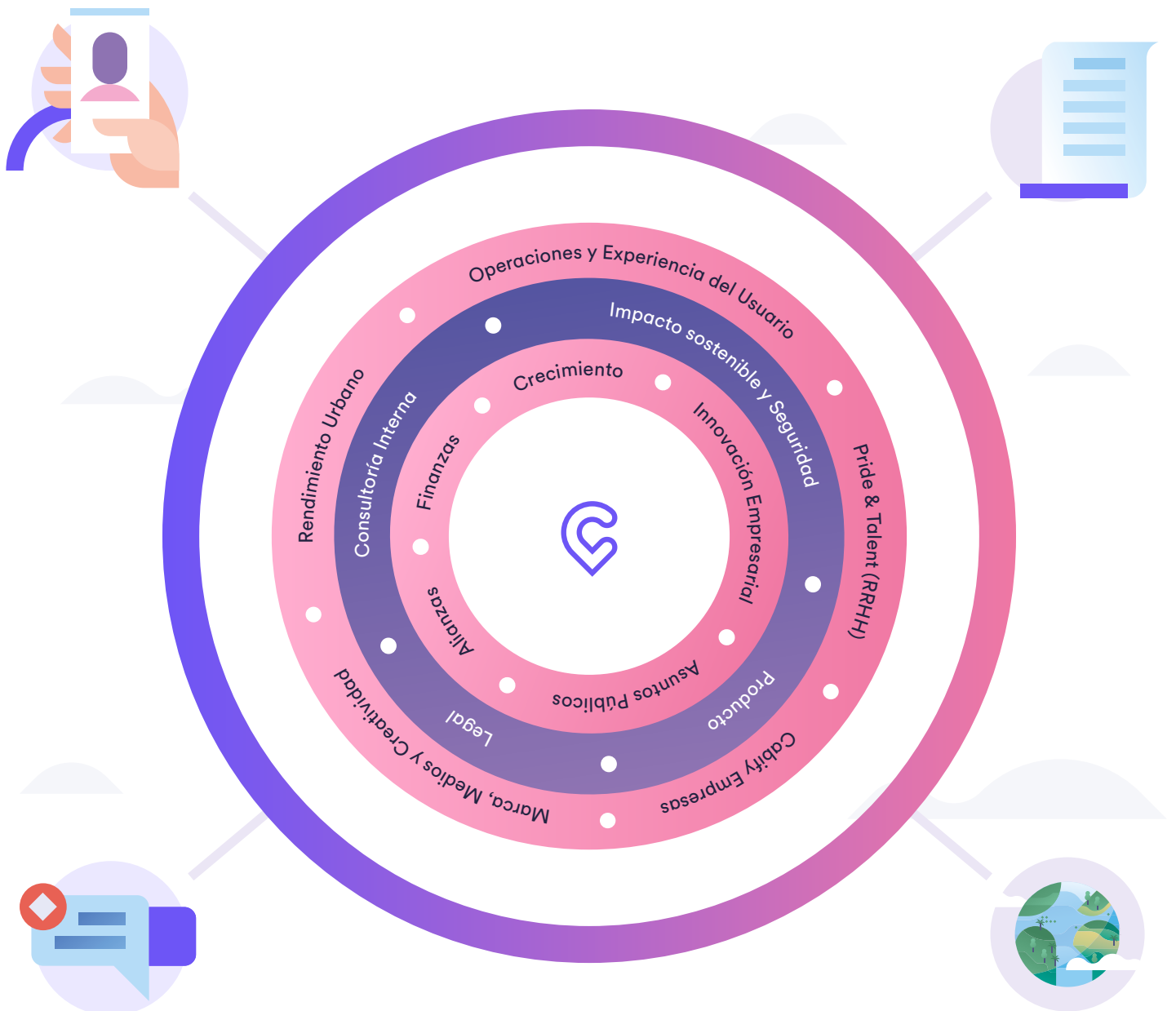
**4,5** millones  
en Latam

# Nuestra Estructura



- Áreas globales
- Áreas locales

El organigrama en España responde a las necesidades de nuestro servicio y operación en nuestro país (local) y en todos los países en los que operamos (global).





# Presencia en España y Portugal

07 

En España, operamos bajo el nombre de Maxi Mobility Spain SLU.

Nuestra sede corporativa se encuentra en la calle Pradillo, 42.



España (9)



Portugal (4)

Las 4 ciudades de operación: Porto, Madeira, Algarve, Lisboa

Las 9 ciudades de operación: Santander, Alicante, Barcelona, Murcia, Sevilla, La Coruña, Valencia, Madrid, Málaga.

En Portugal, operamos bajo la marca Cabify<sup>1</sup>.



1. En noviembre de 2019 salimos de Portugal.

Madeira

# Presencia en América Latina

08



Operamos bajo las marcas Cabify y Easy Taxi en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay.



Operamos bajo la marca Cabify en República Dominicana, Ecuador y Panamá.

México (11)

Panamá (1)

Ecuador (2)

Perú (5)

Chile (4)

Rep. Dominicana (1)

Colombia (6)

Brasil (47)

Uruguay (1)

Argentina (4)



**Argentina (4):** Buenos Aires, Mendoza, Córdoba, Rosario.

**Brasil (47):** Porto Velho, Aracaju, São José do Rio Preto, Belém, Navegantes, Belo Horizonte, Rio Branco, Brasília, Sorocaba, Campina Grande, Maringá, Campinas, Palmas, Campo Grande, Recife, Campos dos Goytacazes, Salvador, Caxias do Sul, São Luís, Cuiabá, Uberlândia, Curitiba, Manaus, Feira de Santana, Natal, Florianópolis, Niterói, Fortaleza, Porto Alegre,

Goiânia, Presidente Prudente, Itu, Ribeirão Preto, João Pessoa, Rio de Janeiro, Joinville, Santos, Juiz de Fora, São José dos Campos, Jundiaí, São Paulo, Londrina, Teresina, Macaé, Vitória, Macapá, Maceió.  
**Colombia (6):** Bucaramanga, Cartagena, Cali, Barranquilla, Bogotá, Medellín.  
**Chile (4):** Concepción, Santiago, Iquique, Valparaíso.  
**Ecuador (2):** Quito, Guayaquil.

**México (11):** Tijuana, Puebla, Monterrey, Guadalajara, Querétaro, León, Toluca, Mérida, México DF, Cancún, Aguascalientes.  
**Panamá (1):** Panama City.  
**República Dominicana (1):** Santo Domingo.  
**Perú (5):** Piura, Arequipa, Trujillo, Cuzco, Lima.  
**Uruguay (1):** Montevideo.

# Servicio: sectores y categorías



## España



### Sectores:

- Particulares
- Empresas privadas

## Latinoamérica



### Categorías:



**LITE**  
Categoría más económica.



**EXECUTIVE**  
Calidad premium, en vehículos de alta gama.



**KIDS**  
Vehículos de categoría Lite con silla para menores del grupo 1-2-3.



**MOVO**  
Servicio de alquiler de motos y patinetes eléctricos.



**GROUP**  
Vehículos con capacidad de hasta 8 personas.



**ACCESS TAXI**  
Adaptados para usuarios con movilidad reducida.



**TAXI**  
Regulado por los ayuntamientos correspondientes.



### Categorías:



**EXECUTIVE**  
Calidad premium, en vehículos de alta gama.



**LITE**  
Opción P2P<sup>2</sup> con servicio de mayor calidad que la categoría Economy.



**ECONOMY**  
Categoría más económica P2P, en algunos mercados como México incluye P2P y taxi.



**GROUP**  
Vehículos con capacidad de hasta 8 personas.



**TAXI**  
Regulado por la legislación que aplica en cada ciudad o país.



**MOVO**  
Servicio de alquiler de motos y patinetes eléctricos en Ciudad de México, Bogotá, Lima y Santiago de Chile.

2. Peer to Peer (P2P) se refiere a formas de movilidad compartida y colaborativa como el carsharing o carpooling.



# 03.

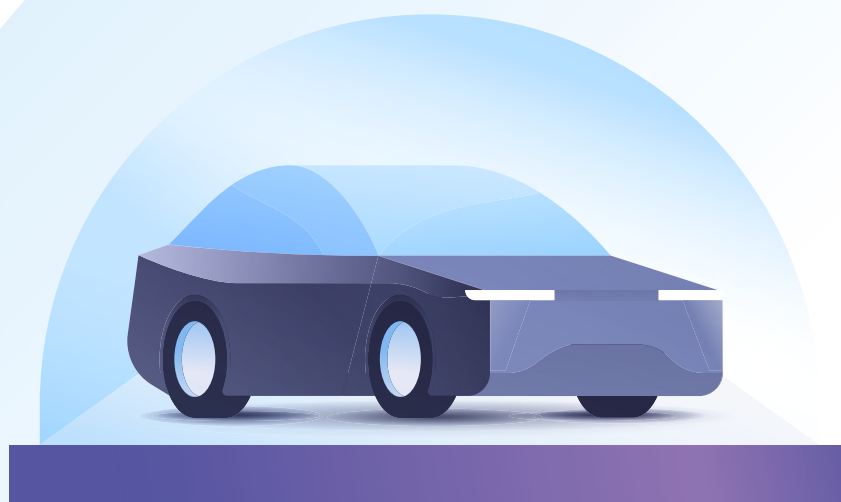
# Somos transparentes

¿Cómo trabajamos la transparencia? 11

---

Acerca de esta memoria: know how 12

---






# ¿Cómo trabajamos la transparencia?

11 

**Nuestras cuentas anuales son auditadas por EY y depositadas en el Registro Mercantil.**







**Publicamos anualmente nuestra Memoria de Sostenibilidad, reporte de información no financiera verificada por AENOR<sup>3</sup>.**

**La transparencia rige nuestra gestión y actividad:**

-  Tributamos en España y en cada uno de los países donde estamos presentes, declarando el 100% de nuestra actividad.
-  El precio cerrado de nuestros servicios es uno de nuestros valores diferenciales.
-  Facturamos cada viaje con sus impuestos y retenciones correspondientes.

**Fomentamos una comunicación transparente con todos nuestros grupos de interés y la sociedad en general.**

**Utilizamos diferentes herramientas, externas e internas, para identificar áreas de mejora en nuestra gestión y reforzar la relación con nuestros grupos de interés:**

-  eNPS y NPS<sup>4</sup> son encuestas de satisfacción periódicas con nuestros empleados y clientes.
-  Con Zendesk, procesamos las incidencias durante nuestros viajes.
-  Mystery Shopper permite a nuestros empleados evaluar el servicio a bordo.
-  Cada 6 meses, hacemos seguimiento del progreso de nuestra marca con Brand Tracking para orientar nuestros planes de actuación.
-  Medimos indicadores de sostenibilidad y realizamos un reporte mensual que nos ayuda a tomar decisiones.
-  Trimestralmente en Latinoamérica, reportamos a BID<sup>5</sup> Invest nuestros avances en indicadores ambientales y sociales.



3. El informe de verificación se puede consultar al final de esta Memoria.

4. NPS son las siglas en inglés de Net Promoter Score.

5. Banco Interamericano de Desarrollo.

# Acercas de esta memoria: know how

Hemos elaborado nuestra segunda Memoria de Sostenibilidad, teniendo en cuenta las tres dimensiones sobre las que buscamos generar impacto –económica, social y ambiental–, con las siguientes características:

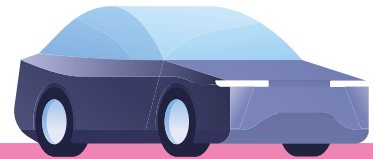
12

## ALCANCE DEL INFORME



España: información 2019 de la sociedad Maxi Mobility Spain SLU.

Latinoamérica: reporte de la operación de la región como mercado consolidado.



## INFORMES DE SOSTENIBILIDAD

Toda la información contenida está validada por el CEO y Fundador de Cabify.



## CUMPLIMIENTO DE ESTÁNDARES

Directrices de la Global Reporting Initiative (GRI)<sup>6</sup>.

Alineamiento con ODS y Agenda 2030 de la ONU.

Legislación vigente: Ley 11/2018, del 28 de diciembre<sup>7</sup>.



6. La información sobre estándares GRI se recoge a partir de la página 70 de esta memoria.

7. Por la que se modifica (i) el Código de Comercio, (ii) el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, del 2 de julio de 2010, y (iii) la Ley 22/2015, de 20 del julio de 2015, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

04.

# Retos & riesgos: pasado, presente, futuro

Distintos mercados,  
diversas realidades

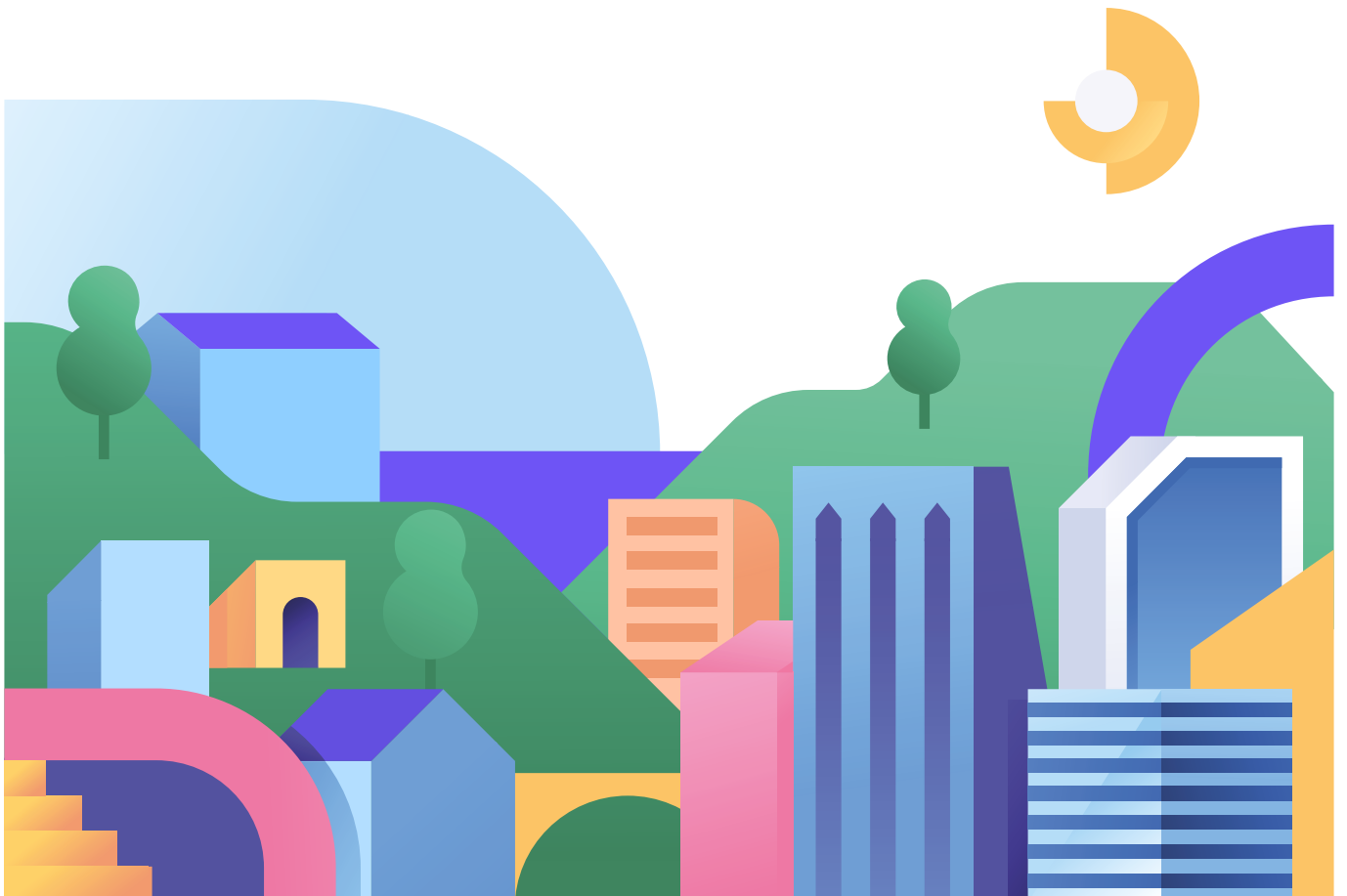
16



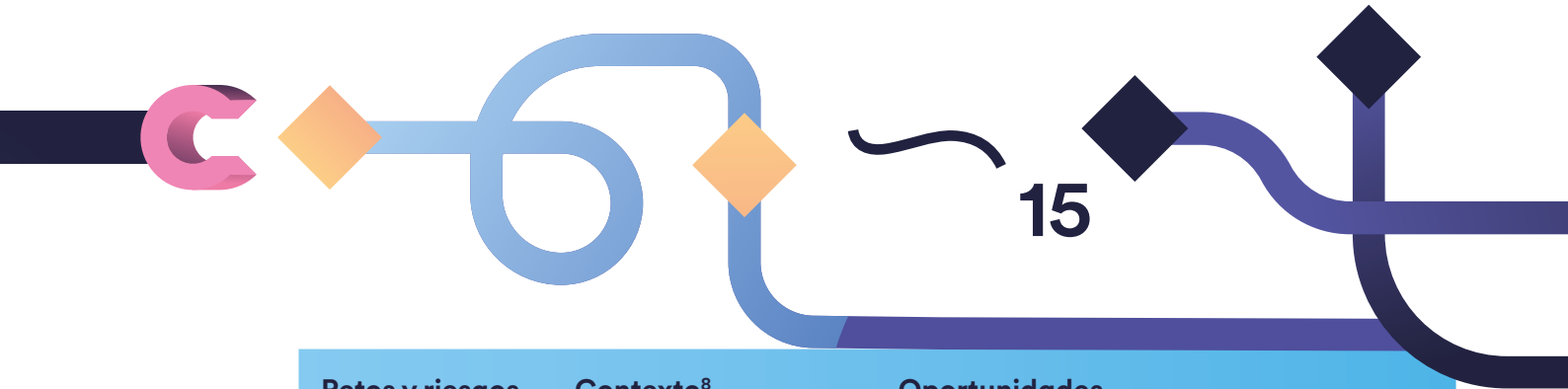
# 14



**Las ciudades, contexto de nuestra actividad, presentan actualmente numerosos desafíos que también marcarán el futuro. La desigualdad y exclusión social, la degradación ambiental o la inseguridad son algunos de ellos. Dicen que todo reto supone una oportunidad y la movilidad ha demostrado ser una palanca de transformación de esta realidad. En Cabify, nos encanta recoger el guante.**







Demográficos



Retos y riesgos	Contexto <sup>8</sup>	Oportunidades
<b>Superpoblación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En la actualidad, más del 50% de la población mundial reside en áreas urbanas.</li> <li>En 2050, 2/3 de la población mundial vivirá en las ciudades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuestro servicio proporciona a las personas una alternativa fácil de movilidad inclusiva y accesible.</li> <li>Las ciudades que mejor facilitan el movimiento de sus habitantes son consideradas las más habitables.</li> </ul>
<b>Desigualdad económica y brecha social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las desigualdades económicas y sociales aumentan con el crecimiento de las ciudades.</li> <li>Tendencia a que el empleo sea menos accesible y de menor calidad.</li> <li>La segregación de población según ingresos en distintas zonas de la ciudad genera más diferencias sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creamos empleo estable y de calidad y oportunidades de trabajo para muchas familias.</li> <li>Generamos trabajo orientado a colectivos en riesgo de exclusión laboral como parados de larga duración o los jóvenes, contribuyendo a una mejor distribución de la riqueza.</li> <li>Una mayor y mejor oferta de movilidad se traduce en una sociedad y gestión urbana más inclusiva y participativa.</li> <li>Innovación y desarrollo tecnológico, a favor de una mayor accesibilidad para cualquier colectivo y del progreso en el ámbito local.</li> </ul>

Medioambientales



<b>Urbanización y expansión urbana</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las ciudades crecen a un ritmo mayor que la población, generando mayor gasto en infraestructura, más tráfico y más contaminación.</li> <li>La expansión horizontal multiplica la distancia de los desplazamientos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La movilidad multimodal permite a los ciudadanos elegir mejores opciones para moverse libremente, satisfaciendo de forma optimizada sus diferentes necesidades de transporte –ocio, negocios y otros fines–.</li> <li>Las mejoras de nuestra app reducen los trayectos y los kilómetros que el conductor recorre sin pasajeros.</li> </ul>
<b>Degradación ambiental y altos niveles de contaminación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las ciudades representan, al menos, el 70% de las emisiones de carbono mundiales.</li> <li>El 78% de las emisiones de carbono en las ciudades se deben a actividades humanas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Somos neutros en carbono.</li> <li>Proporcionamos medios de transporte ecoeficientes y nos hemos propuesto tener una flota 100% eléctrica para 2025.</li> <li>Apostamos por la innovación tecnológica como la principal aliada de la eficiencia y sostenibilidad urbana.</li> </ul>

Políticos o sectoriales



<b>Regulación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La legislación no está adaptada a la nueva realidad y contexto de la movilidad.</li> <li>Tendencia a la estigmatización de nuevas alternativas de transporte.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajamos con los reguladores para que la legislación dé respuesta a las necesidades y exigencias actuales y futuras.</li> <li>La convivencia de nuevas formas de movilidad con formatos más tradicionales pasa por programas y políticas públicas que las respalden y regulen, y la voluntad de todos los actores.</li> <li>Operamos de manera plenamente legal en España, y fomentamos la regulación en países donde estamos presentes que carecen de ella.</li> </ul>
<b>Inseguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A mayor desigualdad económica y carencias, mayor inseguridad ciudadana y violencia.</li> <li>El crecimiento de las ciudades y la segregación de población conlleva un aumento de zonas, en centros urbanos y periferia, poco seguras.</li> <li>Los usuarios y conductores demandan más seguridad y transparencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La trazabilidad del servicio es la mejor garantía de seguridad.</li> <li>Todos los desplazamientos a través de la app tienen cobertura de seguros.</li> <li>Pensamos nuestra app para mejorar la seguridad de conductores y usuarios.</li> <li>Hacemos un uso ético de los datos y fortalecemos constantemente nuestros sistemas de seguridad e información.</li> </ul>
<b>Pago en efectivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La disposición de efectivo en los vehículos supone un mayor riesgo de incidencias para los conductores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Añadir opciones a nuestros servicios se traduce en una mayor accesibilidad a los mismos y en más oportunidades de trabajo.</li> <li>Minimizar las incidencias es prioritario de cara al desarrollo e implementación de nuevas medidas y utilidades de seguridad.</li> </ul>

8. Datos de Naciones Unidas e informes sectoriales.

# Distintos mercados, diversas realidades

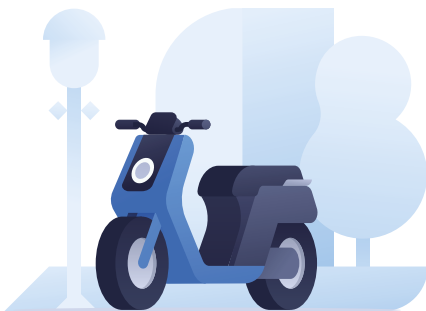
16



España, que fue pionera con su innovadora Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres (LOTT) en 1987, se enfrenta en la actualidad a un contexto regulatorio plagado de múltiples restricciones y lagunas que contrasta con otra realidad: la población española está más que preparada para abrazar alternativas de movilidad. Según una encuesta realizada por Sigma Dos en septiembre de 2018: el 92,3% de los españoles cree que contar con distintas alternativas de transporte es importante y el 89,5% piensa que eso hace posible que el usuario disponga de un mejor servicio.

