

LOGIFRUIT

Memoria de Sostenibilidad

2019

GREEN LOGISTICS



Índice

01

Carta del CEO

3

02

Modelo de negocio responsable y sostenible

2.1. Principales datos	7
2.2. Historia y principales hitos	9
2.3. Misión, visión y valores	10
2.4. Ejes estratégicos	11
2.5. Aportación de valor en la cadena de suministro	13
2.6. Compromiso con la sostenibilidad	15
2.7. Identificación y relación con grupos de interés	17

03

Buen gobierno

3.1. Equipo directivo	19
3.2. Gestión del riesgo	20
3.3. Marco ético	21

04

Clientes

4.1. Presencia local y proyección internacional	23
4.2. Innovación	25
4.3. Salud y seguridad de nuestros productos	26

05

Relaciones humanas

5.1. Principios de gestión	29
5.2. Balance del ejercicio y retos de futuro	30
5.3. Igualdad de oportunidades y conciliación	32
5.4. Atracción de talento y formación	33
5.5. Diálogo social	34
5.6. Salud y seguridad laboral	35

06

Proveedores

6.1. Principios de gestión	37
6.2. Sostenibilidad en la cadena de proveedores	38

07

Sociedad

7.1. Principios de gestión	40
7.2. Balance del ejercicio	41

08

Medio ambiente

8.1. Principios de gestión	44
8.2. Consumos, residuos y huella de carbono	45

09

Información complementaria

9.1. Acerca de este informe	48
9.2. Análisis de materialidad	49
9.3. Índice de contenidos GRI	50

01 Carta del CEO



Carta del CEO

Pedro Ballester, CEO de Logifruit



Una vez más, el excelente desempeño de las personas que componen el equipo ha logrado satisfacer las expectativas de nuestros grupos de interés. El 2019 ha sido un año de buenos resultados para Logifruit.

Desde 1996 ofrecemos un servicio logístico de calidad a nuestros clientes mediante el alquiler de envases reutilizables. A lo largo de estos años hemos focalizado nuestros esfuerzos en mejorar los procesos productivos logrando hacer más eficiente nuestro método de trabajo. Hoy, la compañía cuenta con una red logística estratégicamente distribuida en España y Portugal. Las catorce localizaciones nos permiten ofrecer el mejor servicio posible a nuestros clientes, con unas instalaciones altamente automatizadas y tecnología de última generación.

Me complace destacar el inicio de nuestra actividad en Póvoa de Varzim (Portugal). Este hecho supone el establecimiento de la compañía fuera de nuestras fronteras y sienta las bases para ampliar

nuestra presencia internacional. Es un proyecto que acometemos con ilusión junto a Mercadona y que constituye una prueba más de la robustez del modelo de Economía Circular sostenible de Logifruit.

La calidad, la proximidad y la innovación han orientado nuestra estrategia comercial y las relaciones con nuestros clientes. Esta estrategia nos ha hecho incrementar cerca de un 6% el número de clientes con respecto al año anterior.

A lo largo del 2019, en nuestro afán por dar un servicio de calidad y permanecer próximos a nuestros clientes, hemos renovado nuestra imagen corporativa con la intención de comunicar la identidad y el progreso de nuestra empresa de una manera clara, cercana y honesta. Este cambio nos ha dado la oportunidad de crear un nuevo portal web que permite a nuestros clientes operar más fácilmente y conectar con nuestros colaboradores. Ellos son el pilar fundamental de la compañía, es el equipo quien lidera el cambio y la evolución de Logifruit, motivo por el cual invertimos más de 383.000 euros en formación anualmente. Acompañamos así el crecimiento profesional y personal de cada uno de los colaboradores que contribuimos con nuestro trabajo diario al crecimiento sostenible de Logifruit. Nuestro compromiso con las personas y la apuesta por un entorno de trabajo seguro, estable y atractivo se ve respaldada por las cifras. En 2019, la plantilla creció más de un 2%, alcanzando los 1.185 colaboradores. Quiero aprovechar esta carta para agradecer, una vez más, la labor y el esfuerzo de todos nuestros profesionales, protagonistas de los éxitos que la empresa ha cosechado en estos años.

“

Desde 1996 ofrecemos un servicio logístico de calidad a nuestros clientes mediante el alquiler de envases reutilizables.

”

Carta del CEO

Pedro Ballester, CEO de Logifruit

RESULTADOS 2019

Logifruit ha cumplido con los objetivos fijados a principios de 2019 gracias a una excelente ejecución de los proyectos y a su modelo de mejora continua. **La compañía cerró el ejercicio 2019 con unos ingresos de 130,54 millones de euros, un 6,3% más respecto al año anterior, mejorando igualmente el beneficio.** El incremento de los ingresos y el beneficio neto es consecuencia del aumento de la actividad y de los menores costes, y confirma la senda de crecimiento de la compañía.

COMPROMISO SOSTENIBLE

La sostenibilidad está en el mismo ADN de Logifruit. **Desde el inicio de su actividad, Logifruit diseñó un modelo de crecimiento sostenible basado en el máximo aprovechamiento de los recursos.** Nuestro compromiso con la sostenibilidad ha seguido avanzando a medida que hemos ido creciendo, como queda patente en los compromisos asumidos por Logifruit, especialmente con la renovación de nuestra adhesión al Pacto Mundial de la ONU y el cumplimiento de sus Diez Principios, así como nuestra labor para colaborar en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Para ello, y con el objetivo de dejar una huella positiva en nuestro entorno, seguimos invirtiendo en innovación y en la aplicación de soluciones tecnológicas para conseguir reducciones significativas en consumos de CO₂, optimizamos nuestras rutas de transporte y buscamos la mejora continua de los flujos de trabajo para seguir reduciendo los consumos de agua y energía de nuestros procesos. Buena muestra de este compromiso ha sido nuestra

adhesión al programa Lean&Green, la mayor plataforma europea de colaboración dirigida a reducir las emisiones asociadas a la cadena de suministro y por la cual nos proponemos reducir en un 20% nuestras emisiones en tres años.

Cada año que pasa, hacemos más hincapié en los principios de la Economía Circular para la consecución de todos estos compromisos en nuestra red de plataformas logísticas.

AFRONTANDO EL AÑO 2020

Sibien este informe hace referencia al año 2019, en el momento de escribir estas líneas seguimos inmersos en una crisis sanitaria y económica global sin precedentes. Gracias al trabajo realizado por nuestro comité de crisis en alertas previas al Covid-19, pudimos afrontar con previsión este doble reto. En primer lugar, hemos podido tomar las medidas necesarias para proteger a nuestros colaboradores con una amplia batería de medidas, desde proporcionar material sanitario de protección y adaptar las instalaciones, hasta instaurar el teletrabajo en aquellos puestos en los que no sea necesaria la presencia física. Asegurando su bienestar, aseguramos la buena marcha de nuestra actividad.

En segundo lugar, pudimos absorber el incremento de volumen de trabajo registrado durante el inicio del confinamiento en España, cuando los consumidores hicieron compras masivas por temor a un desabastecimiento en los supermercados. Esta situación no llegó a producirse gracias a que los productores de bienes de primera necesidad y los operadores logísticos, no sólo nos mantuvimos activas, sino que incrementamos el ritmo de trabajo para atender la alta demanda. **Este magnífico trabajo ha consolidado a la distribución española como una referencia internacional en la**

respuesta a la excepcionalidad del Covid-19, convirtiendo a España en líder mundial con una tasa de disponibilidad del 96,2%. No nos cabe duda de que la distribución va a salir fortalecida de la crisis, y nosotros con ella.

Con vocación de futuro y en el desarrollo de nuestra estrategia, seguimos coinnovando junto a nuestros clientes y proveedores, con proyectos focalizados en la mejora de la calidad del servicio, el ecodiseño de los envases o en desarrollos tecnológicos específicos de nuestros procesos.

Nuestra compañía seguirá afrontando los nuevos retos y trabajando para contribuir a crear una realidad más sostenible, justa y generadora de riqueza para todos, alcanzando los nuevos objetivos que nos planteemos y adelantándonos a las necesidades de la industria para aprovechar todas las oportunidades, como hemos hecho hasta ahora.

D. Pedro Ballester Fernández

02

Modelo de negocio responsable y sostenible

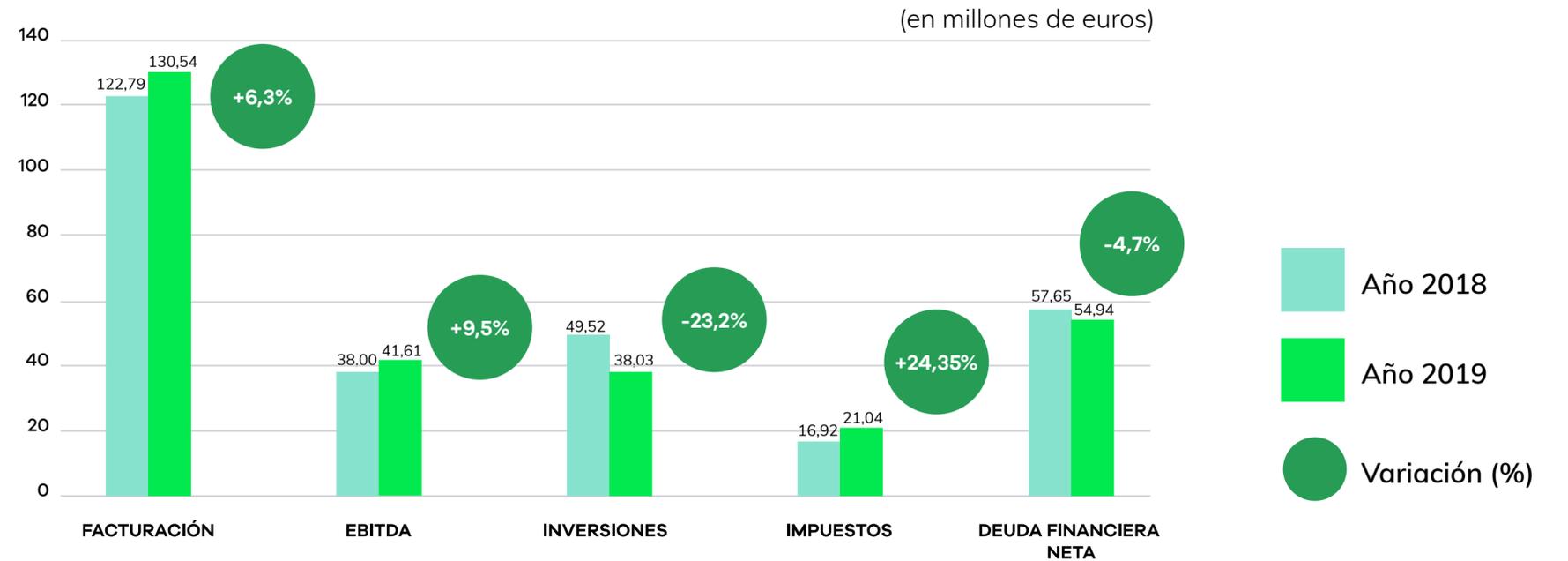


2.1. Principales datos

DATOS SOCIETARIOS

Denominación	LOGIFRUIT, S.L
Dirección	Av. de las Cortes Valencianas, 37 Esc. A 1º Of. 2, Valencia, 46015
Teléfono	+34 96 380 31 79
Página web	www.logifruit.es
Actividad	Proveedor de servicios logísticos especializado en la gestión de envases reutilizables.
Mercados	Presente en España y Portugal, Logifruit da también servicio a empresas de la Unión Europea y norte de África.