La actividad de vehículos de alquiler con conductor (VTCs) se agravó ese mismo año, como consecuencia de una mayor asunción de competencias en esta materia por parte de las comunidades autónomas en detrimento del Ministerio de Fomento y la delimitación a 4 años de las autorizaciones VTC para realizar trayectos urbanos. La legislación posterior, mediante reglamentos y decretos ley, impuso restricciones adicionales: tiempos mínimos de precontratación, prohibición de geolocalización y el establecimiento de días de descanso obligatorios.

Nos entristece que ninguna de estas medidas haya contemplado las necesidades de los usuarios o las de los miles de conductores cuyos ingresos dependen de esta actividad. Entendemos la movilidad como un derecho de todos los ciudadanos y, además, sabemos que siguen demandando más y mejores alternativas de transporte.



La situación exige de la implicación y el compromiso conjunto de todos los actores de la movilidad urbana. Queremos sentarnos con las administraciones –a nivel nacional, autonómico y local– y defender la disminución del uso del vehículo particular: de forma gradual y ordenada, articulada entre el sector público y privado, y utilizando como vector central la red de transporte público. En Cabify tenemos mucho que decir. Y queremos aportar soluciones en la transición hacia una movilidad más sostenible y eficiente.

En Latinoamérica, terreno de algunas de las ciudades con mayor extensión del mundo y de fenómenos como la superpoblación, la realidad viene especialmente marcada por la inseguridad y exclusión social, una insuficiente red de transporte público y una enorme congestión de tráfico. Son factores que inciden, y mucho, en la calidad de vida de sus ciudadanos.

**La situación exige de la implicación y el compromiso conjunto de todos los actores de la movilidad urbana. Queremos sentarnos con las administraciones –a nivel nacional, autonómico y local– y defender la disminución del uso del vehículo particular.**

A través de la tecnología, y con nuestra misión –hacer de las ciudades mejores lugares para vivir– como premisa, nos hemos propuesto incidir de forma positiva en cada uno de estos tres factores. Llegar a más personas y abarcar nuevas zonas en estas grandes urbes supone siempre retos apasionantes, desafíos que alimentan nuestras ganas de seguir explorando soluciones y oportunidades.

En nuestra expansión desde el centro de las ciudades hacia la periferia y para vencer obstáculos relacionados con la seguridad de nuestros conductores, estamos integrando sistemas públicos de verificación de datos en nuestra app. Así, podremos asegurar la fiabilidad del pasajero a través de su historial –con datos de identificación, método de pago, origen y destino– y ofrecer al conductor más transparencia y poder de decisión antes de aceptar un trayecto.

# 05.

# Nuestra estrategia de sostenibilidad

Así entendemos la sostenibilidad	18
Plan Director de Sostenibilidad	22
El eje central de nuestra misión	23



# Así entendemos la sostenibilidad

18 

## 01.

Apoyándonos siempre en nuestros principios y valores para gestionar la empresa.

## 02.

Estableciendo relaciones justas y estables. Con accionistas, empleados, conductores, clientes, proveedores y todos aquellos agentes sociales con los que interactuamos.

## 03.

Minimizando el impacto negativo que nuestra actividad genera en la sociedad y en el entorno.

## 04.

Potenciando al máximo el desarrollo social y económico allí donde estamos presentes.

## Hacemos nuestra la Agenda 2030

Estamos alineados con la estrategia global de Naciones Unidas por un mundo más sostenible, queremos contribuir a ella y ser parte de la solución. Por eso, los 5 Objetivos de Desarrollo Sostenible en los que tenemos impacto, inspiran y refuerzan nuestro compromiso empresarial:



# Materialidad: lo que te importa, nos guía

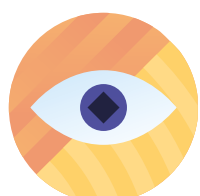


En 2019 realizamos nuestro primer análisis de materialidad, es decir, un estudio de los temas que más impacto tienen para nosotros y los que más importan a nuestros grupos de interés. Con sus conclusiones, hemos elaborado el Plan Director de Sostenibilidad Global y Local que nos guiará los próximos tres años.

## El análisis, paso a paso

### 01.

Identificamos los temas más importantes para nuestra sostenibilidad, consultando fuentes externas y entrevistando a los líderes de las principales áreas de negocio en Cabify. Después, los asociamos y categorizamos.



## 02.

Consultamos a los grupos de interés mediante encuestas anónimas, que diversificamos por grupo y país para poder reconocer y analizar los resultados de forma acotada y global. Obtuvimos 32.066 respuestas.



## 03.

Clasificamos la importancia de los temas de sostenibilidad en base a la opinión de los grupos:

- **Relevancia:** consideran los temas influyentes en su decisión de usar la aplicación o trabajar en Cabify (empleados, usuarios, empresas y conductores).
- **Impacto:** estiman que pueden tener un efecto –regulaciones, inversión, reputación, riesgos– sobre nuestra operación (directivos, asociaciones, inversores y analistas, estándares de reporte, ODS...).

20 ~~~~~



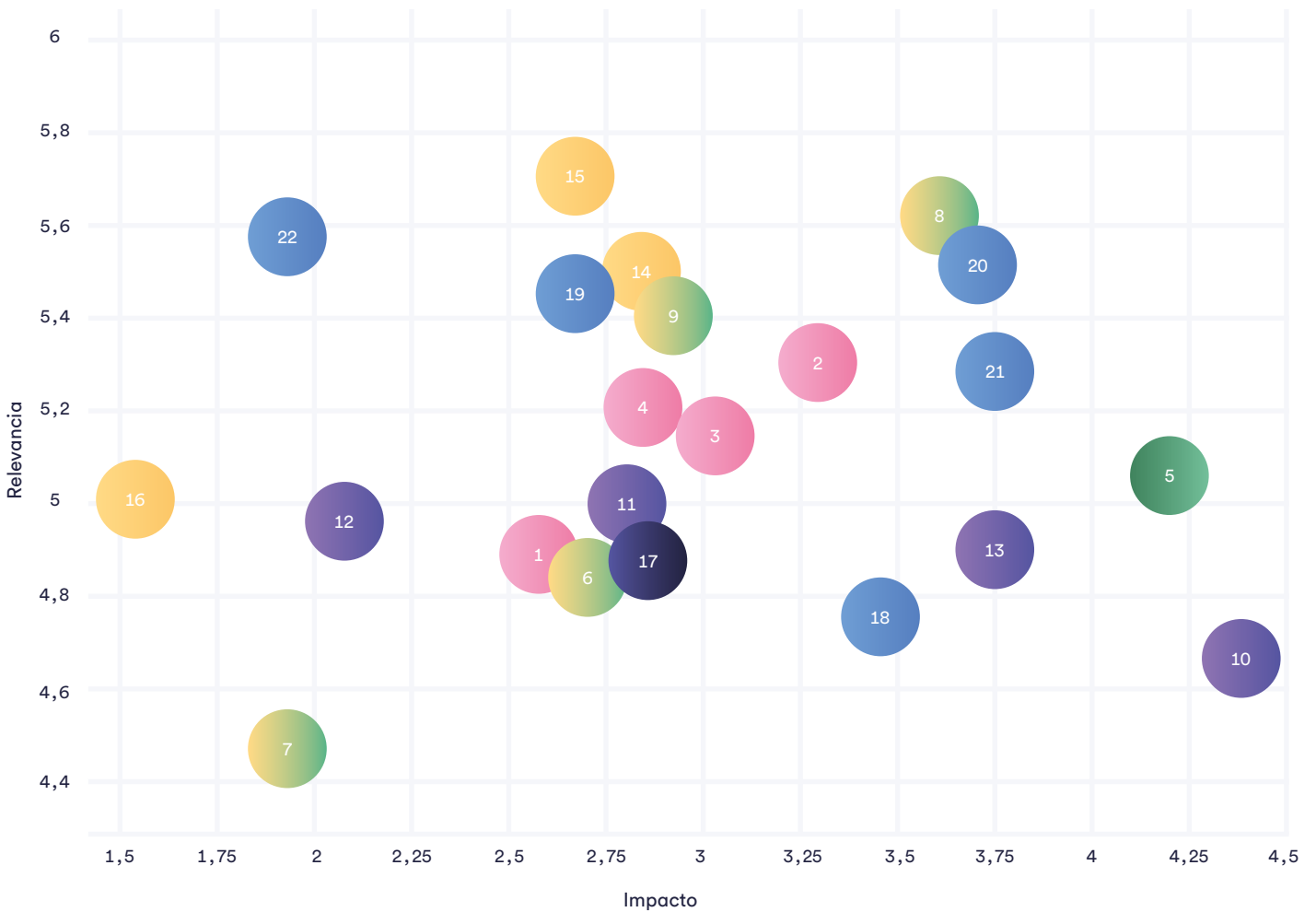
# 04.

# 21

Asociamos toda la información según su relevancia e impacto para obtener nuestra Matriz de Materialidad.

### Los temas más relevantes para nuestra sostenibilidad

- 1. Lucha contra el fraude y corrupción
- 2. Capacidad de ser buen empleador
- 3. Ofrecer un espacio seguro de trabajo
- 4. MaaS (movilidad como servicio)
- 5. Salud y seguridad de usuarios y conductores
- 6. Estándares éticos de comportamiento



- Desarrollo urbano**
  - 1. Impacto urbano
  - 2. MaaS
  - 3. Crecimiento sostenible
  - 4. Equidad en el transporte

- Medioambiente**
  - 5. Emisiones e impacto ambiental
  - 6. Inversión en infraestructuras bajas en carbono

- Ética y cumplimiento normativo**
  - 7. Comportamiento anti-competitivo
  - 8. Lucha contra el fraude y la corrupción
  - 9. Estándares éticos

- Gobernanza**
  - 10. Composición del órgano de administración
  - 11. Modelo de negocio y estructura
  - 12. Fusiones y adquisiciones
  - 13. Relacionamiento y escucha con los grupos de interés

- Seguridad & Protección**
  - 14. Salud y seguridad de usuarios
  - 15. Privacidad del cliente
  - 16. Marketing y marca

- Cadena de suministro**
  - 17. Cadena de suministro y relación ética con la misma

- Condiciones laborales y gestión de talento**
  - 18. Igualdad de oportunidades y diversidad
  - 19. Vida laboral
  - 20. Salud y seguridad
  - 21. Derechos humanos
  - 22. Formación y educación

# Plan Director de Sostenibilidad



Nuestra hoja de ruta para los próximos tres años se traduce en cinco líneas de acción y compromisos específicos. Para asegurarnos de que cada paso que damos va en la dirección correcta, medimos nuestras acciones a través de indicadores KPI y de otras herramientas.

Líneas de acción					
	Ética y Gobernanza	Diversidad e inclusión	Innovación y seguridad	Respeto al ambiente	Emprendimiento y creación de valor
<b>Compromiso Cabify</b>	Ser una organización ética, transparente y con una visión estratégica y transversal de la sostenibilidad. Lograr una comunidad donde impera el comportamiento ético.	Empresa inclusiva que cuenta con la representación de todos los colectivos. Reducir la brecha de género en el sector y ser líderes en términos de inclusión.	Ser uno de los mejores sitios para trabajar –con empleados altamente satisfechos, espacios seguros y saludables– y la aplicación más segura para drivers y riders.	Compensar nuestra huella de CO <sub>2</sub> . Todas las decisiones de la organización buscan minimizar el impacto ambiental que causamos.	Ser un espacio de desarrollo de talento y emprendimiento. Tener un papel activo en las ciudades donde operamos apoyando el desarrollo social.
<b>Indicadores KPI</b>	% de casos relacionados con prácticas no alineadas con nuestros códigos de conducta y políticas internas de comportamiento	Índice de inclusión (colaboradores que pertenecen a un colectivo vulnerable)	% de bajas y accidentes laborales	Índice de emisiones de CO <sub>2</sub> generado por empleado (agua, energía y residuos)	Horas de formación y capacitación promedio por empleado
	% de viajes donde se han identificado malas prácticas de conducta por parte de los usuarios	% de mujeres conductoras	% de viajes donde se haya producido algún incidente vial o relacionado con la seguridad	CO <sub>2</sub> emitido por kilómetro recorrido en viaje	Inversión en proyectos sociales
<b>Herramientas de medición y seguimiento</b>	Balance score card: medimos periódicamente el progreso de nuestro impacto en cada país y lo compartimos con el resto de áreas.				
	Reporte mensual de indicadores de sostenibilidad: nos permite tomar decisiones en base a su información, vinculada a nuestro negocio.				
	Reuniones periódicas con nuestro órgano de gobierno y las diferentes áreas para revisar la estrategia de sostenibilidad y potenciar su transversalidad.				









# El eje central de nuestra misión

23

Tenemos una visión transversal de la sostenibilidad. La concebimos como algo que engloba toda nuestra visión y estructura de negocio y que requiere del esfuerzo y la implicación de todos: equipo y colaboradores.



## Diferentes departamentos, todos a una:

- 
**Impacto Sostenible y Seguridad:** lidera la visión de sostenibilidad y establece las prioridades para que nuestro impacto sea sostenible.
- 
**Pride & Talent (Recursos Humanos):** entre sus objetivos está que nuestros empleados sean agentes de cambio, tengan un perfil transformador y estén alineados con nuestra estrategia de sostenibilidad.
- 
**Operaciones y Experiencia del Usuario:** garantiza que nuestra flota de vehículos cumpla los requisitos de calidad y emisiones definidas, y que los conductores cuenten con el soporte necesario para ofrecer un servicio y trato que contribuya a la sostenibilidad social.
- 
**Producto:** trabaja para que nuestra app y la tecnología que utilizamos refleje el impacto positivo que queremos tener en las ciudades.
- 
**Crecimiento:** afianza la sostenibilidad económica de los conductores con el objetivo de que, como miembros de una familia y grupo social, tengan sus necesidades cubiertas.
- 
**Cabify Empresas:** cuida la relación con nuestros clientes corporativos, que valoran nuestro compromiso medioambiental, económico y social y expanden el impacto positivo como agentes de cambio.



# Cabify Way: una cuestión de concepto



Cada persona que forma parte de Cabify, desde su contribución individual o en equipo, tiene un efecto en la sostenibilidad. En 2019 creamos Cabify Way para definir mejor el camino a seguir por empleados y colaboradores a la hora de impactar en el entorno y en nuestro desarrollo como compañía. El esfuerzo de todos, coordinado y orientado a objetivos claros y medibles mediante la metodología OKR (objetivos y resultados clave, por sus siglas en inglés), nos permite construir una empresa de éxito y a la vez sostenible en términos económicos, sociales y ambientales. Y lo más importante, cumplir con nuestra misión.



# 06.

# Cultura empresarial

Un mismo latido  
y cometido

26



# Un mismo latido y cometido

26 

Tenemos una forma de pensar, de sentir y de actuar que nos identifica y diferencia. Detrás de nuestra estructura de negocio hay un latido común que le da vida: la cultura empresarial. Compartir un cometido, pautas de comportamiento, principios y valores éticos no sólo nos compromete sino que nos hace ser lo que somos.

## Misión, propósito y visión

 Misión

... **Hacer de las ciudades mejores lugares para vivir.**

Lograr ciudades más habitables proporcionando una alternativa segura, fiable y eficiente al vehículo privado. Extender el impacto positivo de la tecnología más allá de la movilidad haciendo uso de la recurrencia, el análisis y la innovación.

 Propósito

... Conectar a la gente con el ritmo de las ciudades.

 Visión

... La tecnología debe tener un efecto transformador positivo en nuestras ciudades.



## ¿Qué hacemos?

**Movilidad como servicio (MaaS):**

ofrecemos alternativas de movilidad para conectar a particulares y empresas con el medio de transporte que mejor se adapte a sus necesidades.

### Modelo de negocio sostenible:



Crecimiento económico sostenible



Desarrollo social



Desarrollo ambiental

# ¿Cómo lo hacemos?



## Nuestros principios

01.



### Mejoramos nuestras ciudades

Nos inspiran, para crear un impacto positivo en ellas y en sus habitantes.

02.



### Producimos impacto

Buscamos mejorar y que nuestras acciones tengan un valor añadido.

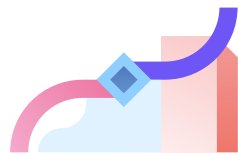
03.



### Innovamos e impulsamos el cambio

Nos adaptamos a la realidad cambiante y generamos nuevas oportunidades para evolucionar de forma constante.

04.



### Confiamos, comunicamos, desarrollamos

Compartimos conocimientos, aprendemos de los demás y confiamos en el talento, siendo transparentes.

05.



### Actuamos como copropietarios

Estamos orgullosos de lo que hemos creado y trabajamos duro, pensando a largo plazo, para buscar la excelencia.

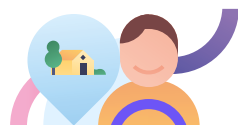
06.



### Analizamos y simplificamos

Vamos a la raíz de los problemas, nos respaldamos en datos y testamos hipótesis para solucionarlos.

07.



### Contribuimos y nos comprometemos

Somos ágiles tomando decisiones y cuando las tomamos vamos todos a una.

08.



### Somos humildes

Aprendemos de los errores, somos constructivos ante la adversidad y empáticos con los demás.

# ¿Cómo lo hacemos?

28

## Cultura ética

01.



### Código de Conducta

Establece las normas que deben regir el comportamiento y actuación entre nuestro equipo y en nuestra relación con terceros.

02.



### Comité Ético

Órgano interno dedicado a velar por el cumplimiento del comportamiento ético. Sus miembros –un mínimo de cuatro y un máximo de cinco– son perfiles de las áreas Pride & Talent (Recursos Humanos), Legal, Finanzas, Impacto Sostenible y Seguridad.

03.



### Canal Ético

Herramienta de comunicación confidencial, anónima y transparente a través de la cual recibimos denuncias internas para ser una mejor organización.

04.



### Tolerancia cero al acoso

Mantenemos un entorno de respeto, seguro, y libre de acoso y discriminación por cualquier razón en las comunidades donde tenemos presencia e involucrando a todos nuestros actores.

05.

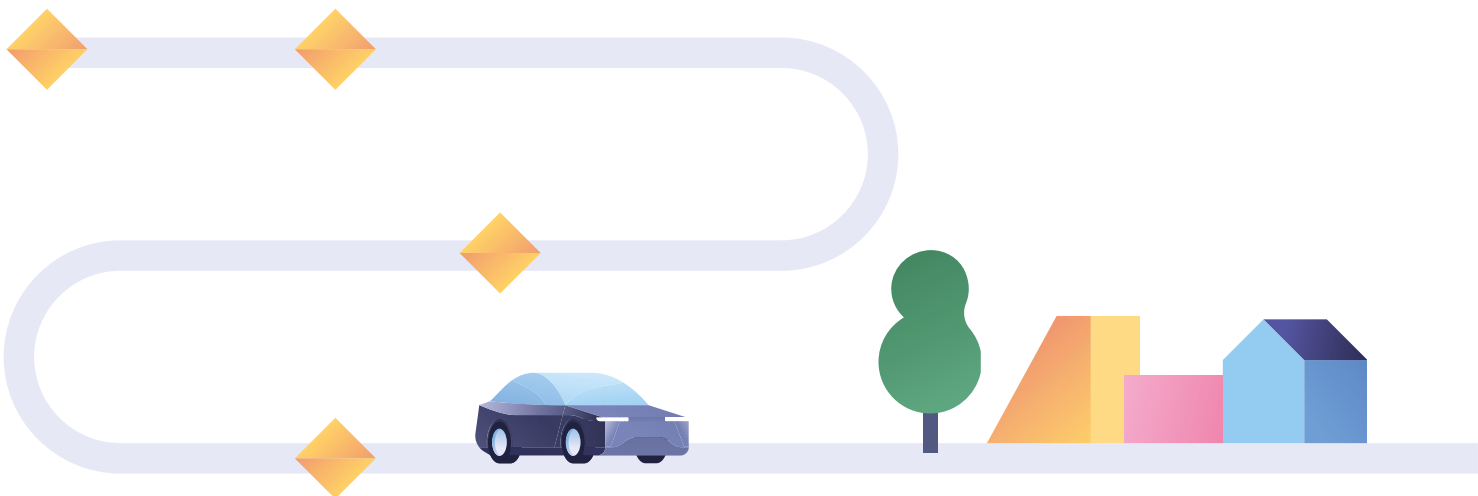


### Principios éticos

Con el objetivo de lograr comunidades más éticas y sostenibles, en 2019 hemos estado trabajando en una guía de criterios de comportamiento que englobe a toda la colectividad Cabify –empleados, socios conductores y usuarios– y que lanzaremos en 2020.