MAGNITUDES FINANCIERAS



La compañía continuó con un crecimiento sostenible y sostenido durante el ejercicio 2019, gracias a un aumento de la actividad y a la excelente productividad de sus procesos.

SERVICIO A CLIENTES

NÚMERO DE CLIENTES

5,64 %
VARIACIÓN

Año 2019: 1.011
Año 2018: 957

ENVASES

0,77 %
VARIACIÓN

Año 2019: 17.535.831
Año 2018: 17.401.971

VENTAS EN EUROS

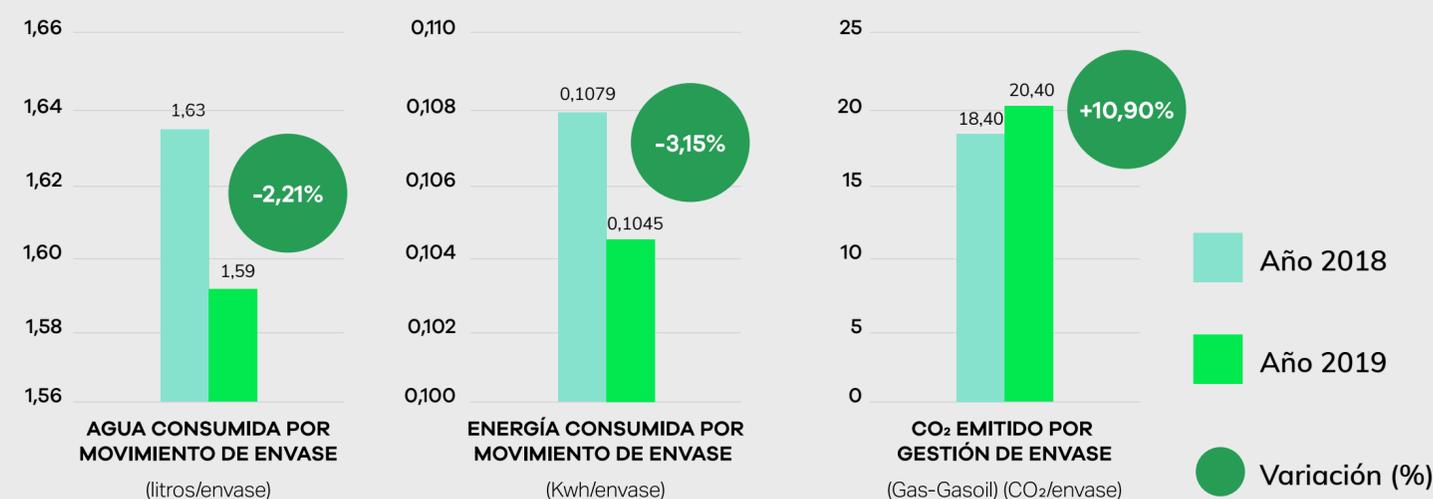
6,31 %
VARIACIÓN

Año 2019: 130.538.481
Año 2018: 122.792.876

RELACIONES HUMANAS

	2019	2018
Número de empleados	1.185	1.157
Diversidad	705 Hombres 480 Mujeres	706 Hombres 451 Mujeres
Creación neta de empleo	28	47
Incremento empleo respecto 2018	2,42%	4,24%
Horas de formación	10.633	11.000
Rotación	15,12%	17,75%
Tasa de absentismo	3,05%	2,28%

MEDIO AMBIENTE



VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

[201-1]

	2019	2018
Valor económico generado (millones de euros)	130,54	122,79
Valor distribuido (millones de euros)		
Accionistas [dividendos]	0,96	0,85
Proveedores [gastos operativos]	55,68	55,72
Sociedad [impuestos]	21,04	16,92
Empleados	35,61	32,51
Proveedores de capital [gastos financieros]	1,07	1,08
Acción social [aportaciones fundaciones, ONG...]	0,11	0,09
Reservas [valor retenido]	25,66	21,89

2.2. Historia y principales hitos

El nacimiento de Logifruit

Logifruit inicia su actividad como operador logístico para dar servicio a los proveedores de frutas y verduras de Mercadona, con el propósito de crear un modelo sostenible, ecológico y económico.

Innovando en producto

Introducimos el palé de plástico higienizable en la distribución alimentaria en España y lanzamos al mercado nuestro primer modelo de caja plegable. Iniciamos la internacionalización.

Comprometidos con los valores humanos

Logifruit visibiliza su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa y, en su compromiso con la sociedad, se adhiere a los Objetivos de Desarrollo Sostenible del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Vitoria: Plataforma 100% automatizada

Inauguramos nuestra decimotercera plataforma en Vitoria. Nuestra cartera de clientes crece hasta los 846, la plantilla supera los 1.000 colaboradores, las ventas alcanzan los 112 millones de euros. Trabajamos con compañías de 9 países.