## Políticas corporativas

-  **Anticorrupción<sup>9</sup>**  
 Apela a la responsabilidad de todos nuestros empleados, guiando el comportamiento y las medidas que debemos tomar en caso de situaciones de soborno o corrupción.
-  **Medioambiente, seguridad y salud laboral**  
 Refleja nuestro compromiso con el cumplimiento de la ley, normas y directrices de la Corporación Financiera Internacional (IFC) en el ámbito de la sostenibilidad ambiental y social.
-  **Uso de cuentas personales y corporativas**
-  **Diversidad, igualdad y respeto**  
 Busca el desarrollo de relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades, la no discriminación, el respeto a la diversidad y la tolerancia cero al acoso, para asegurar los derechos humanos fundamentales de nuestros empleados.
-  **Antifraude**  
 Marco de referencia para evitar y combatir el fraude, basado en principios y responsabilidades para su prevención, detección, investigación y respuesta.
-  **Stock Options**
-  **Expatriados**
-  **Seguridad de equipos móviles**
-  **Conflicto de intereses**
-  **Movilidad interna**
-  **Revisión salarial y promoción**
-  **Seguridad de datos y sistemas**
-  **Viajes**



9. En 2019 no hemos desarrollado medidas específicas contra el blanqueo de capitales.

En 2019 no nos consta ningún caso de corrupción, y tampoco hemos registrado acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal o las prácticas monopolísticas.

# 07.

## Crecimiento económico sostenible

Liderando el camino hacia la rentabilidad

31

Crecer de forma sostenible también es esto

36





**Podemos crecer económicamente obteniendo rentabilidad, y además, ser sostenibles. Beneficiando a las comunidades, cuidando de los recursos para futuras generaciones, usando la tecnología e innovación para crear soluciones sostenibles que generen riqueza, empleo y huella positiva en las ciudades. Es la única manera en la que queremos crecer.**

# Liderando el camino hacia la rentabilidad

31 



En el último trimestre de 2019 alcanzamos la rentabilidad presentando a nivel consolidado un ebitda<sup>10</sup> positivo de 4 millones de dólares; es decir, nuestros números estaban por primera vez en positivo. Además, nuestro ingreso neto se situó un 12% por encima del ejercicio anterior.

**Somos la primera compañía de movilidad que ha demostrado que la sostenibilidad económica es posible.**

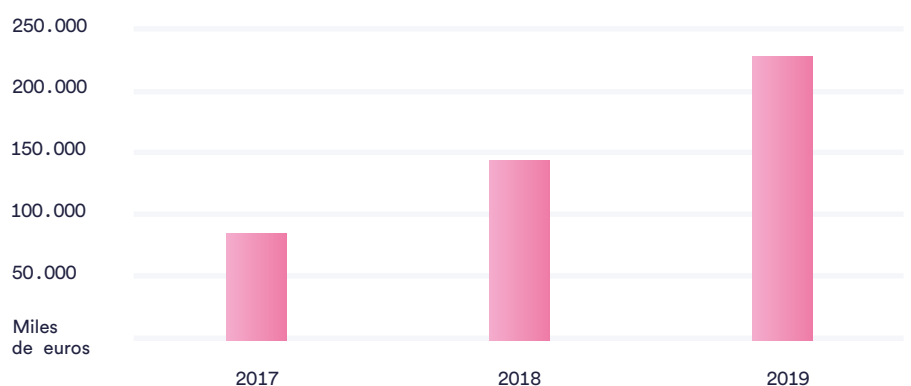
## Valor económico generado

**Hemos conseguido aumentar nuestro negocio en España un 54% con respecto a 2018 e incrementado un 54% el número de trayectos. También contamos con un 35% más de pasajeros.**

10. Beneficio bruto de explotación calculado antes de deducir los gastos financieros (ebitda por sus siglas en inglés: *earnings before interest, tax, depreciation and amortization*).

11. Datos de MMS & Negocio Ride Hailing.

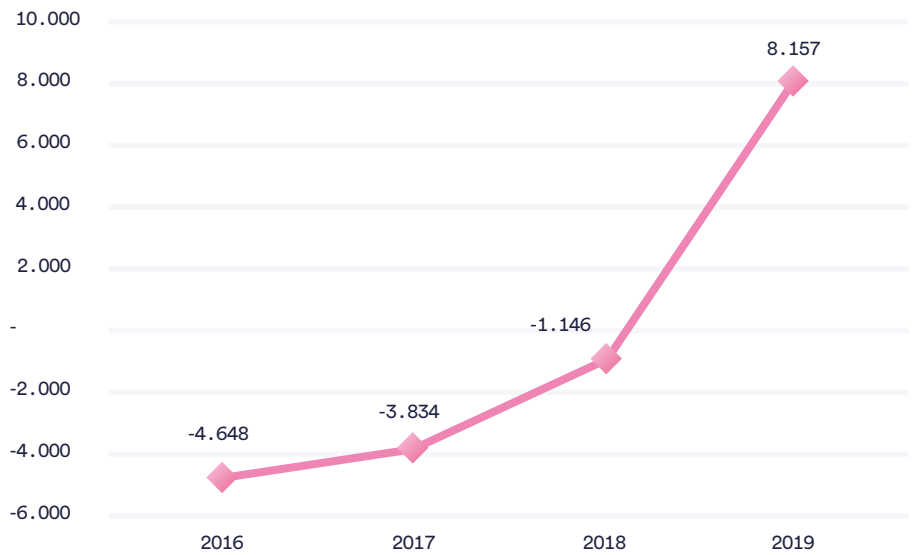
### Importe neto de la cifra de negocios en España<sup>11</sup>



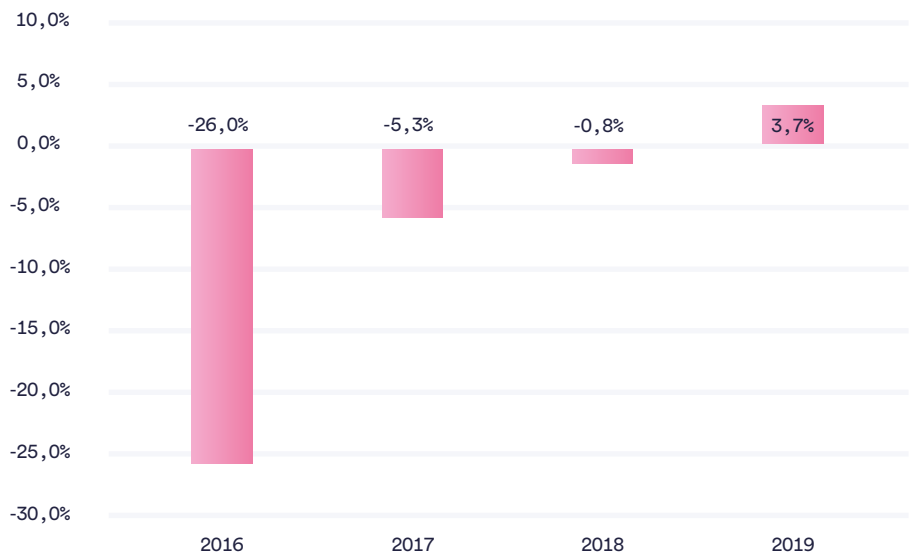
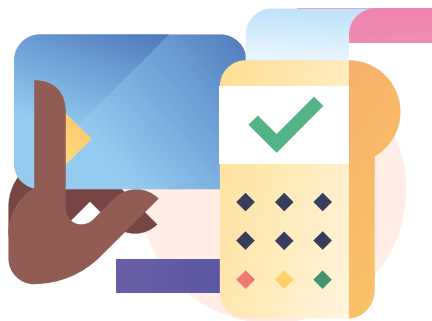
32

**Resultado de explotación +  
Amortización de inmovilizado**

**Resultado bruto de explotación<sup>12</sup>**



**Resultado bruto de explotación vs. INCN<sup>13</sup>**



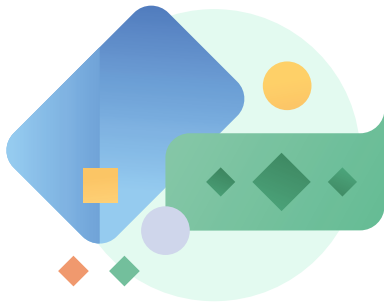
12. Datos de MMS & Negocio Ride Hailing.

13. Datos de MMS & Negocio Ride Hailing. INCN son las siglas de Importe Neto de la Cifra de Negocios.

## Valor económico distribuido

33

## Tributos pagados



En 2019, nuestra contribución fiscal directa en España<sup>14</sup> aumentó un 60% respecto al ejercicio anterior, rozando los 13 millones de euros. Además, hemos consolidado nuestra contribución neta en el IVA duplicando el volumen de recaudación, y generado por primera vez una base imponible positiva en el Impuesto sobre Sociedades de 2,7 millones de euros<sup>15</sup>.

La entidad Maxi Mobility Spain, a través de la que operamos, generó una cuota a pagar en su Impuesto sobre Sociedades individual de 209 mil euros.

## Tributos pagados en España

	2016	2017	2018	2019
IRPF y SS	4.421.839,00 €	4.257.763,00 €	5.941.814,00 €	8.319.155,78 €
IVA a pagar	— €	59.416,00 €	2.078.048,00 €	4.268.305,50 €
IS	— €	— €	— €	209.165,61 €
<b>Total ingresos fiscales</b>	<b>4.423.855,00 €</b>	<b>4.319.196,00 €</b>	<b>8.021.880,00 €</b>	<b>12.798.645,89 €</b>

## Tributos pagados en Latinoamérica<sup>16</sup>

	2019
IRPF y Seguros Sociales	5.810.366,55 €
Impuestos indirectos (IVA, Retenciones)	3.601.458,39 €
Impuestos directos (WHT, ISR)	3.122.066,58 €
Impuestos locales	2.237.863,37 €
<b>Total ingresos fiscales</b>	<b>14.771.754,89 €</b>

14. Considera los impuestos propios y los recaudados en nombre de terceros e incluye el negocio de intermediación generado por la entidad legal Maxi Mobility Spain y sus filiales Prestige y Miurchi.

15. Antes de compensación de pérdidas fiscales de ejercicios anteriores.

16. Detalla los impuestos pagados en las distintas jurisdicciones atendiendo a su naturaleza.

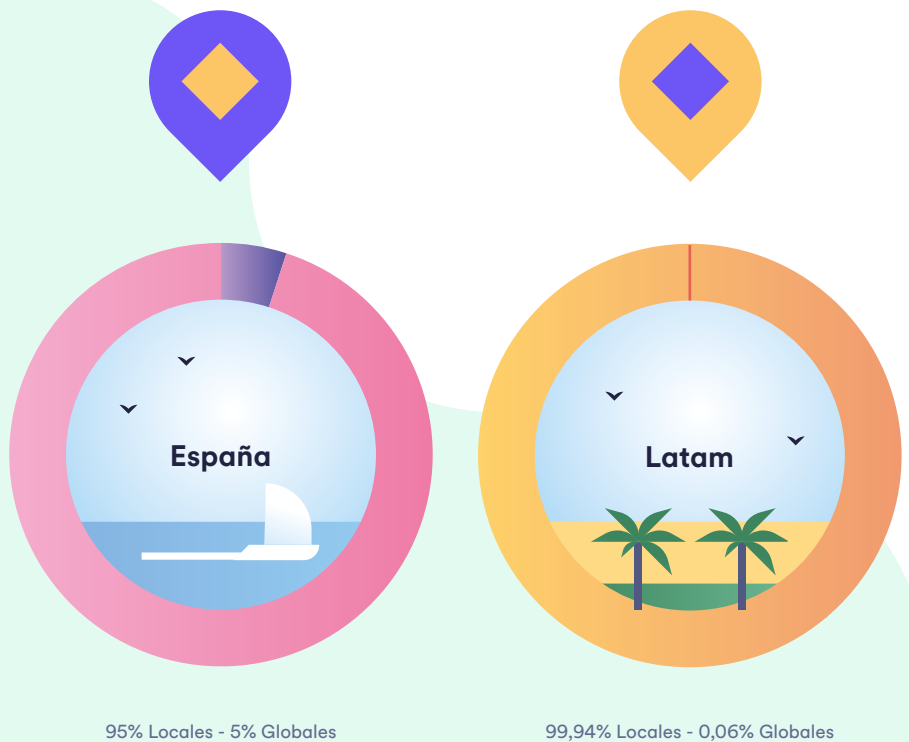
## Total ingresos fiscales en España y Latinoamérica



34

En Cabify, somos totalmente independientes. Realizamos nuestra actividad sin hacer contribuciones a partidos políticos o representantes de la política.

## Proporción de gasto en proveedores locales<sup>17</sup>



17. Para España, datos de MMS & Negocio Ride Hailing.

18. No hemos recibido ninguna denuncia por vulneración de derechos humanos en España ni en ningún otro mercado durante el periodo.

En 2019, algunos de nuestros contratos con clientes corporativos ya han incluido cláusulas relativas a derechos humanos<sup>18</sup> y códigos éticos y estamos trabajando para fortalecer esta medida durante el próximo año. Además, estamos dando pasos hacia una política de compras que contemple filtros de evaluación y herramientas de supervisión ambientales y sociales.

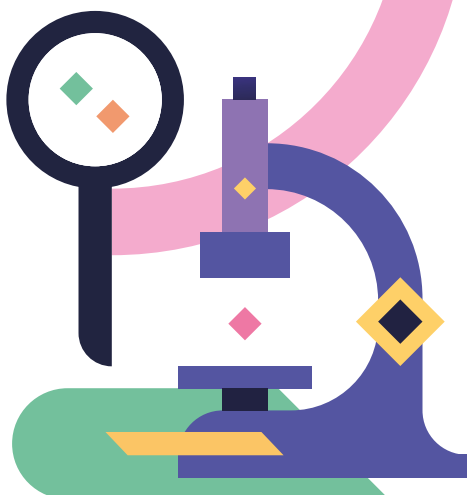
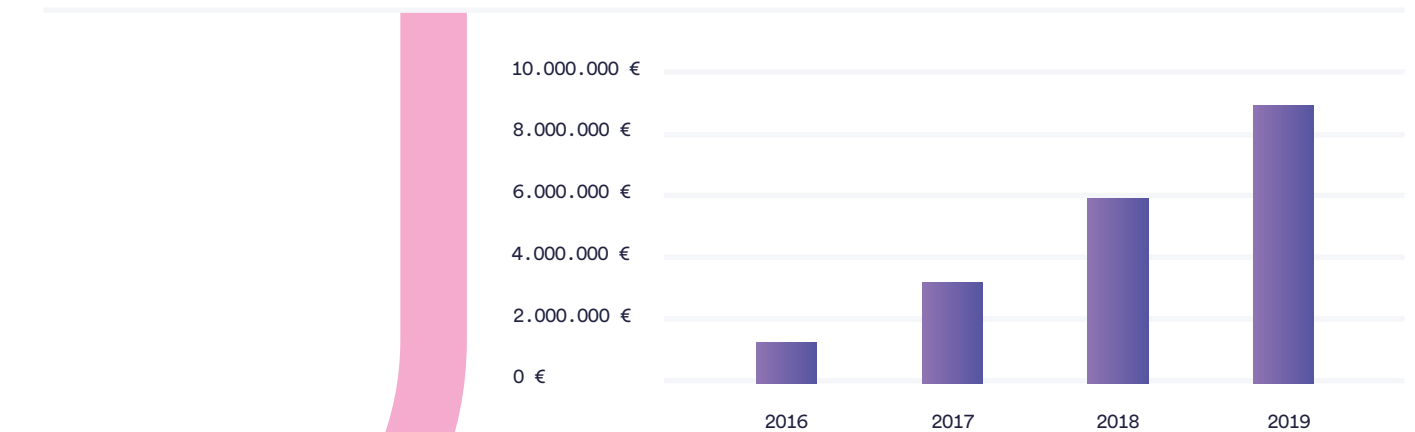
# I+D+i

35

Seguimos generando cifras muy por encima de la media nacional de inversión respecto al PIB. En 2019, invertimos más de 9 millones de euros en I+D+i, lo que supone el 4,97% del Importe Neto de la Cifra de Negocios (INCEN) y un 27,2% respecto a nuestro margen bruto acumulado.

Nuestra inversión en actividades de investigación, desarrollo e innovación asciende a 20,6 millones de euros en los últimos 4 años, periodo en el que hemos certificado 12 proyectos de Innovación Tecnológica (IT) y uno de Investigación y Desarrollo (I+D), representando un 4,94% de media respecto a nuestro INCEN y un 30,88% respecto a nuestro margen bruto acumulado (estamos pendientes de recibir un Informe Motivado Vinculante por parte del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades).

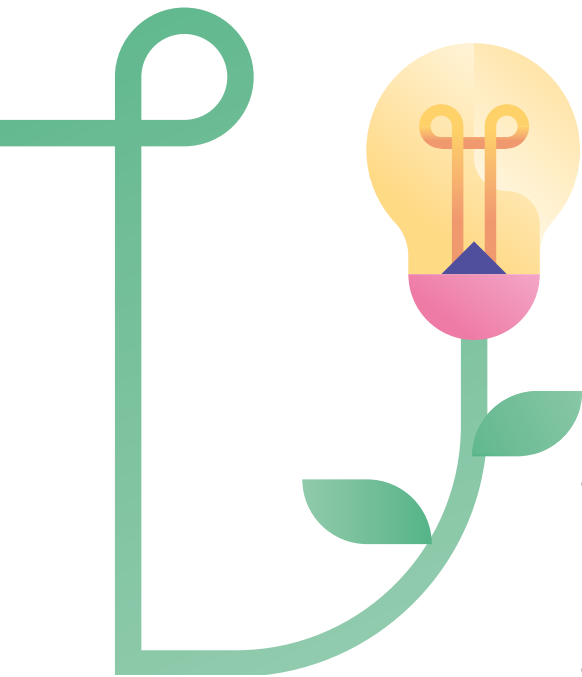
## Histórico de inversión en I+D+i



En aplicación de la Ley del Impuesto sobre Sociedades en vigor, estas actividades nos han generado el derecho a una deducción fiscal del 12% de los gastos incurridos en actividades de Innovación Tecnológica y un 42% en las actividades de Investigación y Desarrollo.

Entre 2018 y 2019, nuestra inversión en I+D+i nos ha permitido poner el foco en la mejora de nuestro modelo de negocio y la oferta de servicios –aprovechando oportunidades a nivel tecnológico para actuar de manera más efectiva–, y también en pulir la experiencia de usuario, trabajando en iniciativas enfocadas a mejorar su acceso y registro en la app o su seguridad al usarla (técnicas de enmascaramiento, autenticación fiscal o análisis de transacciones de riesgo).

# Crecer de forma sostenible también es esto



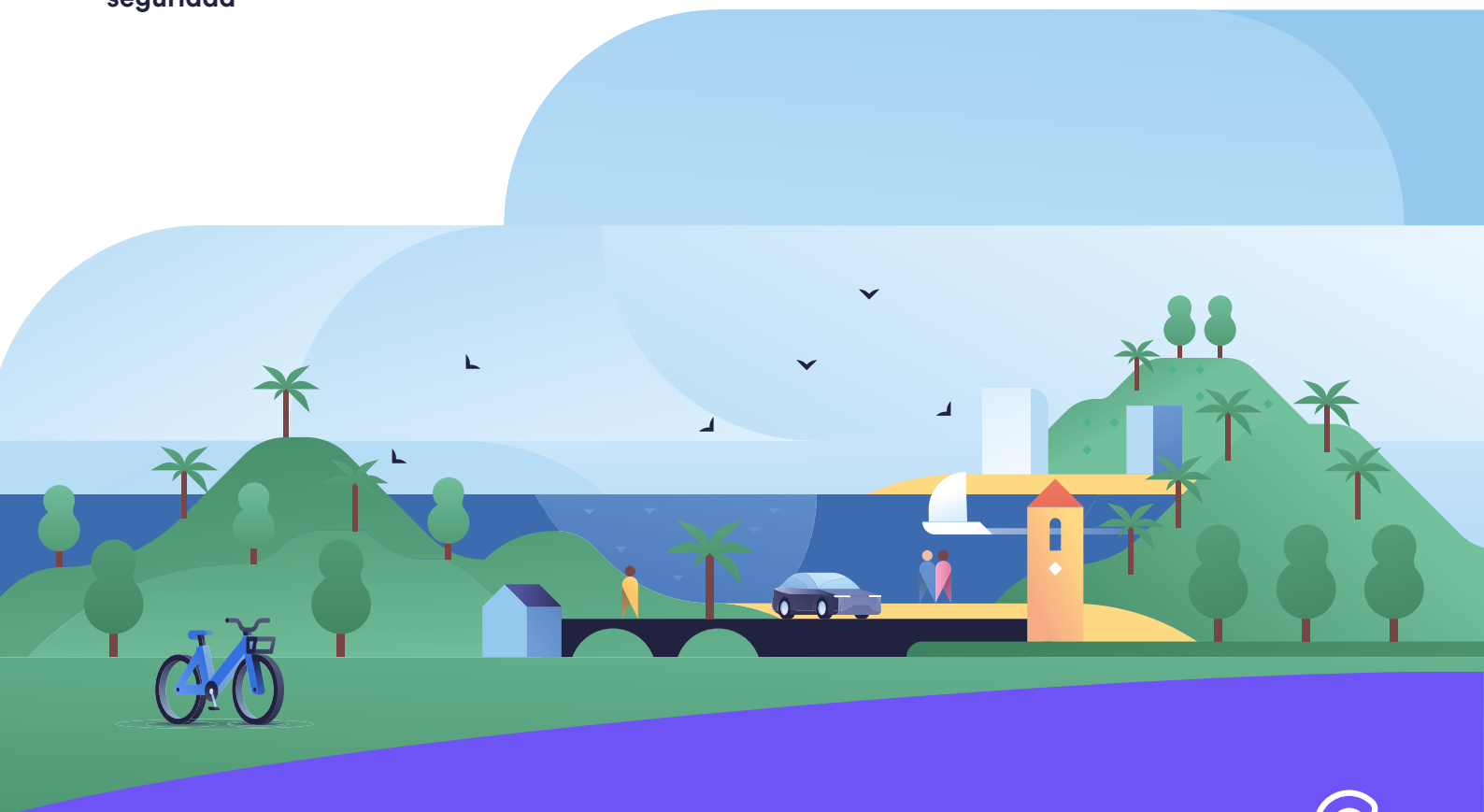
- La transparencia en el precio es uno de los principales valores diferenciales de nuestro servicio. Ofrecer un precio cerrado, basado en una ruta óptima en tiempo y distancia que tiene en cuenta factores como el tráfico o las condiciones climáticas, permite que tanto pasajero como conductor estén informados del coste del trayecto en el momento de su solicitud.
- Con la funcionalidad “Viajes consecutivos”, tenemos en cuenta el destino de un viaje en curso para enviarle al conductor nuevas solicitudes cerca de ese lugar, permitiéndole enlazar dos trayectos. El beneficio es triple: los pasajeros encuentran un conductor más rápidamente, los conductores acortan el tiempo que circulan sin pasajero y el vehículo reduce su huella ecológica.
- En Latinoamérica, de la mano del Banco Iberoamericano de Desarrollo, la Universidad del Pacífico y el Banco de Crédito, hemos desarrollado el proyecto “Ahorro Digital Responsable”. Disponible en Perú para conductores y conductoras, les ofrece la posibilidad de ahorrar de forma automática un porcentaje de sus ingresos y tener una mayor previsión económica con la que hacer frente a gastos imprevistos, emergencias, o invertir en su futuro.
- Somos un proyecto con vocación de largo plazo y con el objetivo claro de construir valor añadido. Uno de los hitos que han marcado la realidad de nuestra compañía a lo largo del ejercicio ha sido la entrada de Cabify, por primera vez en nuestra historia, en el Ranking Merco de Empresas con mayor reputación en España con el puesto 87. Esta muestra de reconocimiento pone en valor nuestro negocio, desde un punto de vista reputacional, y el alcance logrado por la propuesta empresarial que iniciamos en 2011.