Logifruit: rediseñando la logística

Iniciamos la andadura en Portugal y seguimos extendiendo por el mundo nuestro modelo de movilidad sostenible.

1996

2000

2005

2007

2011

2016

2017

2019

2020

Consolidación de un modelo logístico

Logifruit mueve 26 millones de envases y la plantilla alcanza los 125 colaboradores. La cartera de clientes abarca multitud de sectores (carne, pescado, huevos...).

Crecimiento sostenible y sostenido

Lanzamos el medio palé de plástico, higienizable, reutilizable y totalmente reciclable. Participamos en la creación del Clúster de Envase y Embalaje de la Comunidad Valenciana.

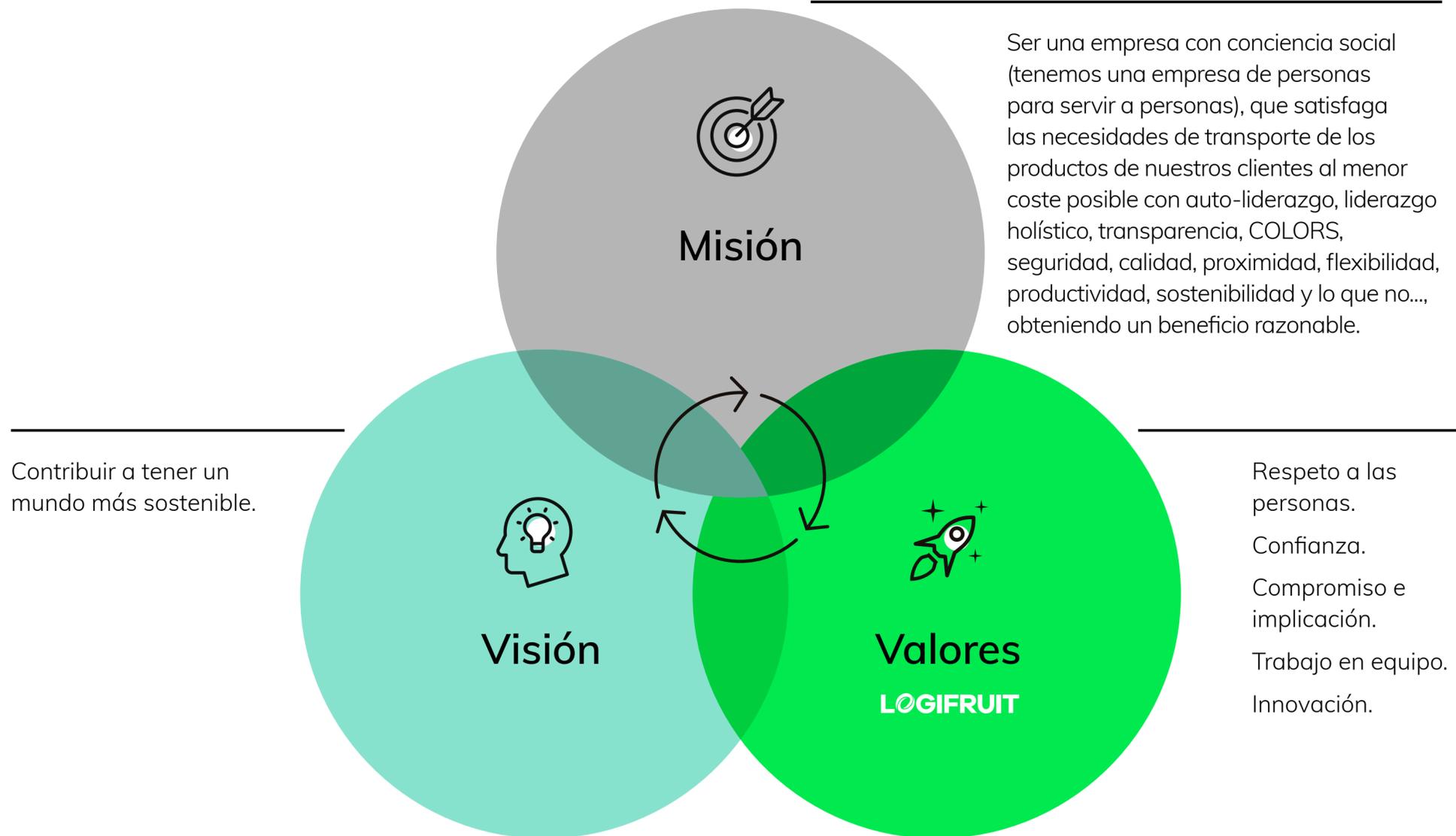
Aniversario de un modelo circular

Logifruit cumple veinte años con un modelo de calidad total sustentado en el crecimiento sostenible, liderando la Economía Circular.

Innovación en el ADN

Logifruit afianza su posición como empresa innovadora, siendo reconocida por la "London Stock Exchange" como una de las empresas europeas con más potencial de crecimiento dentro de la iniciativa "1000 Companies to inspire Europe".

2.3. Misión, visión y valores



El modelo de gestión de Logifruit está basado en la Calidad Total, satisfacer con la misma intensidad a los cinco componentes que forman parte del modelo: cliente, colaborador, proveedor, sociedad y capital. Además, posee una serie de valores sociales, medioambientales y económicos que constituyen la ética corporativa sobre la que se sustenta el modelo de negocio.