# 08.

# Desarrollo social

Cabify es grande por su talento	38	Estamos disponibles 24/7	53	Un solo usuario múltiples modo de moverse	58
Porque el talento se cuida y se fideliza	44	Profesionalidad al volante	55	Llevamos a tu empresa por el mejor camino	59
Convenio y comité de empresa	50	Nuestro usuario, en el centro	56	Somos agentes de cambio	60
Un equipo sano y salvo	50	Accesibilidad y tecnología: Cabify para tod@s	57	Alzamos la voz contigo	61
Priorizamos la seguridad	51				



Nuestra idea de la movilidad está asociada a que pueda beneficiar a la sociedad, las ciudades y las comunidades a las que movemos. Se trata de mover a las personas pero también de moverlas mejor. De conectarlas entre sí con cierto propósito: hacer comunidad, unir necesidades y soluciones, lograr unas calles y un mundo mejores... Sabemos que es posible.

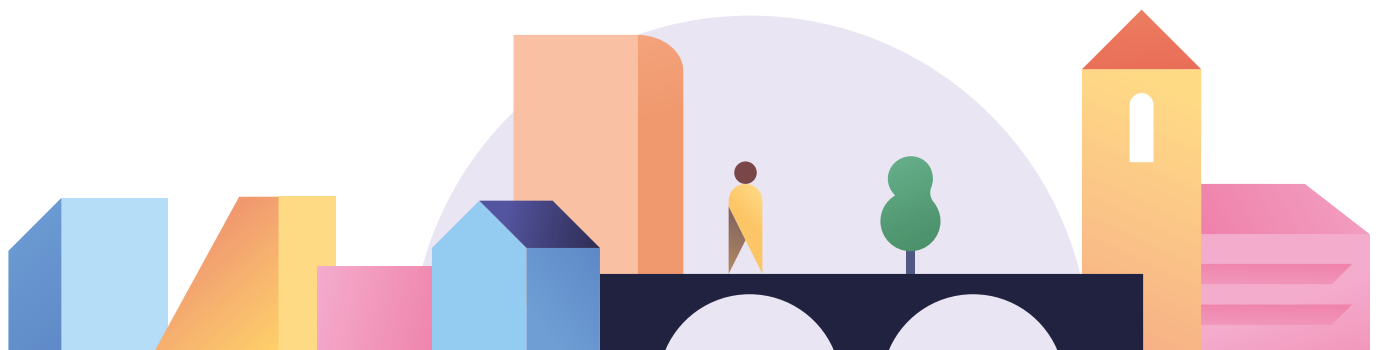
38

## Pride & Talent: Nuestro equipo

El nombre que le damos a nuestros recursos humanos lo dice todo. Orgullo (Pride), porque nos gusta y motiva trabajar en Cabify. Talento (Talent), porque somos profesionales, habilidosos y comprometidos.

## Cabify es grande por su talento

Si hay algo que distingue a nuestra plantilla es el estar formada por el mejor talento de nuestro sector. En 2019 fuimos casi 1.100 personas en el equipo, unidas por la diversidad y el orgullo compartido de pertenecer a Cabify y representar sus valores.



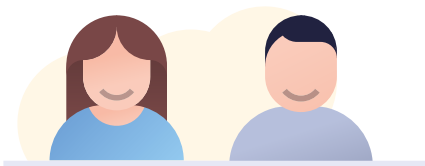
### Tamaño de la plantilla<sup>19</sup>

	Nº empleados	%
España	400	36,73%
Latam	689	63,27%
<b>TOTAL</b>	<b>1.089</b>	

19. A 31 de diciembre de 2019.



## Distribución de la plantilla por género



La igualdad de género es una de nuestras prioridades y el número de hombres (53,3%) y mujeres (46,7%) está prácticamente equilibrado en nuestra plantilla.

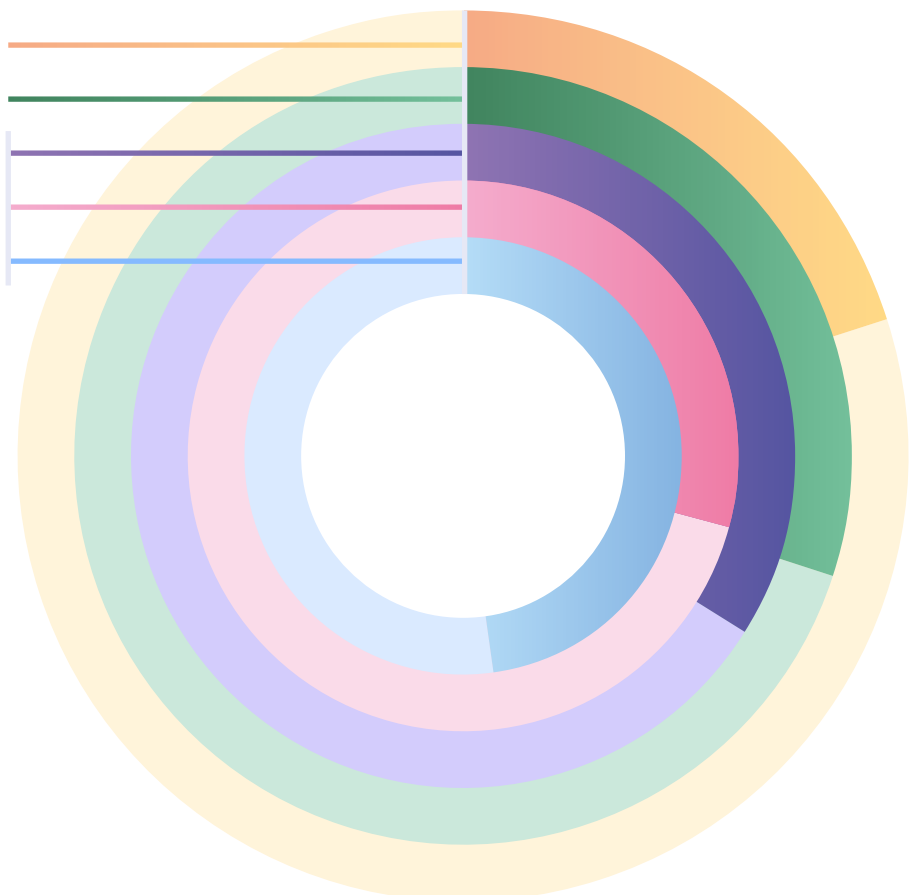
	Hombres	%	Mujeres	%
España	265	66,25%	135	33,75%
Latam	316	45,86%	373	54,14%
<b>Total</b>	<b>581</b>	<b>53,30%</b>	<b>508</b>	<b>46,70%</b>

Las mujeres representan el 34% de nuestro equipo en España, una cifra por encima de la media europea (30%)<sup>20</sup> y mundial (20%)<sup>21</sup> en el sector tecnológico pero que queremos seguir superando. Para reducir esta brecha de género, en 2019 contratamos a 65 mujeres frente a 50 hombres en el área de Negocio consiguiendo un ratio de casi 1:1 (48% mujeres, 52% hombres) y también hemos mejorado el ratio de mujeres en puestos directivos (29,41%) con respecto a 2018 (23%).

## Presencia de mujeres en el sector tecnológico

**46,7%**  
Cabify

- 20% Media Mundial
- 30% Media Europa
- 34% Equipo de España
- 29,41% Puestos directivos
- 48% Área de negocio



20. Según datos de la Comisión Europea incluidos en el Libro Blanco de las mujeres en el ámbito tecnológico (Ministerio de Economía y Empresa, marzo 2019).

21. Cifra basada en un estudio comparativo de la OIT en 69 países del mundo sobre la ocupación de mujeres en STEM (Organización Mundial del Trabajo, febrero 2020).

España



### Distribución de la plantilla por categoría profesional y género

40

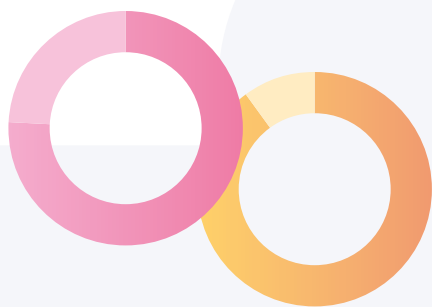


Categoría	Empleados	%	Hombres	%	Mujeres	%
Alta Dirección	17	4,25%	14	82,35%	3	17,65%
Directivos	34	8,50%	24	70,59%	10	29,41%
Mandos intermedios	127	31,75%	105	82,68%	22	17,32%
Puestos operativos	222	55,50%	122	54,95%	100	45,05%

Latinoamérica



Categoría	Empleados	%	Hombres	%	Mujeres	%
Alta Dirección	10	1,45%	9	90,00%	1	10,00%
Directivos	35	5,08%	27	77,14%	8	22,86%
Mandos intermedios	55	7,98%	34	61,82%	21	38,18%
Puestos operativos	589	85,49%	246	41,77%	343	58,23%



### Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local

76% España

90% Latam

## Distribución de la plantilla por generación y género

41

Total Cabify



Generación	Años	Empleados	%	Hombres	%	Mujeres	%
Generación X	1965-1979	87	7,99%	52	8,95%	35	6,89%
Millennial	1980-1994	851	78,15%	477	82,10%	374	73,62%
Generación Z	1995-2010	151	13,87%	52	8,95%	99	19,49%

España



Generación	Años	Empleados	%	Hombres	%	Mujeres	%
Generación X	1965-1979	45	11,25%	36	13,58%	9	6,67%
Millennial	1980-1994	344	86,00%	222	83,77%	122	90,37%
Generación Z	1995-2010	11	2,75%	7	2,64%	4	2,96%

Latinoamérica



Generación	Años	Empleados	%	Hombres	%	Mujeres	%
Generación X	1965-1979	42	6,10%	16	5,06%	26	6,97%
Millennial	1980-1994	507	73,58%	255	80,70%	252	67,56%
Generación Z	1995-2010	140	20,32%	45	14,24%	95	25,47%



A nivel global, la mayoría de nuestra plantilla es Millennial y Generación Z, aunque también contamos con un pequeño porcentaje de Generación X. Esta proporción es muy similar en Latinoamérica, excepto porque en la Generación Z hay el doble de mujeres que de hombres. En España, la gran mayoría son Millennial y Generación X, y de esta última un 80% son hombres.

# 42

Creamos empleo estable y de calidad, con más de un 99% de contratos indefinidos en España y un 98% en Latinoamérica.

## Distribución de la plantilla por contrato laboral, género y región

Tipo de contrato	Empleados	%	Latam	%	España	%
Indefinido	1.072	98,44%	674	97,82%	398	99,50%
Temporal	14	1,29%	14	2,03%	0	0,00%
Trainee (prácticas)	3	0,28%	1	0,15%	2	0,50%

## Contrataciones, ceses involuntarios y rotación en España



	Total	Hombres	Mujeres
Contrataciones	200	122 (61,00%)	78 (39,00%)
Ceses involuntarios <sup>22</sup>	67	32 (48%)	35 (52%)
Rotación <sup>23</sup>	33%	25%	47%

## Ceses involuntarios en España por generación, categoría profesional y género

	Hombres	Mujeres	Total
Millennial	29	30	59
Generación X	1	3	4
Generación Z	1	2	3
Baby Boomers	1	0	1
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>35</b>	<b>67</b>

	Hombres	Mujeres	Total
Puestos operativos	20	30	50
Mandos intermedios	6	4	10
Directivos	6	1	7
Alta Dirección	0	0	—
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>35</b>	<b>67</b>

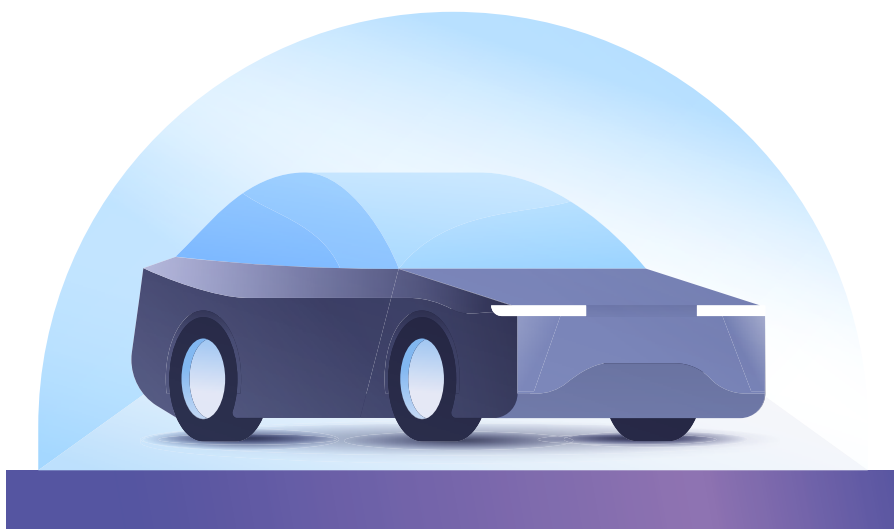
22. Consideramos como ceses involuntarios los despidos, la finalización de contratos y la no superación de periodos de prueba.

23. La rotación incluye ceses voluntarios e involuntarios.

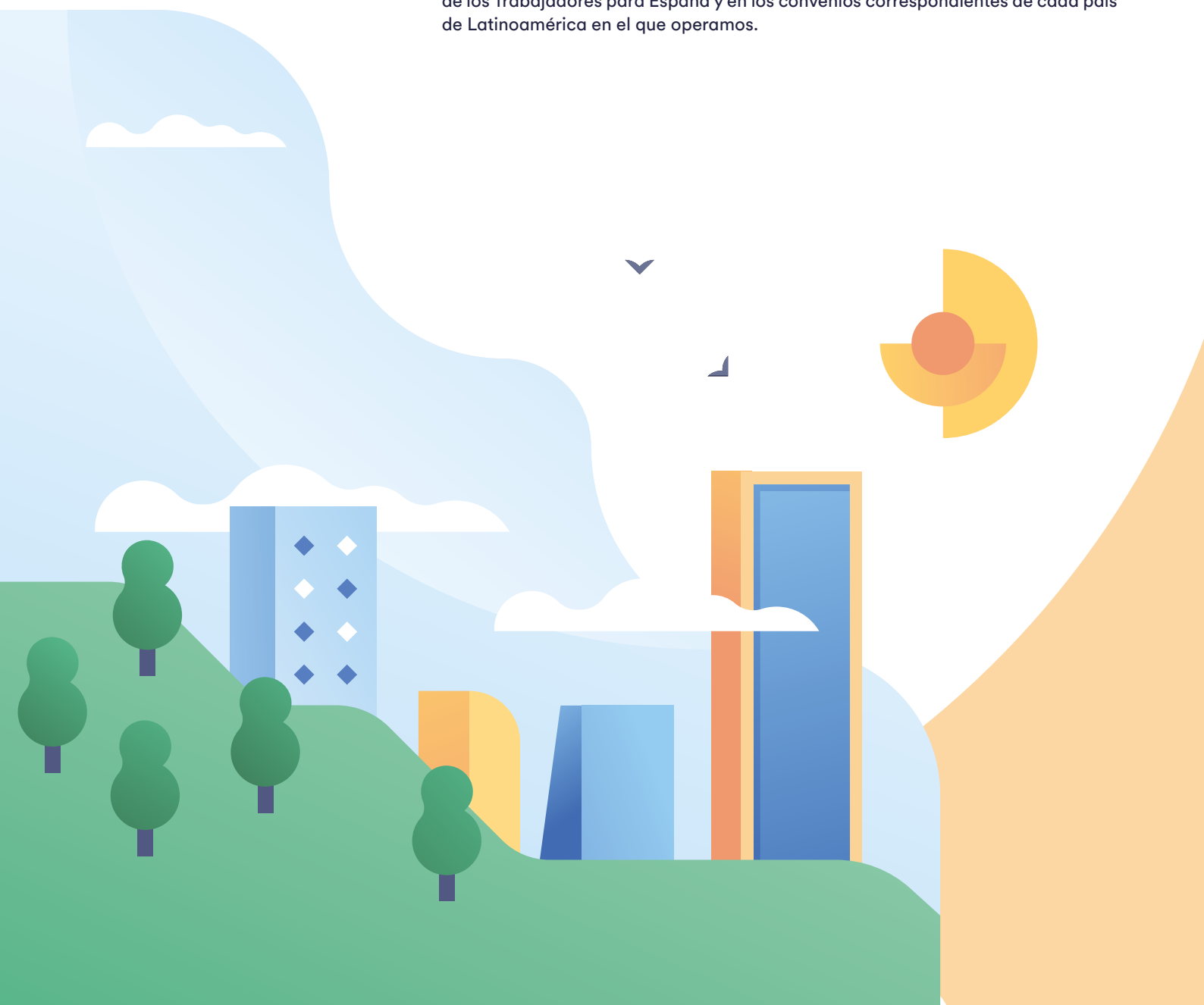
Nos caracteriza también la eficiencia, que trabajamos año tras año para que nuestros equipos estén lo más optimizados y definidos posible. Nuestra plantilla decreció un 10,7% con respecto al 2018 tras la fusión de varias de nuestras filiales y un proceso de reajuste que disminuyó el equipo un 22,6% en Latinoamérica y lo aumentó un 21% en España.

## Siempre transparentes, también ante los cambios

43



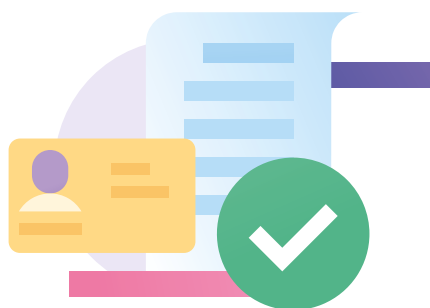
Cuando hay que hacer frente a un cambio operacional, cada país tiene una regulación en cuanto a plazos de preaviso –unos de 15 días, algunos de 30 y otros no tienen–, finiquitos o indemnizaciones. En Cabify, recogemos el cambio en una Política propia y cumplimos con la legislación vigente y lo establecido en el Estatuto de los Trabajadores para España y en los convenios correspondientes de cada país de Latinoamérica en el que operamos.








# Porque el talento se cuida y fideliza

44 

## Remuneración



En 2019 diseñamos e implementamos una estrategia de bandas salariales según niveles de contribución. Apoyándonos en información de mercado de una consultora líder en estudios retributivos, adaptamos la retribución fija a la realidad y necesidades de cada país en el que operamos para asegurar la atracción y retención de talento.

-  Retribución variable por objetivos para equipo comercial y puestos de operaciones.
-  Retribución fija revisada y actualizada anualmente.
-  Incrementos salariales con base en el desempeño y las actualizaciones salariales que la ley obligue en España y en países de Latam.
-  Política y Plan de Stock Options para compra de acciones por empleados.
-  Todos nuestros grupos de interés son informados periódicamente de nuestras actividades y procesos de compensación, que cuentan siempre con la involucración de nuestra Alta Dirección.

Mantenemos un compromiso de mejora constante de las condiciones salariales de nuestros empleados y los salarios promedio han aumentado con respecto a 2018. La brecha salarial representa una mejoría para mandos intermedios en España, y ha sido prácticamente nula en Latinoamérica tanto para directivos como para mandos intermedios.

### Salarios promedio en España (en euros)

	Salario promedio	Hombres	Mujeres	Brecha
Directivos	67.439	70.230	60.740	13,51%
Mandos intermedios	50.537	51.601	45.457	11,91%
Puestos operativos	31.685	33.168	29.875	9,93%

### Salarios promedio en Latinoamérica (en dólares)

	Salario promedio	Hombres	Mujeres	Brecha
Directivos	51.514	51.443	51.755	-0,61%
Mandos intermedios	34.531	34.500	34.581	-0,23%
Puestos operativos	10.400	11.893	9.329	21,56%

**Para buscar un mejor equilibrio y reducir la brecha salarial, en 2019 congelamos los sueldos de los niveles más altos.**

(\*): Latam excluye incrementos de Argentina debido a la gran inflación (50% inflación) de 2019, que desvirtúa el dato. Incluido sería un 29% de promedio. Subida del mejor pagado se mantiene ya que no se ubica en Argentina.

Tenemos un ratio de compensación fija total anual<sup>24</sup> de 6,25, lo cual significa que el sueldo de nuestro CEO es seis veces mayor al de la mediana de todos los empleados.

### Ratio del incremento porcentual de la compensación fija total anual

	Promedio subida	Subida mejor pagado
<b>España</b>	16%	0%
<b>Latinoamérica*</b>	19%	3%

## Beneficios

Cuidar de nuestro equipo no es solamente un deber, sino un placer. Nos esforzamos diariamente para ofrecerle los mejores beneficios y flexibilidad, velando por su conciliación. Este año, por ejemplo, hemos adquirido el compromiso de elaborar y desarrollar durante 2020 una Política de desconexión digital.

## Beneficios generales:

	Programa de retribución flexible (ticket restaurante, guardería, transporte y seguro de salud).*		Acuerdos, descuentos y promociones especiales en gimnasios y otras empresas locales.
	Seguro médico opcional, con mismas coberturas para familiares.		Exención fiscal por trabajos en el extranjero.*
	25% de descuento en viajes con Cabify.		Servicio de biblioteca.*
	Fruta y café gratis en todas nuestras oficinas.		Programa de fidelización para recompensar antigüedad de empleados.
	Platos saludables y opciones vegetarianas en la Kantina a precios reducidos.*		

\*Disponibles en España.

24. Ratio de la compensación fija total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país con operaciones significativas frente a la mediana de la compensación fija total anual de todos los empleados (excluida la persona mejor pagada) del mismo país.

46

## Conciliación laboral y familiar:



Horario flexible al entrar y salir de trabajar.



Días libres adicionales por matrimonio propio o de familiar directo.



Jornada intensiva todos los viernes, el 24 y 31 de diciembre y en los meses de verano.\*



Medio día libre el día de cumpleaños.\*



Dos días de teletrabajo a la semana y trabajo en remoto para algunas áreas y posiciones.\*



Detalle por nacimiento de hijos y matrimonio.



Dos días extra de vacaciones en Navidad.\*



Ampliación excepcional de días libres para descanso (cotizado al 100% y retribuido al 50%).\*



Bajas complementadas al 100%.

\*Disponible en España.

Ser madres y padres es un trabajo más y en Cabify lo reconocemos. Desde 2015, nuestros empleados cuentan con una semana extra de permiso tras el nacimiento, adopción, acogimiento o guarda de un menor, horarios flexibles o la posibilidad de librar medio día cuando sus hijos cumplen años.

### Permisos por nacimiento y cuidado del menor en España

En 2019, el 100% de las madres disfrutaron del permiso a tiempo completo, frente al 19% de los padres. El 81% restante optó por disfrutar de forma interrumpida el permiso tal y como permite la ley.

	Empleados	Empleadas
	16	3
	84%	16%

	Ex empleados	Ex empleadas	Total
	3	1	4
	16%	5%	21%





## Igualdad y diversidad

47

En Cabify reconocemos como objetivo estratégico el desarrollo de relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades, la no discriminación, el respeto a la diversidad, la tolerancia cero al acoso y el cumplimiento de las regulaciones locales para asegurar los derechos humanos fundamentales de las personas que trabajan con nosotros.

Hemos formulado Planes de Igualdad<sup>25</sup>, adaptados a cada país en el que trabajamos, y queremos seguir aunando esfuerzos para que todas las personas de nuestro equipo disfruten de un entorno laboral en igualdad de oportunidades.

Asimismo, nuestro Comité de Diversidad e Igualdad lidera y da seguimiento de forma global a todas las iniciativas de diversidad e inclusión, y contamos con un Comité de Diversidad específico para el área de Producto, al ser mayor el reto en el ámbito tecnológico.

En 2019, una persona con discapacidad formaba parte de nuestra plantilla y el edificio que alberga nuestra sede está adaptado con acceso universal<sup>26</sup>. Además, llevamos a cabo medidas de inversión social, voluntariado y accesibilidad en nuestra aplicación para hacer las ciudades más inclusivas.



## Desarrollo y formación

Porque el talento se construye, buscamos magnificar el desarrollo profesional y personal que nuestro equipo ya trae de serie. En 2019, se impartieron 4.275 horas de formación en España, un promedio por empleado de 10,68 horas (número similar al de 2018, 10,13 horas).

Apostamos por el crecimiento de nuestros empleados a través de las siguientes iniciativas y programas:



**Programas de formación continua** para toda la plantilla y para directivos en Stanford y Harvard (EEUU).



**Plan de sucesión:** de cara a posibles cambios, identificamos quiénes podrían ocupar posiciones clave de la compañía en un futuro y así poder prepararles mejor.



**PDI:** nuestros empleados cuentan desde 2019 con un plan de desarrollo individual que trabajan conjuntamente con su manager en pro de identificar y abordar sus áreas de mejora.



**Forward:** evento mensual de aprendizaje mutuo en el que invitamos a nuestros empleados y a perfiles externos a compartir conocimientos e ideas sobre cómo mejorar nuestro producto y debatir los retos técnicos a los que nos enfrentamos a la hora de mejorarlo.



**Go & Learn:** 10 de nuestros empleados disfrutaron de la oportunidad de visitar la oficina de otro país en 2019 para intercambiar conocimientos, experiencias y formas de trabajo, fomentando equipos multiculturales.



**DDHH:** nuestro equipo de Impacto Sostenible y Seguridad recibió formación en materia de derechos humanos –así como todo nuestro personal de seguridad subcontratado– y el resto de áreas la recibirá en 2020.



**Keep Learning:** emprendedores, personas con historias admirables o especialistas nos cuentan su experiencia cada mes, en charlas sobre temas relevantes para nosotros y la sociedad en general.

25. El documento que guía nuestra actuación para garantizar la igualdad efectiva de mujeres y hombres, en España ha sido elaborado en cumplimiento de la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo y del RDL 6/2019 de 1 de marzo.

26. Cuenta con rampa de acceso, elevadores y baños adaptados en todas las plantas y amplias puertas de paso a los espacios de trabajo.



## La motivación que nos une

Nuestra estrategia de Pride & Talent está encaminada a que nuestro equipo esté siempre motivado y que nuestra actividad responda a los retos de nuestro negocio. Así trabajamos la motivación en 2019.



En el proyecto EVP Cabify<sup>27</sup> definimos conjuntamente lo que nos define como marca y lo ponemos en valor. Este año contó con la participación de más de 100 empleados.



Promoción interna: cubrimos un 65% de nuestras posiciones en el área de Negocio de forma interna para que nuestros empleados cuenten con facilidades de desarrollo, reconducción laboral o de carrera sin moverse de Cabify.



Lanzamos #CabifyLovers: cada empleado es embajador de nuestra marca en las redes sociales.

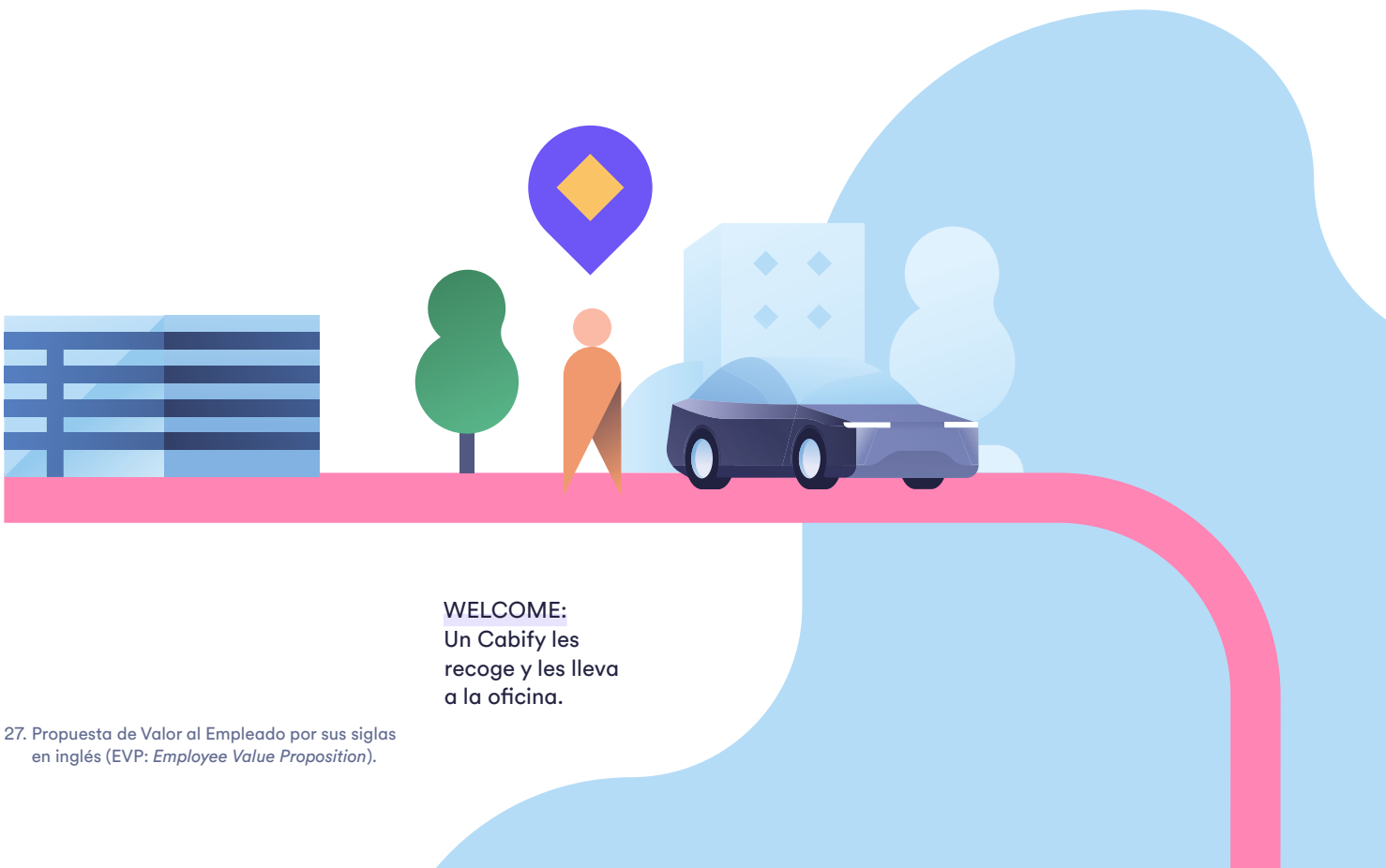


Por primera vez, participamos en Merco Talento y conseguimos el puesto 85 en España.



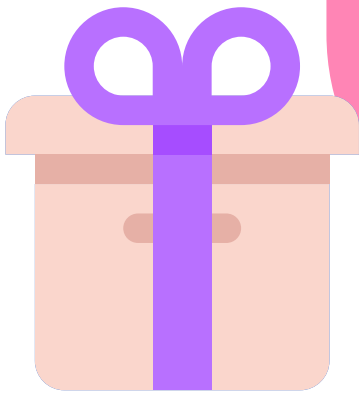
## Sube, que te llevo

Arropamos a nuestros empleados desde que se suben a bordo de Cabify y les acompañamos durante sus primeros meses. En 2019, hemos unificado el Proceso de Onboarding en todos los países.



**WELCOME:**  
Un Cabify les recoge y les lleva a la oficina.

27. Propuesta de Valor al Empleado por sus siglas en inglés (EVP: *Employee Value Proposition*).



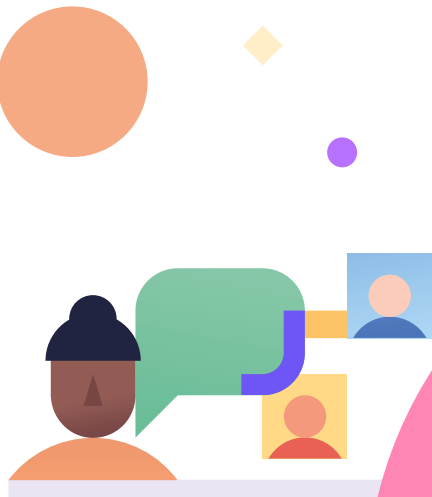
Reciben un **welcome pack** y una **charla de inmersión**.



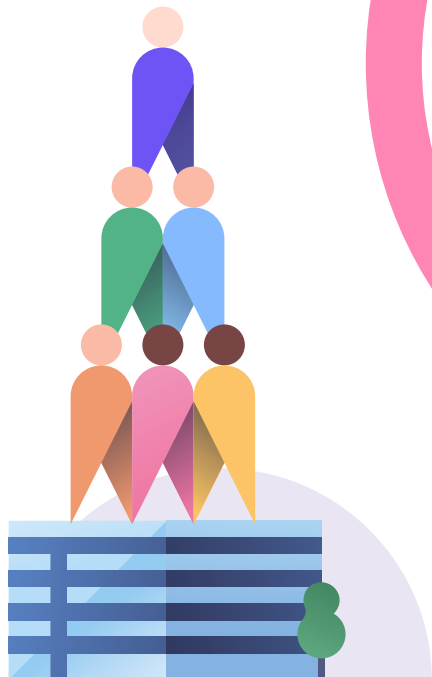
Se les asigna un **buddy** o **compañero de apoyo**.



**ONBOARD TRAINING:** itinerario de formación de su área de trabajo.



**BUSINESS INTRO:** nuestros **mánagers** les explican el engranaje de Cabify y cómo se trabaja en cada área.



**INDUCTION GLOBAL:** presentación de cada departamento en el que sus empleados les cuentan quiénes son y qué hacen.

**CEO CALL:** Juan de Antonio les da la bienvenida.

**CONVIVENCIA:** además, participan en los espacios que la familia Cabify comparte y disfruta a lo largo del año, fomentando la unión del equipo.



- Teambuildings
- Afterworks y barbacoas
- Fiestas temáticas para celebrar éxitos
- Clubes sociales y actividades deportivas
- Hackathons<sup>28</sup>



28. Los Hackathon son una dinámica intensiva de trabajo en equipos multidisciplinares destinada a resolver retos concretos que hayamos identificado.

# Convenio y Comité de empresa

50

En España, nuestro convenio es el de Consultoría y Estudios de Mercado. Para velar por los intereses de la plantilla, las decisiones se toman de forma democrática a través de encuestas donde el equipo puede proponer, opinar y votar. Estamos orgullosos de contar con una cultura colaborativa y participativa en la que respetamos el derecho a la asociación y negociación colectiva.



# Un equipo sano y salvo

Durante el 2019, registramos dos accidentes in itinere y ninguno durante la jornada de trabajo, obteniendo una TFA (tasa de frecuencia de accidentes) de 1,51 y una TIEP (tasa de incidencia de enfermedades profesionales) de 0.

La tasa de días perdidos (TDP) fue de 0,04 y la tasa de absentismo laboral (TAL) de 0,02. Afortunadamente, no hubo ninguna muerte por accidente laboral o enfermedad profesional.

## Resumen de contingencias

Accidentes de trabajo con baja	1
Accidentes de trabajo sin baja	1
Enfermedades profesionales con baja	0
Enfermedades profesionales sin baja	0
Recaídas AT con baja	0
Bajas por contingencias comunes	39

El Índice de Incidencia<sup>29</sup> en Cabify fue del 0%, un dato muy positivo frente a las cifras de nuestro sector -0,93% para empresas del mismo tamaño y con la misma actividad económica, y 3,77% para empresas del mismo tamaño a nivel nacional-. Nuestro Índice de Absentismo por Contingencias Comunes alcanzó el 0,90% -el del sector ascendió al 2,13%- y, por último, nuestro Índice de Absentismo por Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales fue del 0,02% -0,09% en el sector-.

Estos datos, facilitados por nuestra Mutua de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales, demuestran que el índice de siniestralidad en Cabify está muy por debajo de la media nacional y del sector, hito que venimos repitiendo en los últimos años.

Esta baja siniestralidad nos permitió acceder durante el ejercicio 2017 al sistema de incentivos "Bonus"<sup>30</sup>, que hemos vuelto a solicitar en 2019 para el ejercicio 2018, estando a la espera de resolución.

29. Relación de los accidentes de trabajo con baja en función de la plantilla (Anuario de Estadísticas del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, correspondiente a la división de actividad según CNAE-2009).

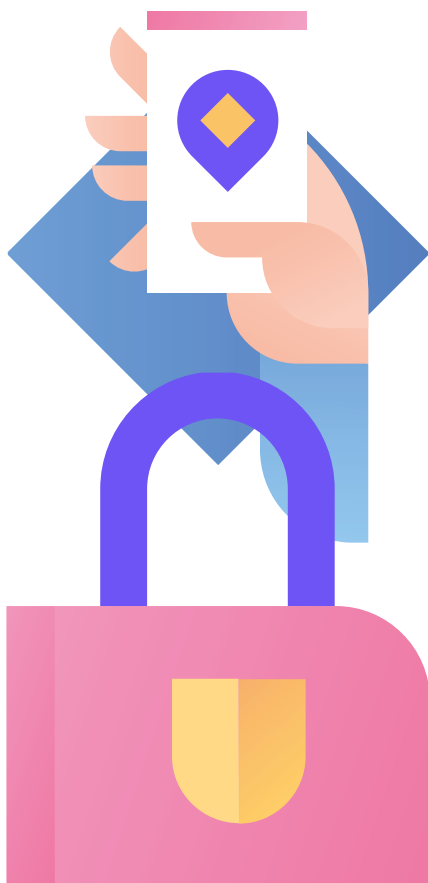
30. Concedido por la Dirección General de Ordenación de la Seguridad Social, permite reducir las cotizaciones por contingencias profesionales a las empresas que consiguen una baja siniestralidad laboral gracias a sus actuaciones preventivas.



# Nuestra app: 51 ágora de usuarios y conductores

Cabify existe para servir. Para ayudar a llegar. O a volver. Queremos estar ahí. A la ida y regreso del trabajo, cuando hay que salir corriendo a la guardería o si la sobremesa se ha extendido. Ofreciendo un transporte seguro y cómodo. Porque creemos que si las personas pueden moverse bien, pueden llegar a cualquier lado.

## Priorizamos la seguridad



La seguridad de nuestra comunidad y servicio es una prioridad y algo que nos diferencia. Cada año incorporamos nuevos elementos de seguridad activa y pasiva para mejorarla.

### Características de nuestro sistema



#### Trazabilidad y geolocalización

Monitorea todos los viajes y permite a nuestros usuarios compartir su trayecto con una persona de confianza en tiempo real. Siempre sabemos qué pasajero y conductor están en qué vehículo y cuál ha sido su trayecto.



#### En buenas manos

Los conductores realizan tests psicométricos cuando se dan de alta en la aplicación. El sistema valida sus documentos personales y vehiculares y revisa si hay antecedentes criminales.



#### Conducta social

Detecta comportamientos inapropiados, tanto de pasajeros como de conductores.



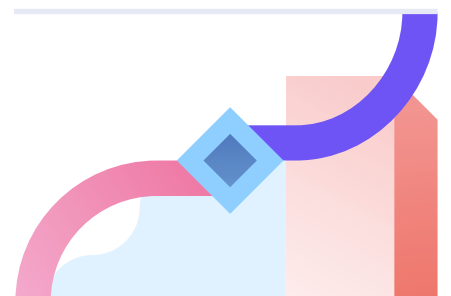
#### Seguro de responsabilidad civil:

El 100% de nuestros trayectos tienen cobertura de seguros<sup>31</sup>.



#### Hooking

Localiza dispositivos que alteren el normal funcionamiento de la app.



31. En el caso de nuestra operación en España, desde Cabify exigimos contractualmente estos seguros a nuestras empresas partners, que son responsables de su mantenimiento.

## Mejoras 2019

Elementos pasivos	Elementos activos
<p>Kit de Seguridad, función que permite al usuario configurar diferentes opciones de seguridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agregar a una persona de confianza, que recibe de forma automática los datos de cada uno de sus viajes por email y/o SMS.</li> <li>• Compartir el viaje en tiempo real con cualquier persona.</li> <li>• Contactar con servicios de emergencia en un solo clic.</li> </ul>	<p>Bloqueo de zonas peligrosas, en acuerdos con los gobiernos regionales de todos los países en los que operamos.</p>
<p>Phonemasking: asegura la confidencialidad de los números de teléfono de pasajeros y conductores en caso de llamada.</p>	<p>Monitorización de trayectos en tiempo real en horarios específicos para asegurar que tienen lugar en la/s zona/s de la operación determinadas.</p>
<p>Revisión periódica de los datos y documentos personales de los conductores en Perú, Brasil, Chile, Colombia y México.</p>	<p>Límite de zonas de operación intra ciudad cuando trayectos demasiado largos puedan comprometer la seguridad de pasajero y conductor.</p>
<p>Actualización y mejora continua de las pólizas de seguros.</p>	

Además, para seguir mejorando la seguridad de nuestra app y la gestión proactiva de incidentes, de forma continua testamos técnicas de verificación de identidad del pasajero para evitar registros falsos y sistemas de telemetría que nos alertan de si hay, por ejemplo, conducción temeraria.

Un sistema semiautomático nos permite detectar conductas inapropiadas, vengan de conductores o pasajeros, a lo largo del *customer journey* (el camino que recorre un usuario al utilizar el servicio), analizando los siguientes datos:

- Cancelación de trayectos.
- No recogida de viajeros.
- Valoraciones de mystery shopper (cliente misterioso).
- Baja puntuación.
- Conducción temeraria.
- Malas prácticas.
- Fraudes a clientes.