El primer paso hacia la Calidad Total pasa por las personas que forman nuestro equipo y que tienen como brújula profesional los valores corporativos que definen a Logifruit.

Un conjunto de valores que solo con una plantilla que los posea se conseguirá que el trabajo se haga fundamentado sobre unos principios clave para las personas: autoliderazgo (responsabilidad), liderazgo holístico, transparencia, seguridad, calidad, proximidad, productividad, flexibilidad, sostenibilidad y "Lo que no...".

Los resultados alcanzados durante estos 20 años han sido posibles gracias a la confianza y proximidad con los clientes, al esfuerzo e implicación en la realización del trabajo rutinario de los colaboradores y al compromiso y colaboración cercana de los proveedores.

2.4. Ejes estratégicos

ENTORNO DE NEGOCIO

Al comenzar el año, las previsiones del sector eran optimistas y se esperaba mantener el crecimiento en línea a lo registrado en 2018 y 2019. El advenimiento de la crisis del Covid-19 trastocó todas las previsiones e introdujo un alto nivel de incertidumbre.

De todos los sectores industriales, el de la distribución alimentaria es seguramente el menos afectado por la pandemia del Covid-19 en España. Las medidas de confinamiento, que supusieron el cierre de industrias enteras, no se aplicaron a la industria alimentaria por tratarse de bienes de primera necesidad. Eso, unido a las compras de abastecimiento para afrontar los encierros en casa, ha supuesto que en la primera mitad de 2020 las cifras de gran consumo hayan registrado un aumento del 13,9% respecto al primer semestre de 2019, según datos del Balance de la Distribución y Gran Consumo en España publicado por Kantar en junio de 2020. Los datos de 2019 sobre gran consumo registraron un aumento anual del 1% en el valor de compra, a pesar de que el volumen de compra había descendido un 0,9% (sobre todo por la alimentación envasada, que cayó un 1,2%). Es de prever que en 2020 fluya hacia las cadenas de distribución el consumo perdido por la restauración debido a las medidas para evitar contagios, aunque todavía es pronto para conocer el impacto que tendrá en el consumo de las familias la crisis económica desencadenada por la pandemia.



Fuente: Kantar.

Las medidas de confinamiento introdujeron dos cambios en las preferencias de los consumidores a la hora de elegir dónde hacer sus compras. Por un lado, las cadenas de supermercados regionales aumentaron un 0,7% su cuota de mercado por la ventaja que supone la proximidad en un escenario en el que los consumidores prefieren evitar largos desplazamientos y tienen una movilidad reducida. Ese mismo razonamiento es el que ha impulsado el otro cambio importante: el asentamiento de la venta *online*, que ha crecido en la fase de confinamiento y también durante la fase de desescalada, con casi cuatro veces más compradores recurrentes que los registrados al inicio del año. Es de esperar, si los consumidores españoles siguen el patrón de otras partes del mundo -especialmente China-, que los compradores que han empezado a usar el canal online durante el confinamiento mantengan su uso una vez pasada la pandemia. Otro de los cambios en los patrones de consumo observados durante los meses de restricciones sanitarias ha sido el incremento de ventas en productos frescos.

La pandemia por Covid-19 también ha tenido un efecto en el marco normativo, específicamente en la legislación mercantil y laboral, que, en el momento de elaborar este documento, introduce un alto grado de incertidumbre y dificulta la adopción de decisiones relevantes.

UNA ESTRATEGIA SOSTENIBLE APOYADA EN PERSONAS, INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

La sostenibilidad está presente dentro de la propia esencia de Logifruit y en el desarrollo de su estrategia. **Los nuevos retos de la empresa siempre se afrontan buscando un crecimiento sostenible y sostenido, sustentado en tres pilares estratégicos:**

1) Personas. En ellas reside la capacidad de liderar, de adaptarse a los cambios y de progresar. Por eso las