Los conductores reciben feedback directo cuando su conducta es evaluada como inapropiada, y tomamos medidas si han puesto en peligro la seguridad, integridad o solvencia económica del pasajero o de Cabify.



## ¿Acoso? Tolerancia cero

53



Tenemos una política de tolerancia cero al acoso, entendido como toda conducta intencional, direccionada y en desigualdad de poder (de cualquier tipo) que se ejerce entre personas, con objeto de someter, explotar y/o causar daño.

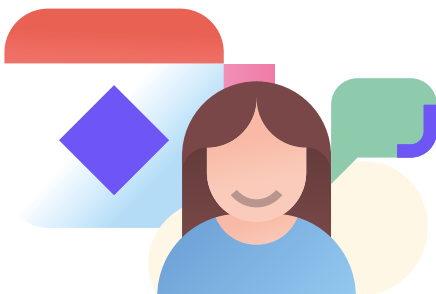
En 2019 actualizamos nuestros protocolos de atención también en nuestro servicio, incrementando el número de causas y casos elegibles, incorporando un motor de lenguaje natural para reducir falsos negativos, un modelo de seguimiento y atención según la gravedad del asunto, y creando un grupo específico de agentes para el tratamiento de este tipo de incidencias.



## Proyecto Ticket2Vec

Aplicando un algoritmo que procesa el lenguaje de los tickets que emiten los usuarios a través del menú Ayuda de la app, hemos conseguido reducir el número de casos de acoso no detectados en primera instancia de un 82% a un 10% y aumentar en un 15% los que tienen respuesta en las dos primeras horas después del incidente. El proyecto fue validado en una ponencia en el T3chFest, donde compartimos con la comunidad del software cómo las nuevas tecnologías pueden estar al servicio de la detección temprana del acoso y de sus posibles víctimas.

## Estamos disponibles 24/7



Gestionamos la atención a nuestros usuarios principalmente a través de la app, de la interfaz API para empresas y del asistente virtual ABI, usando también canales adicionales como redes sociales, Whatsapp o app stores para atender sus sugerencias o incidencias y ayudarles con cualquier duda.

Nuestro servicio de atención al cliente se basa en 4 pilares:

- **Personalización:** damos una respuesta homogénea teniendo en cuenta quién nos contacta y el motivo de su contacto.
- **Resolución:** resolvemos los contactos siempre a la primera.
- **Anticipación:** implementamos reglas predictivas para identificar qué tipo de necesidades pueden tener nuestros clientes.
- **Excelencia:** el trabajo de nuestro equipo de atención al cliente está centralizado.

Nuestra estrategia de atención al cliente, desarrollada en 2018, se ha perfeccionado a lo largo de 2019 a través de un modelo de gestión interno que estructura las distintas operaciones de asistencia y ayuda, y de la incorporación de tecnología para facilitar el trabajo de nuestros agentes o la posibilidad de que nuestros usuarios nos contacten por diferentes canales. Además, contamos con un equipo de investigación que entrevista asiduamente a usuarios y conductores para recoger sus necesidades y afinar su experiencia.

54



## Tipos de quejas

	%			
	Conductores		Usuarios	
	ES	LATAM	ES	LATAM
Cuenta (bloqueos, cambios, reservas)	1,26	9,24	8,72	9,75
Cargos, tarifas, facturas	30,89	27,84	43	36,51
Problemas con el viaje (pasajeros)	5,96	3,97	10,27	14,32
Problemas con el viaje (conductores)	26,11	10,01	6,76	3,20
Apoyo a conductores	9,14	15,52	0,15	3,70
Duplicados	10,29	12,27	11,47	10,85
Dudas generales	4,11	9,89	10,84	11,66
Verificación de identidad	0,03	0,07	0,01	0,03
Error	1,67	1,96	1,96	2,90
Problema con la app	1,48	1,16	0,36	0,91
Spam	0,12	0,29	0,23	0,39
Migración	0,41	0,49	2,62	- ,00
Conducta inapropiada/Acoso	2,15	1,13	1	0,83
Cumplimiento legal	0,00	0,02	- ,00	0,01
App stores	0,03	0,19	0,01	0,06
No categorizados	6,34	5,94	4,12	4,90

## Atención al cliente: Usuarios

El 85% de los casos, en España y Latinoamérica, fueron solucionados a la primera y no fue necesaria su reapertura por parte del usuario.

	N° CONTACTOS (media/mes)	RESOLUCIÓN (horas)			CANAL DE CONTACTO		
		Promedio	< 24	< 48	API	Web	Mail
ESPAÑA	21.000	73	41,50%	58%	76%	15%	9%
LATAM	91.000	104	46%	60%	71%	16%	13%

En España, gestionamos de forma prioritaria 10.947 casos de conductas inapropiadas<sup>32</sup>, de los cuales solamente 303 –un 0,001% de los viajes realizados en 2019– fueron casos reales. El 80% de los casos fueron atendidos en menos de 12 horas.

32. Consideramos conducta inapropiada aquellos casos relacionados con discriminación, violencia, drogas y/o alcohol o abusos de naturaleza sexual.

Además, automatizar la gestión de objetos perdidos nos permitió reducir las horas de atención y mejorar más de 20 puntos este marcador en el índice NPS –Net Promoter Score, herramienta que mide la lealtad en base a las recomendaciones–.



55

### Atención al cliente: Conductores



	LLAMADAS	ATENDIDAS
ESPAÑA	> 50.000	65%
LATAM	> 1.000.000	

En España, la tasa de contactos por Drop Off –momento en que el conductor deja al pasajero en su destino– fue del 3%. En Latinoamérica, añadimos el canal “Chat para Driver” en el que se recibieron casi 1,4 millones de chats y se atendió un 67%.



### ¡Hola!, ¿en qué puedo ayudarte?

ABI es nuestro asistente virtual y está disponible en todos los países en los que operamos, acompañando a nuestra comunidad independientemente de dónde se ubique geográficamente o el canal de comunicación que utilice.

En el último trimestre de 2019 ABI tuvo más de 12.000 conversaciones con nuestros clientes a través de Facebook Messenger y Whatsapp y, en un futuro próximo, podrá cubrir hasta cinco canales de atención al cliente. De momento, está siendo decisivo para agilizar el envío de documentos o la resolución de dudas a conductores a través de Whatsapp.

## Profesionalidad al volante

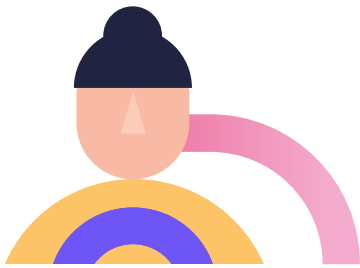


La edad media de los conductores es de 44 años en España y 37 en Latinoamérica.

En Cabify, ponemos en contacto a profesionales del transporte de personas con aquellas que necesitan moverse. Nuestros socios colaboradores pasan por un riguroso registro antes de ofrecer sus servicios a través de nuestra app.

### Perfil de los conductores

	TOTAL	MUJERES	HOMBRES
ESPAÑA	> 19.000	6%	94%
LATAM	> 447.000	5%	95%



## Proyecto Mujeres Conductoras


Nos hemos propuesto darle peso a la inclusión de la mujer en el sector de la movilidad urbana. En México, unimos esfuerzos con BID Invest para entender mejor el perfil de las conductoras que colaboran con nosotros y cómo podemos ayudarlas a vencer las barreras a las que se enfrentan en el desempeño de su trabajo. Gracias al proyecto, nos hemos comprometido a que el 15% de los conductores que colaboran con nosotros sean mujeres en todos los mercados donde operamos en un periodo de tres años.


## Nuestros usuarios, en el centro





Nuestros usuarios son el centro de todo. Pensamos en su bienestar y en ofrecerles un entorno cálido en cada trayecto, que empieza porque sepan de antemano lo que van a pagar y termina con su valoración del servicio. Porque escucharles es clave para que podamos mejorar y su feedback decisivo en el desarrollo de nuestro producto, toda la información que generan la analizamos con detalle bajo el nombre Voice of Customers (VOC).

Para conseguir una experiencia 10 no sólo basta con escuchar a los usuarios, sino ponernos en su piel. También en la de los conductores. Durante 2019, nuestros empleados han valorado el servicio a través de la “Excellence experience” –llamamos Excellence a nuestro equipo de atención al cliente– y la “Driver experience”. La iniciativa nos permite:

- 

Generar empatía y reconocimiento hacia las personas que mueven el negocio (conductores) y las que ponen voz a Cabify con los usuarios (Excellence).
- 

Contar con una fuente de propuestas para mejorar la experiencia de los conductores, usuarios y empleados.
- 

Vivir la experiencia en primera persona y tener a nuestra comunidad (usuarios y conductores) en mente para abordar nuestro trabajo diario.
- 

Experimentar los valores de la compañía.

56

El NPS es un indicador que nos ayuda a medir la lealtad y satisfacción que genera Cabify a través de su producto y servicio. Varía entre los -100 puntos (valor mínimo, peor satisfacción/lealtad) y los +100 (valor máximo, mejor). A nivel mundial, nuestra tasa media NPS en 2019 fue de +55 para nuestros usuarios y +37 para nuestros empleados (4 puntos más que en 2018).

57

## Buscando la mejora constante

Trabajamos sin cesar para mejorar el servicio que prestamos y cada año supone una oportunidad para subir un escalón en términos de calidad. En abril de 2019 recibimos en España la certificación ISO 9001, que avala que cumplimos sus estándares para asegurar la excelencia en la administración de recursos, la satisfacción del cliente o la gestión de riesgos que inciden en la calidad del servicio prestado. En 2020, en todos los países en los que rodamos, optimizaremos cómo calibramos la calidad y la aplicación de medidas correctoras para mejorarla.

# Accesibilidad y tecnología: Cabify para tod@s

Hemos hecho un pacto con la accesibilidad, la diversidad y la inclusión. Queremos que todos nuestros productos digitales y servicios puedan utilizarse por cualquier persona y colectivo o que nuestras oficinas tengan acceso universal. Cada año, hacemos más kilómetros para llegar a esta meta.

Si la tecnología nos permite optimizar nuestra app ante cualquier barrera semántica, funcional o generacional, logrando que nuestro servicio sea accesible para personas con cualquier nivel de discapacidad motora, auditiva y visual, baja alfabetización o problemas cognitivos... ¿cómo no hacerlo?

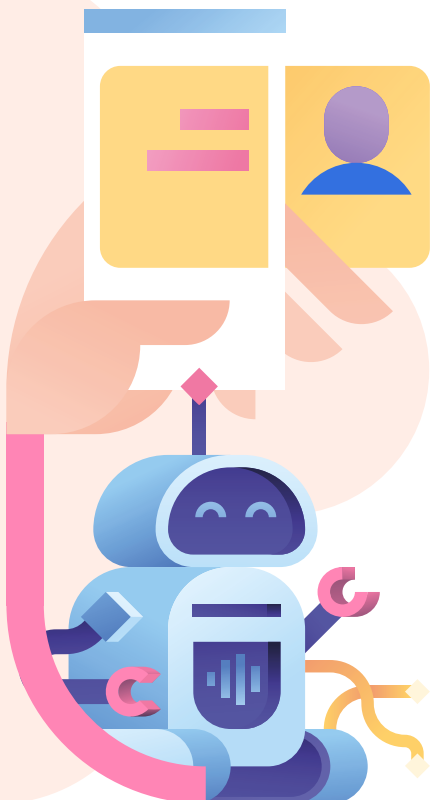
Este 2019 nos convertimos en una aplicación y servicio de movilidad **100% inclusivos para personas ciegas:**

📱 Nuestra app permite usar las herramientas de lector de pantalla de dispositivos iOS y Android.

🚗 Orientamos a más de 300 mil conductores en los países donde operamos para que puedan ofrecer un servicio respetuoso y adaptado a la discapacidad visual.

👥 Sensibilizamos a nuestros empleados con el objetivo de que la inclusión se entienda como motor de la competitividad.

📣 Apoyamos el lanzamiento de esta nueva opción con una campaña de comunicación basada en la normalización y naturalización de la vida de una persona ciega. El protagonista de la campaña es José Luis García Serrano (“Jota”), triatleta paralímpico que patrocinamos y que participará en los JJ. PP. de Tokio 2021.



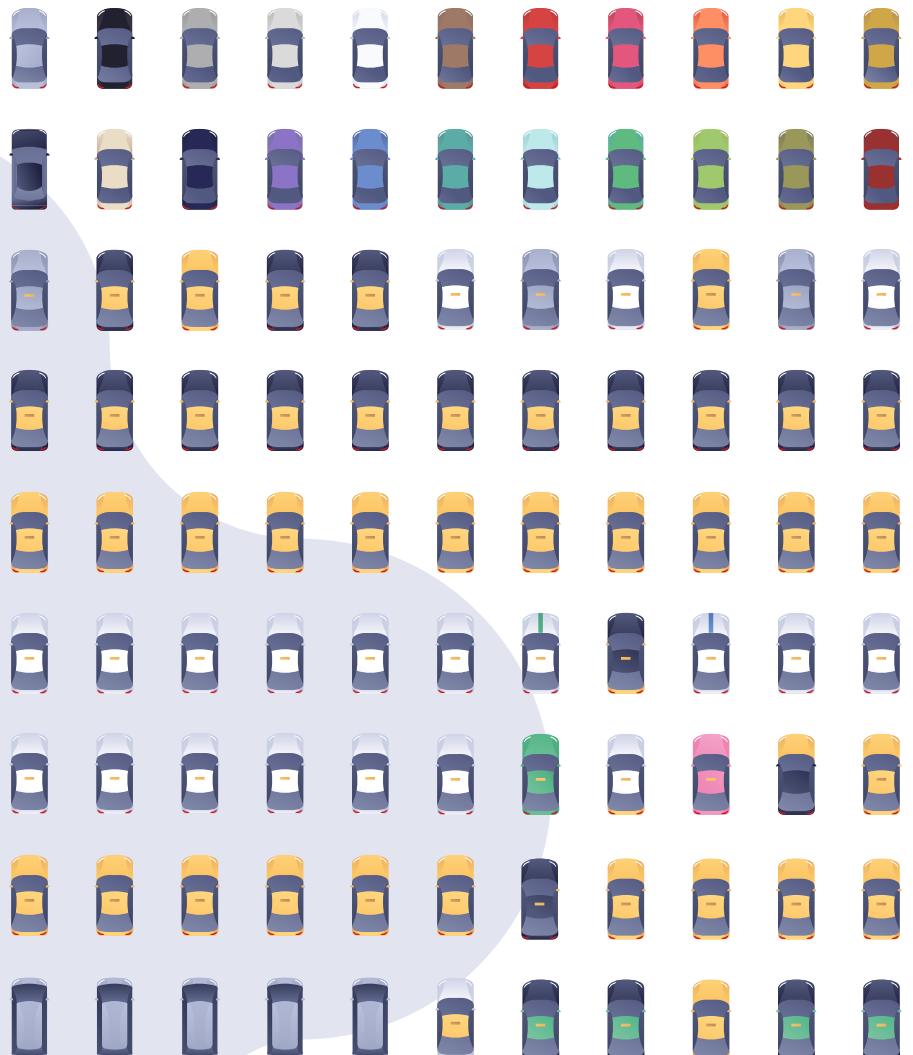
# Un solo usuario, múltiples modos de moverse

58



También en 2019, pasamos a ser una plataforma de movilidad multimodal que ofrece la posibilidad de combinar diferentes medios de transporte para cubrir un mismo trayecto o elegir el vehículo más adecuado para responder a distintas necesidades y momentos. Coches con conductor, taxis, motos o patinetes eléctricos están ya disponibles, a la vez, en nuestra aplicación.

Dimos la bienvenida al taxi con la fusión de Easy Taxi en Latinoamérica y la suma de esta categoría a nuestra app en España. Reconocida por la disponibilidad de su servicio y por ser la primera en aceptar pagos en efectivo, la aplicación operaba en ocho mercados de América Latina. Desde Cabify, aportamos estándares de calidad, seguridad y ética, para poder ofrecer en Latinoamérica y España un servicio de taxi, pilar tradicional de la movilidad urbana, bajo el paraguas de la sostenibilidad.



# Cabify Empresas



59

## Llevamos a tu empresa por el mejor camino

Acompañamos a empresas en el trazado de su estrategia de movilidad con propuestas adaptadas a sus necesidades de transporte y a la realidad de sus ciudades. A través de un servicio cómodo, eficiente, seguro y rentable, con tarifas competitivas y herramientas de tecnología avanzada que les permiten gestionarlo y controlarlo.

### Un servicio con tres ventajas

#### ★ Calidad

Coches impecables y cómodos, atención permanente a través de la app o recomendaciones de servicio y seguridad para conductores, son sólo algunos de los estándares de calidad para empresas.



#### Control

Diversas herramientas –reportes gráficos, información en tiempo real de los trayectos de cada usuario, configuración de alertas o de restricciones de uso– permiten a las compañías controlar su empleo del servicio o sus gastos.



#### Gestión simplificada

Nuestra plataforma es intuitiva y fácil de usar, con diferentes modalidades de pago, descarga de facturas e informes de trayectos. Las tareas del día a día, sintetizadas.

## España y Latinoamérica: diferentes contextos, mismos objetivos

Cabify Empresas opera con los mismos estándares de calidad, control y seguridad en los 12 países donde estamos presentes. Lo que cambia es la tipología de los vehículos en los que las movemos y el ambiente regulatorio de cada territorio.

En España, los vehículos con licencia (VTC) componen el 100% de la flota y se ajustan a los requisitos establecidos por las diferentes comunidades autónomas.

60

## 2019, año de hitos y novedades



### API Corporativa

Interfaz de acceso a nuestro sistema para clientes corporativos en el que pueden estimar, solicitar y cancelar viajes, así como integrar su ERP (sistema de planificación de recursos empresariales) o aplicaciones personalizadas propias.



### Movilidad multimodal

Coche con conductor, taxi, moto eléctrica... nuestra plataforma multimodal les permite elegir diferentes opciones de transporte para cada necesidad.



### Self Service

Modelo de autogestión pensado para las pequeñas empresas y los trabajadores autónomos.



### Certificado de compensación

Las empresas reciben certificado de la compensación de la huella de carbono de todos sus viajes.

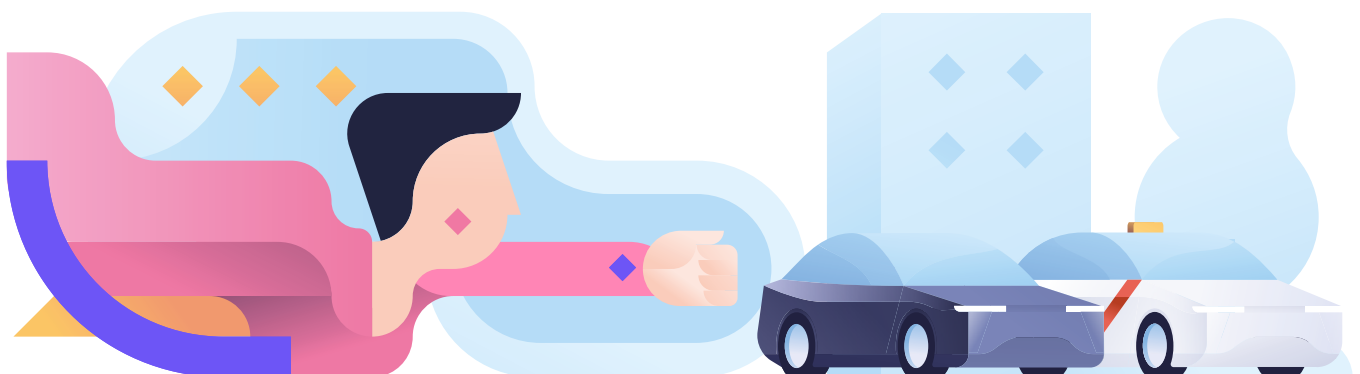
## Impacto social

## Somos agentes de cambio



En 2019, destinamos 61.671 euros a las iniciativas sociales con las que colaboramos.

Tenemos un compromiso con la sociedad. Además de ofrecer soluciones de movilidad, empleamos nuestra presencia en las ciudades en beneficio de sus habitantes, formen o no parte de nuestra comunidad, a través de iniciativas sociales o de voluntariado corporativo. Les ponemos toda nuestra alma.



61



## España

### United Way

El proyecto “La música que nos mueve” tiene el objetivo de reducir el porcentaje de abandono escolar en jóvenes de secundaria y FP Básica. A través de la música, desarrollan competencias en tecnología y matemáticas venciendo el desapego académico a través del ocio educativo.

### Help Up

En 2019 hemos colaborado con el comedor social de San Ramón Nonato, en el barrio madrileño de Vallecas. Además, llevamos a cabo un voluntariado en una jornada dedicada a la atención de personas desfavorecidas.

### Fundación Everis

El “Programa Púlsar” está dirigido a niñas con altas capacidades, de entre 15 y 17 años, en riesgo de exclusión. Se basa en la mentoría para incentivar su desarrollo personal y profesional de cara al futuro.

### Universidad Politécnica de Madrid

Nos unimos a esta reputada institución educativa para desarrollar una cátedra de formación para ingenieros de software, analistas y científicos de datos, con el objetivo de llevar a cabo actividades de I+D, transferir conocimientos en áreas de interés común y apoyar el talento joven. Juntos, queremos resolver los problemas de la movilidad del siglo XXI.

## Latinoamérica

2.598 personas. Es el número de beneficiarios directos que hemos apoyado en 2019 a través de las actividades de voluntariado de nuestros empleados –1.450 horas, 17 por empleado– y los 20.374 euros que hemos destinado a proyectos sociales a través de Fundación Sí (Argentina), Correios (Brasil), Fundación Chocopan y Fundación Creando Futuro (Colombia), Protectora de la Infancia (Chile), Comedor Santa María (México) y Kantaya (Perú).

## Sensibilización

## Alzamos la voz contigo

La comunicación es una herramienta fundamental para hacer de altavoz de diferentes causas sociales y favorecer la inclusión social. Durante este año, hemos llevado a cabo campañas globales con motivo del Día Internacional de la Mujer y el de la Niña, el Día del Orgullo LGTBI+, el Día Internacional de las Personas con Discapacidad, el Día Internacional del Medioambiente y el Día de la Tierra.



# 09.

# Impacto ambiental

Energía verde,  
reciclar, reutilizar...

63

Impacto directo:  
orgullosos de  
ser neutros  
en carbono

64


Minimizamos  
nuestro impacto

66

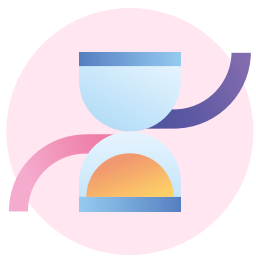




# Energía verde, reciclar, reutilizar...

63 

Tenemos un firme compromiso con el respeto al medioambiente y en 2019 nos propusimos reducir nuestro impacto ambiental directo.



## 01.

Marcamos metas a corto plazo:

- Reducir un 15% el impacto ambiental en todas nuestras oficinas a lo largo de 2020.
- Energía 100% verde en nuestra oficina de España a partir de 2020.

## 02.

Sustituir los envases de agua a bordo por cartón 100% reciclable supuso un ahorro de 1.105 toneladas de CO<sub>2</sub> y de 159.741 kg de plástico.

## 03.

Nos aliamos con instituciones, como la Universidad Politécnica de Madrid, para medir mejor nuestro consumo y reducir nuestro impacto.

## 04.

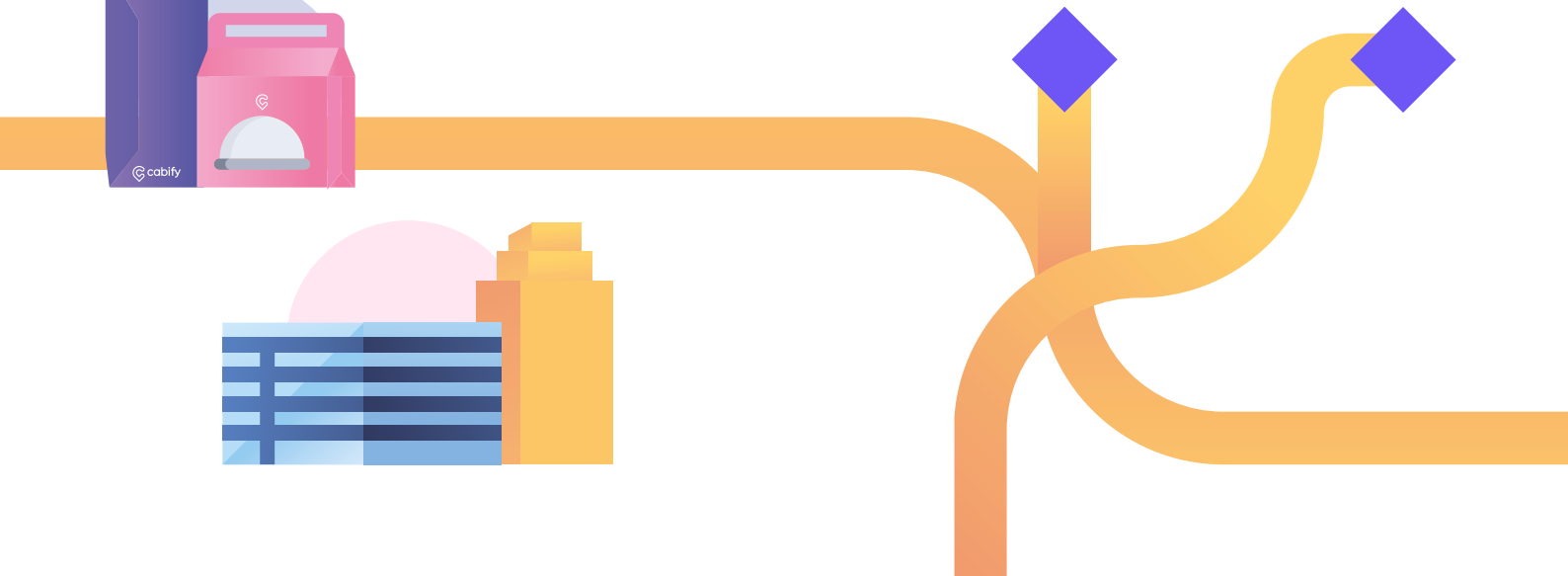
Gestionamos el reciclaje de nuestros residuos con proveedores especializados o los enviamos a plantas de reciclaje cuando ha acabado su ciclo de vida útil.

## 05.

Usamos envases reutilizables en nuestras bebidas y proveedores de comida.

## 06.

Somos buenos vecinos: nuestro nivel de ruido no es perjudicial y cerramos oficinas a las 10 pm.



# 64

## Consumo en oficinas de España y Latinoamérica

ESPAÑA				
	2018	Índice por empleado 2018	2019	Índice por empleado 2019
<b>Energía (luz)</b>	286.932 Kwh	869,5 Kwh	596.710 Kwh <sup>33</sup>	1420,94 Kwh
<b>Agua</b>	1.233,60 m <sup>3</sup>	3,74 m <sup>3</sup>	2.422 m <sup>3</sup>	5,59 m <sup>3</sup>
<b>Combustibles</b>	Incluidos en consumo eléctrico			
<b>Papel</b>	87.750 kg	265,9 kg	86.760 kg	216,90 kg
<b>Resto de residuos</b>	15.500 kg	47,0 kg	10.096 kg <sup>34</sup>	25,24 kg
<b>Plásticos</b>	150 m <sup>3</sup>	0,5 m <sup>3</sup>	791,79 m <sup>3</sup>	1,98 m <sup>3</sup>
<b>Tóneres</b>	12 unidades	0,04 unidades	22 unidades	0,06 unidades

Somos (y seguimos siendo) la primera app de movilidad del mundo en convertirse en neutra en carbono. Compensamos el 100% del CO<sub>2</sub> que generamos.

LATAM	
	2019
<b>Energía (luz)</b>	361.012 Kwh
<b>Agua</b>	9.056 m <sup>3</sup>
<b>Residuos</b>	27.347 kg

# Impacto indirecto: orgullosos de ser neutros en carbono



33. Proyección en función a los consumos de 497.259 Kwh generados en el periodo de marzo a diciembre que dan un promedio mensual de generación de consumo energético de 49.725 Kwh.

34. Proyección en función a los consumos de 5.889 kg generados en el periodo de abril a octubre 2019 que dan un promedio mensual de generación de residuos de 841 kg/mensuales.

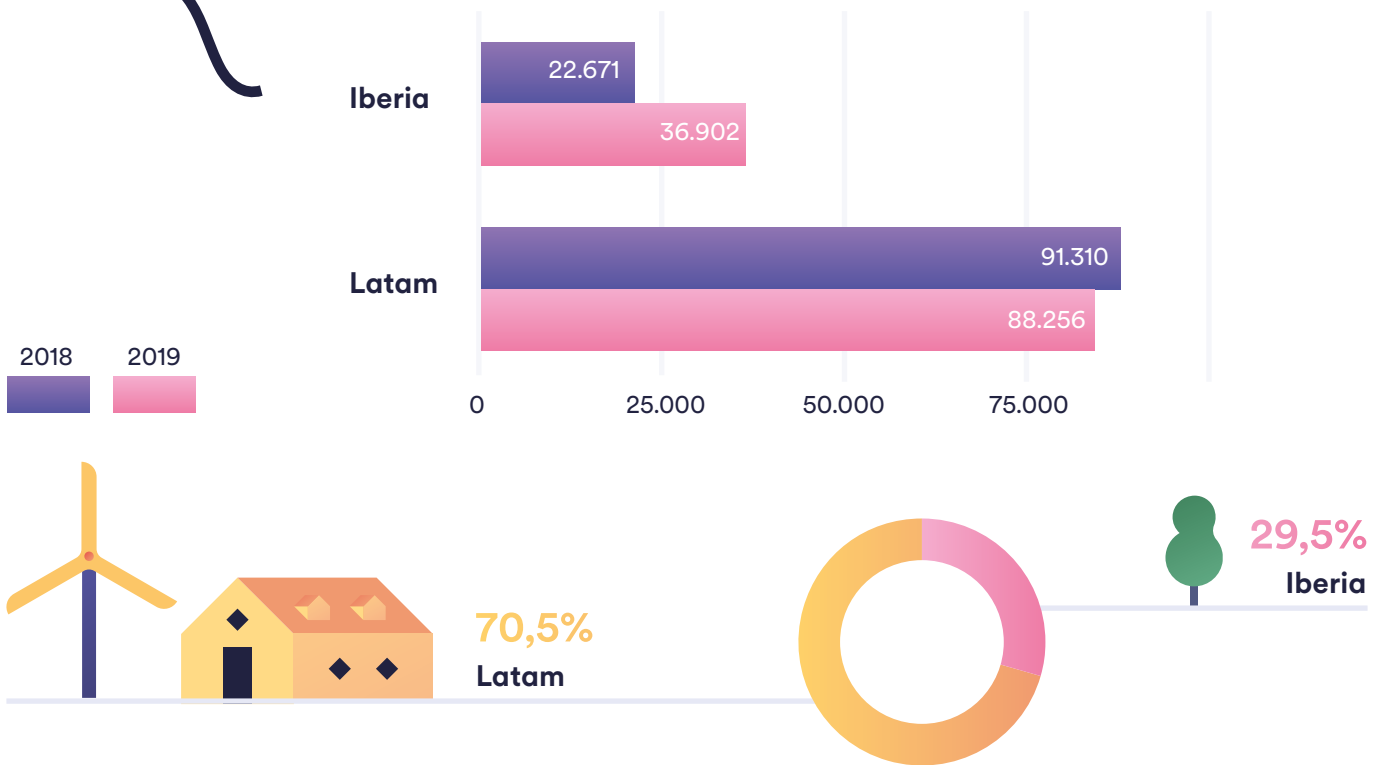
35. Como medida de provisión y garantía, nuestros viajes incluyen una tasa de seguridad y sostenibilidad –incluida en el precio final y detallada por separado–, destinada a mejorar la seguridad de la app, compensar la huella de carbono del viaje y generar un menor impacto medioambiental, entre otros.

En 2019, compensamos las 125.158 toneladas de CO<sub>2</sub> que generamos<sup>35</sup> –36.902 en España– a través de dos proyectos REDD+ (reducción de las emisiones debidas a la deforestación y la degradación de los bosques) en la Amazonía.

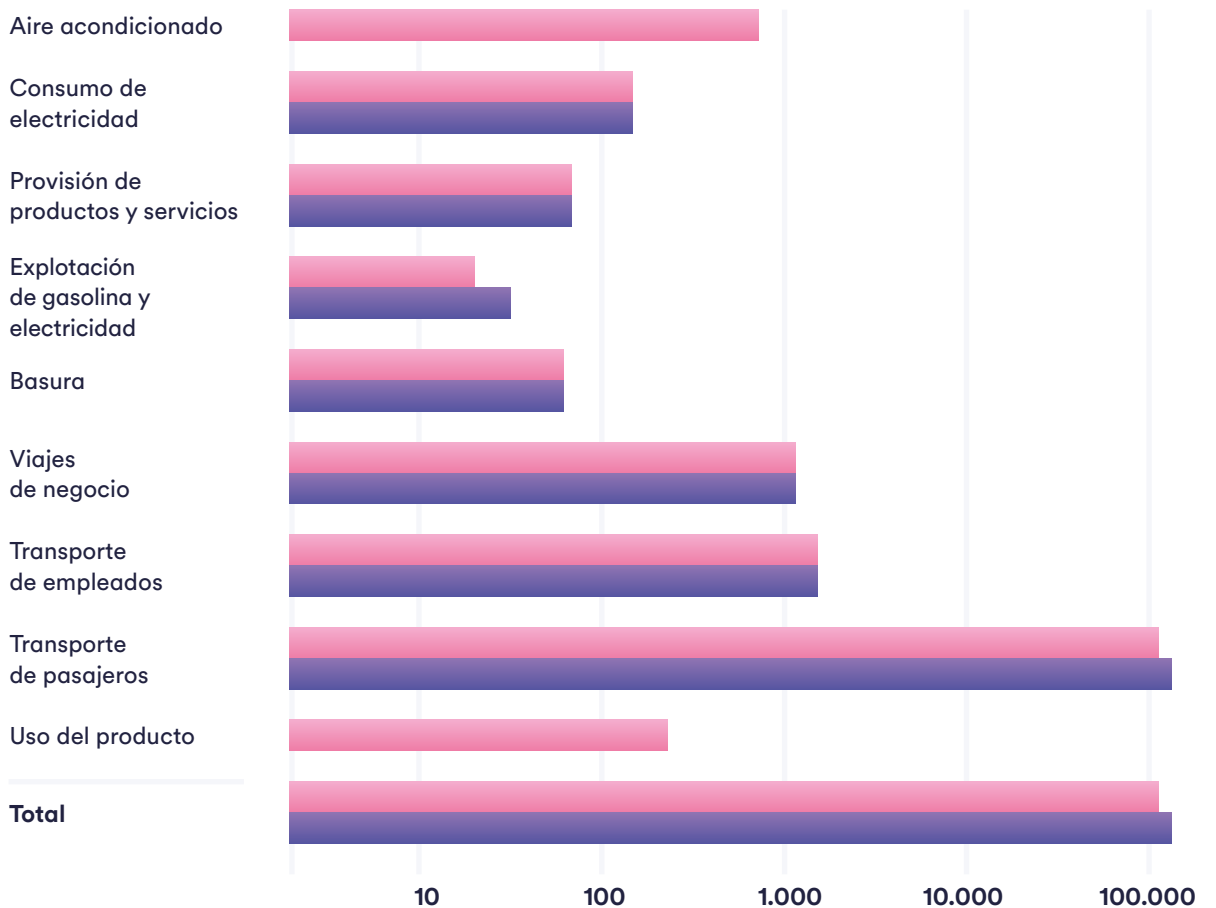
Trabajamos con First Climate para garantizar que cumplimos los siguientes estándares internacionales: Carbono Verificado (*Verified Carbon Standard*), Biodiversidad y Comunidad Climática (*Climate Community and Biodiversity Standard*) y Oro (*Gold Standard*).

65

### Emisiones en España, Portugal y Latinoamérica



### Emisiones globales por fuente (Tm CO<sub>2</sub>)

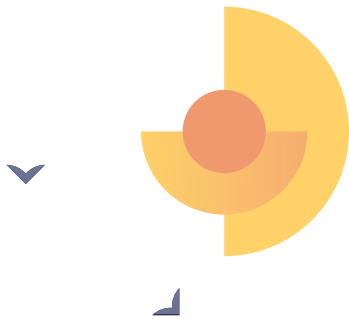


# Minimizamos nuestro impacto

66 

## Flota 100% eléctrica

Es nuestro compromiso para los próximos 5 años en España y en el resto de países donde operamos. Y cada vez tenemos la meta más cerca.



	ESPAÑA	LATAM
2019	Definimos el plan de transición de la flota desde modelos MCI (motores de combustión interna) a VE (vehículos eléctricos).	Colaboramos con BID Invest en México para acelerar nuestra transición hacia la movilidad eléctrica. En Chile, definimos un modelo operativo y establecimos alianzas para electrificar nuestra flota.
2020	Involucramos a nuestros partners en la implementación de vehículos eléctricos. El 42% de nuestra flota tiene ya Etiqueta ECO.	Desarrollamos alianzas y modelos para lograr una electrificación paulatina.
2025	Electrificación total de nuestra flota.	

Todas nuestras decisiones buscan minimizar el impacto ambiental que causa el transporte de viajeros.

## Menos kilómetros, menos huella

Para minimizar las emisiones de CO<sub>2</sub>, hemos implementado mejoras en nuestra aplicación. Nuestro nuevo algoritmo nos permite reducir los kilómetros en los que el conductor viaja sin pasajero y también optimizar al máximo los viajes, ya que hemos disminuido los tiempos de llegada y espera.

## Nos subimos a la COP25

Pudimos compartir nuestro compromiso ambiental con los asistentes de la 25ª Cumbre de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático, celebrada en diciembre en Madrid, gracias a BID Invest.

## Micromovilidad para las distancias cortas

Para garantizar desplazamientos urbanos más efectivos, cómodos y respetuosos con el medioambiente, nuestros usuarios pueden optar por moverse en patinetes y/o motos eléctricas a través del servicio MOVO. Porque no hay movilidad multimodal si no contemplamos también la micromovilidad.

## Zero waste

En la sede de Madrid, el proveedor de nuestra Kantina nos ayuda a calcular semanalmente la demanda y ajustar la oferta, evitando así el desperdicio de alimentos, por ejemplo, con un servicio de comida bajo demanda que reservamos a través de una app.



# 10.

## 2020: un futuro muy presente

Cabify Way:  
nuestro camino  
y compromiso 68

---

Un horizonte  
de objetivos 68


---

Cultura de  
evaluación para  
enfocar o rectificar 69

---



Nuestro futuro está dirigido por una visión concreta de la movilidad: sostenible, eficiente, accesible, respetuosa, inclusiva. Esta óptica guía la forma en que hacemos las cosas, el cómo. Aquí nuestro abordaje para 2020.

68 

## Cabify Way: nuestro camino y compromiso



Continuar siendo una plataforma de movilidad multimodal que se diferencia por su seguridad y la calidad de su servicio.



Con una propuesta de valor sostenible –económica, social y ambiental– que hace un buen uso de los recursos.



Aportando valor añadido, creando un mercado eficiente y duradero.

## Un horizonte de objetivos

### Crecimiento económico sostenible



Mantener la optimización en el uso de los recursos como base para lograr un impacto sostenible.



Mejorar nuestra eficiencia y las condiciones de seguridad, calidad y precio del servicio, equilibrando las necesidades del conductor al proveerlo y del pasajero al moverse.



Continuar creciendo en usuarios y conductores, manteniendo la calidad de nuestro servicio y la propuesta sostenible que nos caracteriza.



Perseverar en nuestra apuesta por la seguridad a través de una mejora continua de nuestro producto y servicio.



69

## Desarrollo social

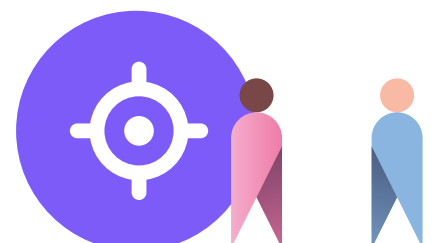
- 🚗 Incrementar nuestra base de conductores y su nivel de satisfacción, ofreciéndoles mejoras constantes en su experiencia.
- 🚗 Tener más mujeres al volante en Cabify, asegurándoles un entorno seguro, beneficios y facilidades para poder trabajar con nosotros.
- ♿ Trabajar juntos para mejorar la accesibilidad de nuestro producto.
- ★ Continuar ofreciendo nuestro servicio a usuarios que estiman nuestra promesa de valor y compromiso con la sostenibilidad, haciendo atractiva nuestra ética empresarial también a potenciales usuarios.
- 📁 Seguir mejorando Cabify como lugar y puesto de trabajo para nuestros empleados, manteniendo su motivación, dándoles oportunidades de desarrollo laboral y personal y reforzando su orgullo de pertenencia.

## Desarrollo ambiental

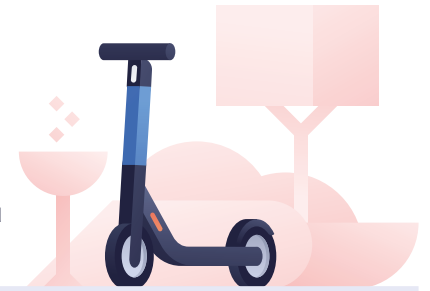
- 🎯 Persistir en la investigación e implementación de formas más eficientes y limpias de transporte.
- 📌 Continuar compensando las emisiones que no podemos minimizar.

# Cultura de evaluación para enfocar o rectificar

Estos compromisos los abordamos creando equipos multidisciplinares y con objetivos claros y medibles de forma trimestral. Utilizamos la metodología OKR, "Objectives & Key Results", como brújula para conseguirlo.