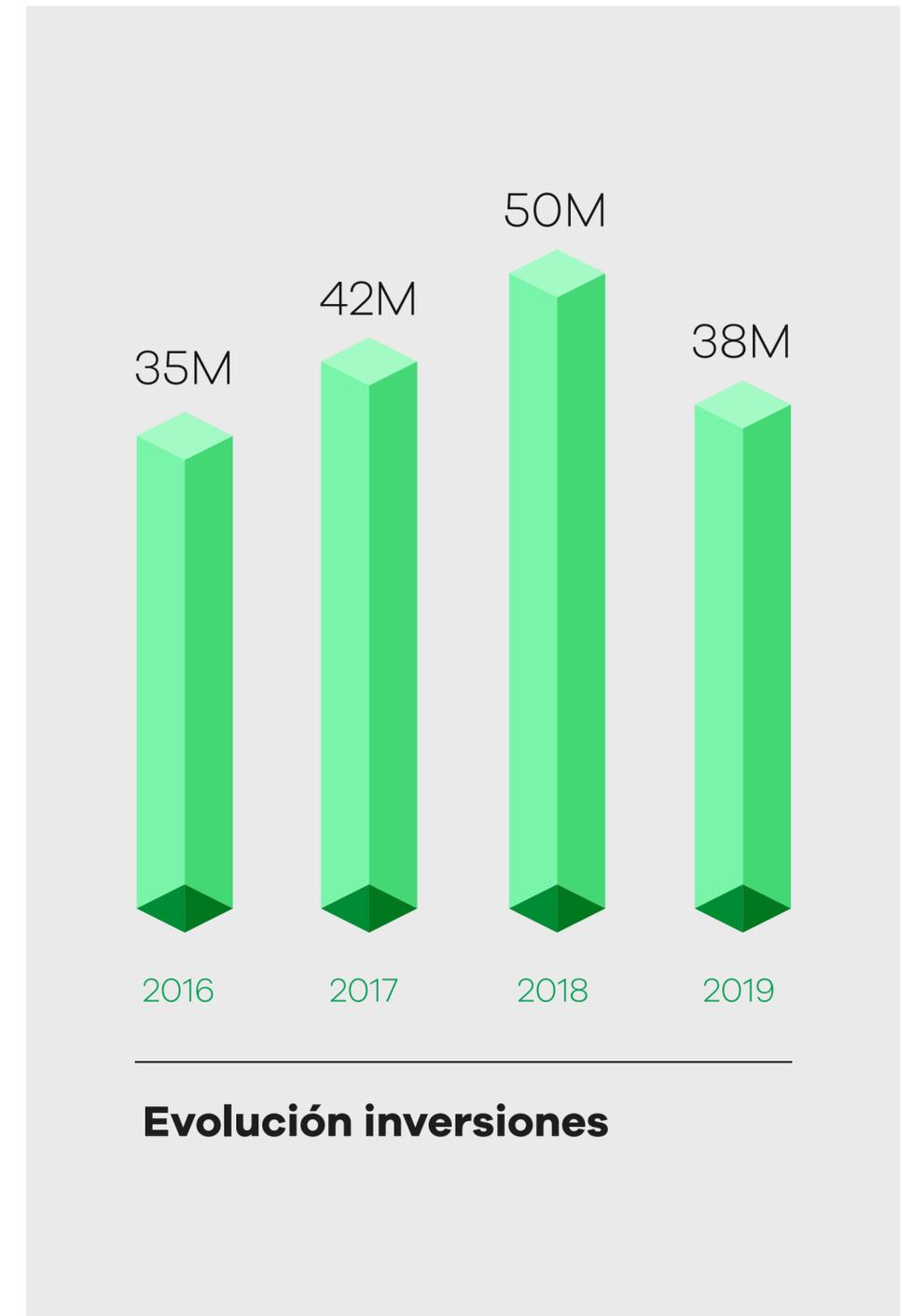
actuaciones de Logifruit se orientan a **captar y retener el mejor talento** con un entorno de trabajo atractivo y seguro, priorizando la formación de sus colaboradores y la promoción interna.

2) Innovación. Para mantener la máxima calidad, Logifruit tiene que ser capaz de **anticiparse a las necesidades de sus clientes, lo que implica mantener un proceso de innovación constante** en el que intervengan todos los partícipes del modelo (cliente, colaborador, proveedor, sociedad y capital). La compañía articula esta necesidad de escucha activa a través de su Modelo de Calidad Total, que desemboca en la creación, de la mano de sus clientes, de redes de suministro cada vez más optimizadas y sostenibles.

3) Tecnología. Este pilar está encaminado a reforzar los dos anteriores: la tecnología es una herramienta para hacer más fácil y eficiente el trabajo de las personas, y es la clave para sustentar la innovación. Logifruit trabaja cada día en aumentar el grado de digitalización de todos los procesos, tanto administrativos como logísticos, lo que, unido al uso de tecnologías disruptivas en su sector, logra que sea percibido por clientes y proveedores como un *partner* logístico tecnológico con el que crecer.

INVERSIONES

Dentro de su apuesta estratégica, **Logifruit realizó inversiones en 2019 por valor de 38 millones de euros, muchas de ellas en estrecha colaboración con los proveedores y clientes.** En línea con la estrategia de la compañía, el grueso de estas inversiones fue destinado a la compra de maquinaria para incrementar la automatización de los procesos y reducir el esfuerzo físico de los colaboradores.



2.5. Aportación de valor en la red de suministro

La presencia de Logifruit en la red de suministro es continua, abarcando desde los envases y el transporte de bienes de consumo, hasta su disposición en el lineal de venta. Dentro de este proceso transversal, la labor de la compañía se encuadra en el ámbito de la Economía Circular.