# 70



## Contenido del estado de información No Financiera

Ley 11/2018, índice de contenidos GRI y principios del Pacto Mundial

Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>				
<b>Una breve descripción del modelo de negocio que incluye su entorno empresarial, su organización y su estructura</b>	GRI 102-1 Nombre de la organización		2. Nuestra organización	7
	GRI 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios		3. Somos transparentes	2-9
	GRI 102-3 Ubicación de la sede		2. Nuestra organización	7
	GRI 102-7 Dimensión de la organización		2. Nuestra organización	5
	GRI 102-5 Propiedad y forma jurídica		2. Nuestra organización	7-8
<b>Mercados en los que opera</b>	GRI 102-6 Mercados y servicios		3. Somos transparentes	7-9
	GRI 102-7 Tamaño de la organización		2. Nuestra organización	5
	GRI 102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales		5. Nuestra estrategia de sostenibilidad	19-22
	GRI 102-4 Localización de las actividades		3. Somos transparentes	7-8
<b>Objetivos y estrategias de la organización</b>	GRI 102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones		1. Carta del CEO	2-3
<b>Principales factores y tendencias que pueden afectar su futura evaluación</b>	GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades		4. Retos y riesgos: pasado, presente y futuro	15-16
<b>Marco de reporting utilizado</b>	GRI 102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI		3. Somos transparentes	12
<b>Principio de materialidad</b>	GRI 102-46 Proceso de definición del contenido de la memoria		5. Nuestra estrategia de sostenibilidad	12, 19-22
	GRI 102-47 Lista de temas materiales		5. Nuestra estrategia de sostenibilidad	19-22



71

Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES</b>				
<b>Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo</b>	GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	<b>Principio 8</b> «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental»	4. Retos y riesgos: Pasado, presente y futuro	15
	GRI 103-2 Enfoque de Gestión	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»  <b>Principio 9</b> «Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente»	6. Cultura empresarial, 9. Impacto ambiental	29, 63-66

**Información general detallada**

<b>Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medioambiente y en su caso, la salud y la seguridad</b>	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	5. Nuestra estrategia de sostenibilidad	15
<b>Procedimientos de evaluación o certificación ambiental</b>	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	64-66
<b>Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales</b>	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	64-65
	GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	5. Nuestra estrategia de sostenibilidad	22
<b>Aplicación del principio de precaución</b>	GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	5. Nuestra estrategia de sostenibilidad	19-24



# 72



Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>Contaminación</b>				
<b>Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medioambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica</b>	GRI 305-7 NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	64-65
	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Efluentes y residuos)	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	64
	GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	4. Retos y Riesgos: Pasado, presente y futuro 5. Nuestra estrategia de sostenibilidad	15, 19-20
<b>Economía circular y prevención y gestión de residuos</b>				
<b>Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos</b>	GRI 306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	63-65
<b>Acciones para combatir el desperdicio de alimentos</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	66
<b>Uso sostenible de los recursos</b>				
<b>Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales</b>	GRI 303-3 Agua reciclada y reutilizada	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	64
<b>Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso</b>	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	63-64
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	64
	GRI 102-2 Enfoque de gestión (Energía)	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	63-64
<b>Consumo, directo e indirecto, de energía</b>	GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización (energía procedente de fuentes renovables y no renovables)	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	64
<b>Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética</b>	GRI 302-4 Reducción del consumo energético	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	63-64
<b>Uso de energías renovables</b>	GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización (energía procedente de fuentes renovables y no renovables)	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»	9. Impacto ambiental	63-65

Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
--	-------------------------	-------------------------	-----------------------	----------------------

**Cambio climático**

<p><b>Emisiones de gases de efecto invernadero generadas como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce</b></p>	GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	<p><b>Principio 8</b> «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental»</p> <p><b>Principio 9</b> «Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente»</p>	9. Impacto ambiental	64-66
	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	<p><b>Principio 8</b> «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental»</p>	9. Impacto ambiental	65-66
	GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	<p><b>Principio 8</b> «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental»</p>	9. Impacto ambiental	64-65
	GRI 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	<p><b>Principio 8</b> «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental»</p>	9. Impacto ambiental	64-65
<p><b>Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático</b></p>	GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	<p><b>Principio 8</b> «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental»</p> <p><b>Principio 9</b> «Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente»</p>	9. Impacto ambiental	64-66
	GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	<p><b>Principio 8</b> «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental»</p> <p><b>Principio 9</b> «Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente»</p>	9. Impacto ambiental	64-65
	GRI103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	<p><b>Principio 8</b> «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental»</p> <p><b>Principio 9</b> «Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente»</p>	8. Desarrollo social- Impacto social	61
<p><b>Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin</b></p>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Reducción de las emisiones GEI)	<p><b>Principio 8</b> «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental»</p> <p><b>Principio 9</b> «Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente»</p>	9. Impacto ambiental	64-65

# 74



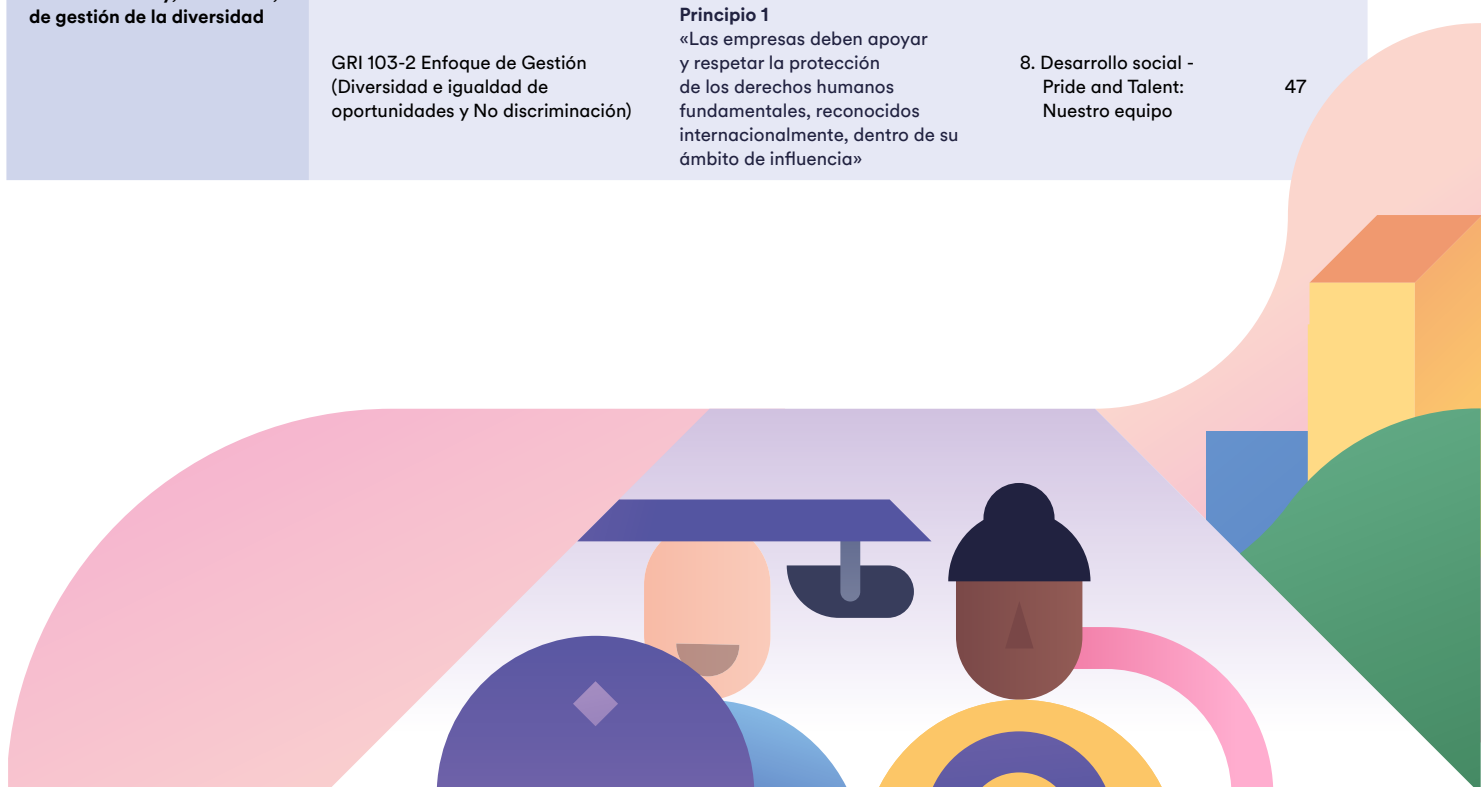
Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL</b>				
<b>Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Empleo)	<b>Principio 6</b> «Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	43-48
	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	<b>Principio 6</b> «Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación»	4. Retos y riesgos: pasado, presente y futuro, 8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	15, 43-48
<b>Empleo</b>				
<b>Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional</b>	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	<b>Principio 6</b> «Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	38-45
	GRI 405-1. b) El porcentaje de empleados por categoría laboral para cada una de las siguientes categorías de diversidad: sexo y grupo de edad	<b>Principio 6</b> «Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	39-42
<b>Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo y promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional</b>	GRI 102-8. c) El número total de empleados por tipo de contrato laboral (a jornada completa o a media jornada) y por sexo.	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	42
<b>Personas con discapacidad contratadas</b>	GRI 405-1. b) Porcentaje de empleados por categoría laboral para cada una de las siguientes categorías de diversidad (iii. Grupos vulnerables).	<b>Principio 6</b> «Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	39-44, 47
<b>Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional</b>	GRI 401-1.b) Número total y la tasa de rotación de personal durante el periodo objeto del informe, por grupo de edad, sexo y región (en lo relativo a despidos)	<b>Principio 5</b> «Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	42
<b>Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor</b>	GRI 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres para cada categoría laboral	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	39, 44-45
	GRI 102-35 Políticas de retribución	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	44-45
	GRI 102-36 Proceso para la determinación de la retribución (para el enfoque de gestión)	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	44-45
	GRI 403-1 Representación de trabajadores en comités de salud y seguridad conjuntos	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	6. Cultura empresarial 8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	28, 50

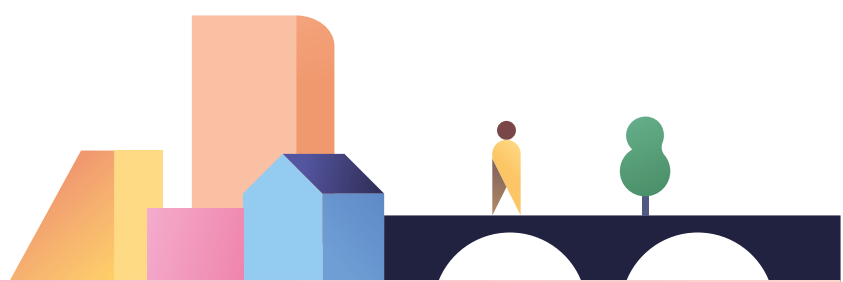


Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>Implantación de políticas de desconexión laboral</b>	GRI 201-3 Obligaciones derivadas de planes de beneficios sociales y otros planes de jubilación	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	45-46
	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (desconexión laboral)	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	45-46
<b>Organización en el trabajo</b>				
<b>Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Organización del trabajo)	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	46
	GRI 401-3 Permisos parentales	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	46
<b>Salud y seguridad</b>				
<b>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad)	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	50
	GRI 402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	43
	GRI 102-41 Acuerdos de negociación colectiva	<b>Principio 3</b> «Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	50
<b>Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo</b>	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades profesionales, días perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos relacionados a profesionales.	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	50
<b>Formación</b>				
<b>Políticas implementadas en el campo de la formación</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Formación y enseñanza)		8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	47-49
	GRI 412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos		8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	47
<b>Cantidad total de horas de formación por categoría profesional</b>	GRI 404-1 Horas medias de formación anuales por empleado		8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	47

# 76

Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>Integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad</b>	GRI 103-2 Enfoque de gestión	<b>Principio 6</b> «Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	47
<b>Igualdad</b>				
<b>Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades)	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	6. Cultura empresarial, 8. Desarrollo social- Pride and Talent: Nuestro equipo	29, 47
<b>Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No discriminación)	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	6. Cultura empresarial, 8. Desarrollo social- Pride and Talent: Nuestro equipo	29-30, 42, 47, 53
<b>Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad</b>	GRI 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	6. Cultura empresarial, 8. Desarrollo social- Pride and Talent: Nuestro equipo	28-29, 47
	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No discriminación)	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	47





Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>RESPECTO POR LOS DERECHOS HUMANOS</b>				
<b>Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Evaluación de Derechos Humanos)	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	47

**Aplicación de procedimientos de diligencia debida**

<b>Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos y prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos</b>	GRI 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	6. Cultura empresarial	26-27
	GRI 412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	7. Crecimiento económico sostenible	34
	GRI 412-2 Formación de los profesionales en políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	6. Cultura empresarial, 8. Desarrollo social- Pride and talent: Nuestro equipo	29, 47
	GRI 412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	7. Crecimiento económico sostenible	34
	GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	6. Cultura empresarial	27-28



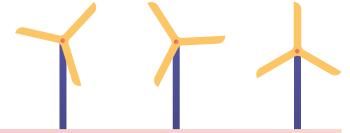
Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos</b>	GRI 103-2 Enfoque de gestión	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	7. Crecimiento económico sostenible	34
	GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas (denuncias recibidas y resolución)	<b>Principio 6</b> «Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación»	6. Cultura empresarial, 8. Desarrollo social - Nuestra App: Ágora de usuarios y conductores	28, 54
<b>Medidas implementadas para la promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil</b>	GRI 419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	<b>Principio 6</b> «Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación»	7. Crecimiento económico sostenible	34
	GRI 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	<b>Principio 2</b> «Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos»	7. Crecimiento económico sostenible	34
	GRI 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	<b>Principio 5</b> «Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil»	7. Crecimiento económico sostenible	34
	GRI 407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	<b>Principio 3</b> «Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva»	7. Crecimiento económico sostenible	50
	GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	<b>Principio 2</b> «Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos»	8. Desarrollo social - Pride and Talent: Nuestro equipo	57
<b>LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO</b>				
<b>Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Anticorrupción)	<b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	6. Cultura empresarial	29
	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	<b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	4. Retos y riesgos: pasado, presente y futuro	15
	GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	<b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	6. Cultura empresarial	29



Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno</b>	GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas (denuncias recibidas y resolución)	<b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	6. Cultura empresarial, 8. Desarrollo social - Nuestra app: Ágora de usuarios y conductores	28, 56-57
	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 205 Anticorrupción) - Al presentar el indicador 205-2 también cubre este requisito de la ley	<b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	6. Cultura empresarial	29
	GRI 205-1 Operaciones evaluadas en relación con riesgos relacionados con corrupción	<b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	6. Cultura empresarial	29
	GRI 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anti corrupción	<b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	6. Cultura empresarial, 8. Desarrollo social- Pride and Talent: Nuestro equipo	29, 47
<b>Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro</b>	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido (Inversiones en la Comunidad)	<b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	6. Cultura empresarial, 8. Desarrollo social - Impacto social	32-37, 60-61
<b>INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD</b>				
<b>Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo</b>	GRI 103-2 Enfoque de gestión	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	7. Crecimiento económico sostenible	31-33



# 80



Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</b>				
<b>El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local</b>	GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	5. Nuestra estrategia de sostenibilidad	19-24
	GRI 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»  <b>Principio 5</b> «Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil»	7. Crecimiento económico sostenible	34
	GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»  <b>Principio 9</b> «Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente»  <b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	7. Crecimiento económico sostenible	36
<b>El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio</b>	GRI 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	9. Impacto ambiental	64-65
<b>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos</b>	GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	8. Desarrollo social - Impacto social	60-61
	GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés (relativo a comunidad)	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	3. Somos transparentes	11

Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>Las acciones de asociación o patrocinio</b>	GRI 102-13 Afiliación a asociaciones	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	1. Carta del CEO	2-3
<b>Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Evaluación ambiental y social de proveedores)	<b>Principio 5</b> «Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil»  <b>Principio 2</b> «Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos»  <b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	7. Crecimiento económico sostenible	34
<b>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental</b>	GRI 102-9 Cadena de suministro	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	8. Desarrollo social - Nuestra app: Ágora de usuarios y conductores	55-58
	GRI 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	<b>Principio 2</b> «Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos»  <b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»  <b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	7. Crecimiento económico sostenible.  9. Impacto ambiental	34-63
	GRI 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	<b>Principio 5</b> «Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil»  <b>Principio 2</b> «Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos»  <b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	7. Crecimiento económico sostenible.	34

Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas</b>	GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	7. Crecimiento económico sostenible, 8. Desarrollo social - Nuestra App: Ágora de usuarios y conductores	38, 53-59
	GRI 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de valor y acciones desarrolladas	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente»  <b>Principio 8</b> «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental»  <b>Principio 9</b> «Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente»	9. Impacto ambiental	64-65

**Consumidores**

<b>Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad de los Clientes)	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	8. Desarrollo social - Nuestra App: Ágora de usuarios y conductores	51-59
	GRI 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios		8. Desarrollo social - Nuestra App: Ágora de usuarios y conductores	54
	GRI 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios		8. Desarrollo social - Nuestra App: Ágora de usuarios y conductores	51-59
<b>Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas</b>	GRI 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	8. Desarrollo social - Nuestra App: Ágora de usuarios y conductores	54
	GRI 418-1 Denuncias substanciales relacionadas con brechas en la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de clientes		8. Desarrollo social - Nuestra App: Ágora de usuarios y conductores	54

**Información fiscal**

<b>Los beneficios obtenidos</b>	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido (Inversiones en la Comunidad)	<b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	7. Crecimiento económico sostenible	31-36
<b>Los impuestos sobre beneficios pagados</b>	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido (en lo que afecta a pagos a administraciones públicas)	<b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	7. Crecimiento económico sostenible	31-36

# AENOR

## *Declaración de Verificación de Información No Financiera*

declaración de Verificación de AENOR para

**MAXI MOBILITY SPAIN, S.L.U.**

relativa al estado individual de información no financiera MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD  
CABIFY 2019

conforme a la ley 11/2018

correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre 2019

*La validez de esta declaración de verificación externa e independiente está supeditada a la presentación del acta de aprobación de la formulación del Estado de Información No Financiera verificado firmada por todos los Administradores de la sociedad obligada.*

En Madrid a 15 de abril de 2020



Rafael García Meiro  
Director General

# AENOR

MAXI MOBILITY SPAIN, S.L.U. (en adelante la organización) con domicilio social en: Calle PRADILLO, 42 28002 - MADRID y en su nombre, Juan DE ANTONIO RUBIO, en cargo de CEO, ha encargado a AENOR llevar a cabo una verificación bajo un nivel de aseguramiento limitado de su Estado de Información No Financiera (en adelante EINF) conforme a la Ley 11/2018 por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (en adelante, la Ley 11/2018).

Como resultado de la verificación efectuada AENOR emite la presente Declaración, de la cual forma parte el EINF verificado. La Declaración únicamente es válida para el propósito encargado y refleja sólo la situación en el momento en que se emite.

El objetivo de la verificación es facilitar a las partes interesadas un juicio profesional e independiente acerca de la información y datos contenidos en el EINF de la organización, elaborado de conformidad con la Ley 11/2018.

**Responsabilidad de la organización.** La organización tuvo la responsabilidad de reportar su estado de información no financiera conforme a la Ley 11/2018. La formulación y aprobación del EINF así como el contenido del mismo, es responsabilidad de su Órgano de Administración. Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error, así como los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF. La organización de acuerdo al compromiso formalmente adquirido, ha informado a AENOR que no se han producido, desde la fecha de cierre del ejercicio reportado en el informe no financiero hasta la fecha de la verificación, ningún acontecimiento que pudiera suponer la necesidad de realizar correcciones al informe.

**Programa de verificación conforme a ISO/IEC 17029:2019.** AENOR, de conformidad a la citada Ley, ha realizado la presente verificación como prestador independiente de servicios de verificación. La verificación se ha desarrollado bajo los principios de "enfoque basado en evidencias, presentación justa, imparcialidad, competencia técnica, confidencialidad, y responsabilidad" exigidos en la norma internacional ISO/IEC 17029:2019 "Evaluación de la conformidad - Principios generales y requisitos para los organismos de validación y verificación".

Igualmente, en el Programa de verificación, AENOR ha considerado los requisitos internacionales de acreditación, verificación o certificación correspondientes a las materias de información contempladas en la Ley:

- Reglamento Europeo EMAS (Verificación Medioambiental)

# AENOR

- SA 8000 (principios y derechos laborales internacionales conformes a la ILO (Organización Internacional del Trabajo), La Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención sobre los Derechos del Niño. SAAS Procedure 200)
- Sistema de Gestión Medioambiental (ISO 14001).
- Sistema de Gestión de Responsabilidad Social, esquemas IQNet SR 10 y SA8000.
- Sistema de Gestión de la Calidad (ISO 9001).
- Sistema de Gestión de la Energía (ISO 50001).
- Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (ISO 45001).

Adicionalmente, los criterios e información que se han tenido en cuenta como referencia para realizar el Programa de verificación han sido:

- 1) La ley 11/2018 de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.
- 2) La Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 22 de octubre de 2014 por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos.
- 3) La Comunicación de la Comisión Europea 2017/C 215/01, Directrices sobre la presentación de informes no financieros (metodología para la presentación de información no financiera).
- 4) La norma internacional ISO/IEC 17029:2019 Evaluación de la conformidad - Principios generales y requisitos para los organismos de validación y verificación.
- 5) Los criterios establecidos por la iniciativa mundial de presentación de informes de sostenibilidad en los estándares GRI cuando la organización haya optado por este marco internacional reconocido para la divulgación de la información relacionada con su desempeño en materia de responsabilidad social corporativa.

AENOR se exime expresamente de cualquier responsabilidad por decisiones, de inversión o de otro tipo, basadas en la presente Declaración.

Durante el proceso de verificación realizado, bajo un nivel de aseguramiento limitado, AENOR realizó entrevistas con el personal encargado de recopilar y preparar el EINF y revisó evidencias relativas a:

- Actividades, productos y servicios prestados por la organización.

# AENOR

- Consistencia y trazabilidad de la información aportada, incluyendo el proceso seguido de recopilación de la misma, muestreando información sobre la reportada.
- Complimentación y contenido del estado de información no financiero con el fin de asegurar la integridad, exactitud y veracidad en su contenido.
- Carta de manifestaciones del Órgano de Administración.

Las conclusiones por tanto se fundamentan en los resultados de ese proceso de carácter muestral, y no eximen a la Organización de su responsabilidad sobre el cumplimiento de la legislación que le sea de aplicación.

El personal involucrado en el proceso de verificación, la revisión de conclusiones y la decisión en la emisión de la presente Declaración, dispone de los conocimientos, habilidades, experiencia, formación, infraestructuras de apoyo y la capacidad necesarios para llevar a cabo eficazmente dichas actividades.

## **CONCLUSIÓN**

Basado en lo anterior, en nuestra opinión, no hay evidencia que haga suponer que el estado de información no financiera incluida en la MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD CABIFY 2019 y para el ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2019, no proporcione información fiel del desempeño de MAXI MOBILITY SPAIN, S.LU., en materia de responsabilidad social conforme a la Ley 11/2018. En concreto, en lo relativo a cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal, incluida la gestión de la igualdad, la no discriminación y la accesibilidad universal, los derechos humanos, lucha contra la corrupción y el soborno y la diversidad.