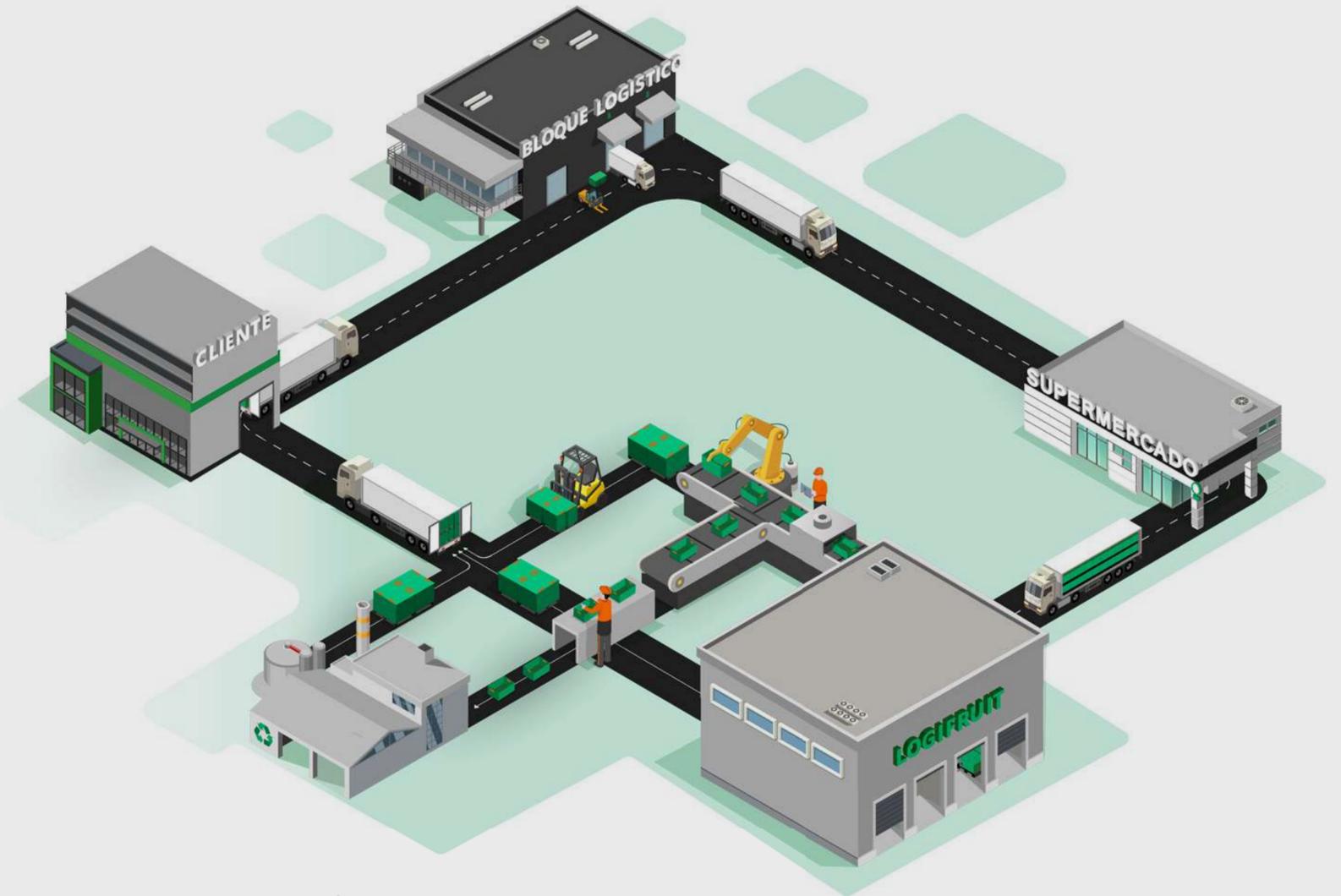
Además, Logifruit trabaja para maximizar la sostenibilidad en todos sus procesos, desarrollando estrategias y planes de optimización con el objetivo de optimizar y racionalizar el uso de recursos.

De esta forma, Logifruit se sitúa en la posición inicial y final del ciclo del envase. Desde sus instalaciones los envases son enviados a los proveedores de Mercadona, que los llenan de producto y envían a las plataformas logísticas de Mercadona. Desde los bloques se envían los pedidos con los envases Logifruit a las tiendas y, desde allí, retornan a las instalaciones de Logifruit para comenzar nuevamente el ciclo.

La intermediación de Logifruit permite a sus clientes obtener ahorros en recursos y tiempo debido a las sinergias que la compañía genera como especialista en la logística de envases.

Los principales sectores con los que trabaja la empresa son las frutas y verduras, carnes y embutidos, droguería y limpieza, cereales y frutos secos, panadería y bollería, pescados y mariscos, pastas y legumbres, las conservas y salazones, los helados y la comida refrigerada, perfumería y cosmética, aceites, especias y condimentos, bebidas alcohólicas y analcohólicas, azúcar y café, huevos, lácteos y derivados, y proveedores de embalajes.

Logifruit, en aras de acompañar a sus clientes y satisfacer sus necesidades, se instala en localizaciones próximas, lo cual no solo redundará en una optimización de las redes de suministro, sino que también ayuda al desarrollo económico de las comunidades en donde se asientan. Las inversiones de la compañía también se enfocan a eliminar o reducir el esfuerzo físico de los colaboradores, automatizar sus distintas tareas y facilitar su trabajo, lo que permite aumentar su eficiencia, mejorar las condiciones de trabajo y fomentar el empleo estable.





PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES SECTORIALES [102-13]

La participación de Logifruit en el ámbito económico y sectorial también se canaliza a través de su participación y colaboración en diversas asociaciones e instituciones.

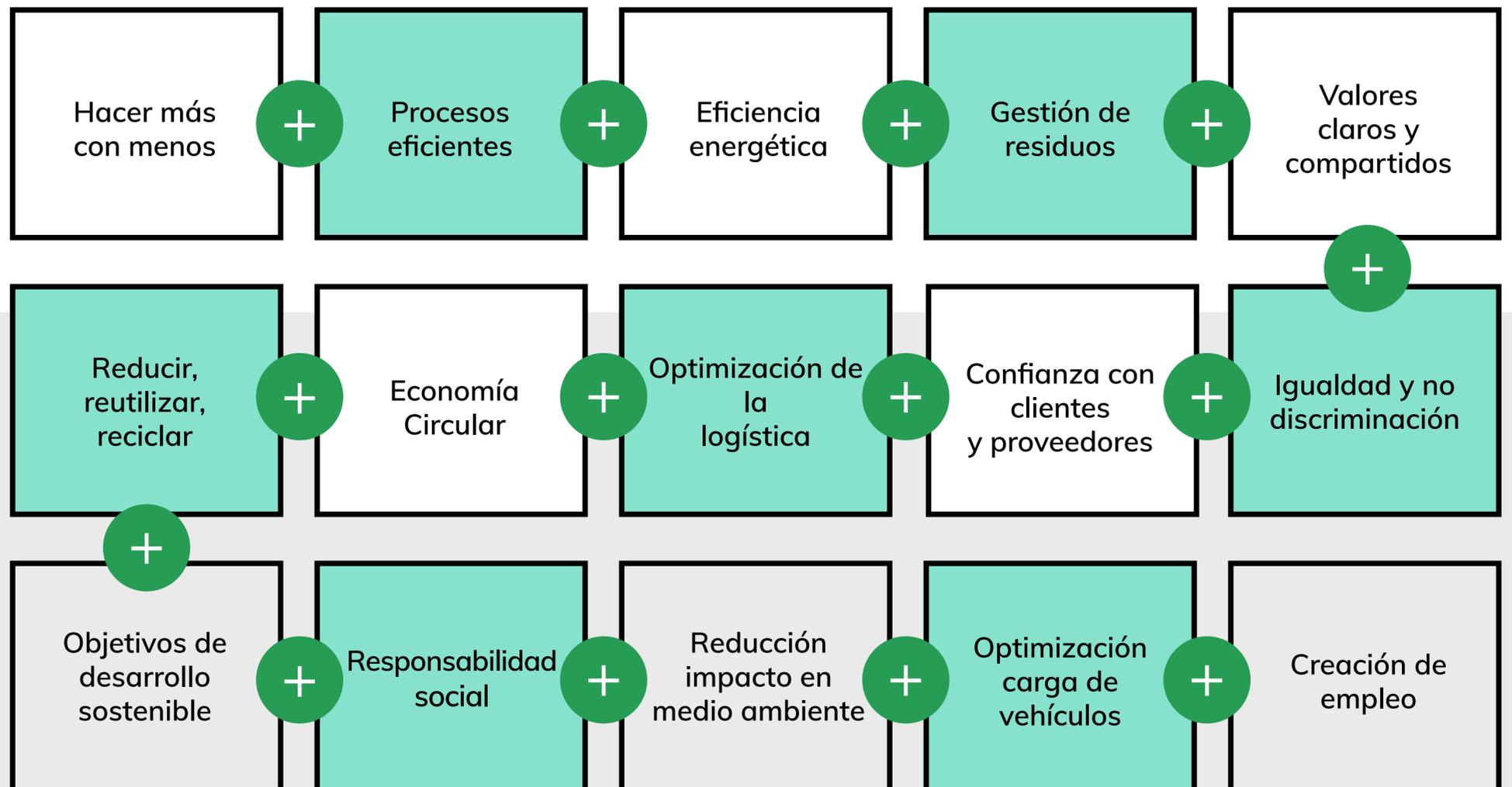
Academia de la Ciencia (AICTEH)	CEV
ADL	Consumer Goods Forum
AECOC	Cluster Envase y Embalaje
AED	EDEM
AEDIPE	Fundación Conexus
AINIA	Fundación ÉTNOR
ETP-Alice	ITENE
APD (Asociación para el Progreso de la Dirección)	ITI (Instituto Tecnológico Informática)
ARECO	IVEFA
ASNIE	Logistop
Ateneo Mercantil de Valencia	Propeller Valencia
Big Ban Angels	REDIT
Cámara de Comercio de Valencia	UNO
CIMA	5 al día
CEL (Centro Español de Logística)	

2.6. Compromiso con la sostenibilidad

Logifruit sigue creciendo constantemente y de forma sostenible, apoyándose en su estrategia de responsabilidad social. La empresa ha apostado siempre, desde su apertura en 1996, por una gestión basada en la Economía Circular, que prima el aprovechamiento de recursos y la reutilización todos sus envases con un claro retorno social, medioambiental y económico.

La reducción del impacto en el medio ambiente y el incremento de la protección del entorno, con la optimización de los consumos de agua, energía y productos de limpieza e higienización, siempre han sido pilares fundamentales para la actividad sostenible de Logifruit.

Las decisiones que ha tomado la dirección de Logifruit durante el año 2019 han tenido en cuenta el principio de precaución, de modo que todas las operaciones no tengan ningún riesgo social, medioambiental o económico para los principales grupos de interés de la organización.





Logifruit está adherida al Pacto Mundial para la defensa de los valores fundamentales en materia de Derechos Humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Como socio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, desde el año 2016, ha adoptado diez de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la configuración de las líneas estratégicas de la compañía y en sus procesos productivos.



Erradicación de la pobreza



Lucha contra el hambre



Educación de calidad



Igualdad de género



Agua y energías



Empleo digno y crecimiento económico



Innovación e infraestructuras



Reducción de las desigualdades



Consumo responsable



Alianzas para el logro de objetivos

Además, Logifruit es firmante del Pacto Nacional por una Economía Circular, una iniciativa impulsada desde los Ministerios de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente y de Economía, Industria y Competitividad para facilitar la transición hacia un nuevo modelo de economía que promueva el consumo responsable y sostenible, la reducción del uso de recursos naturales y el desarrollo del ecodiseño.

El Comité de Dirección de Logifruit es el encargado de hacer efectiva la Política de Responsabilidad Social Corporativa de la compañía, impulsando acciones y gestionando los aspectos empresariales que recoge esta política.

2.7. Identificación y relación con los grupos de interés



Para Logifruit es muy importante la relación fluida con los distintos grupos de interés, que son tenidos siempre en cuenta en su estrategia; por lo que sus opiniones y decisiones impactan constantemente en la actividad de la empresa.

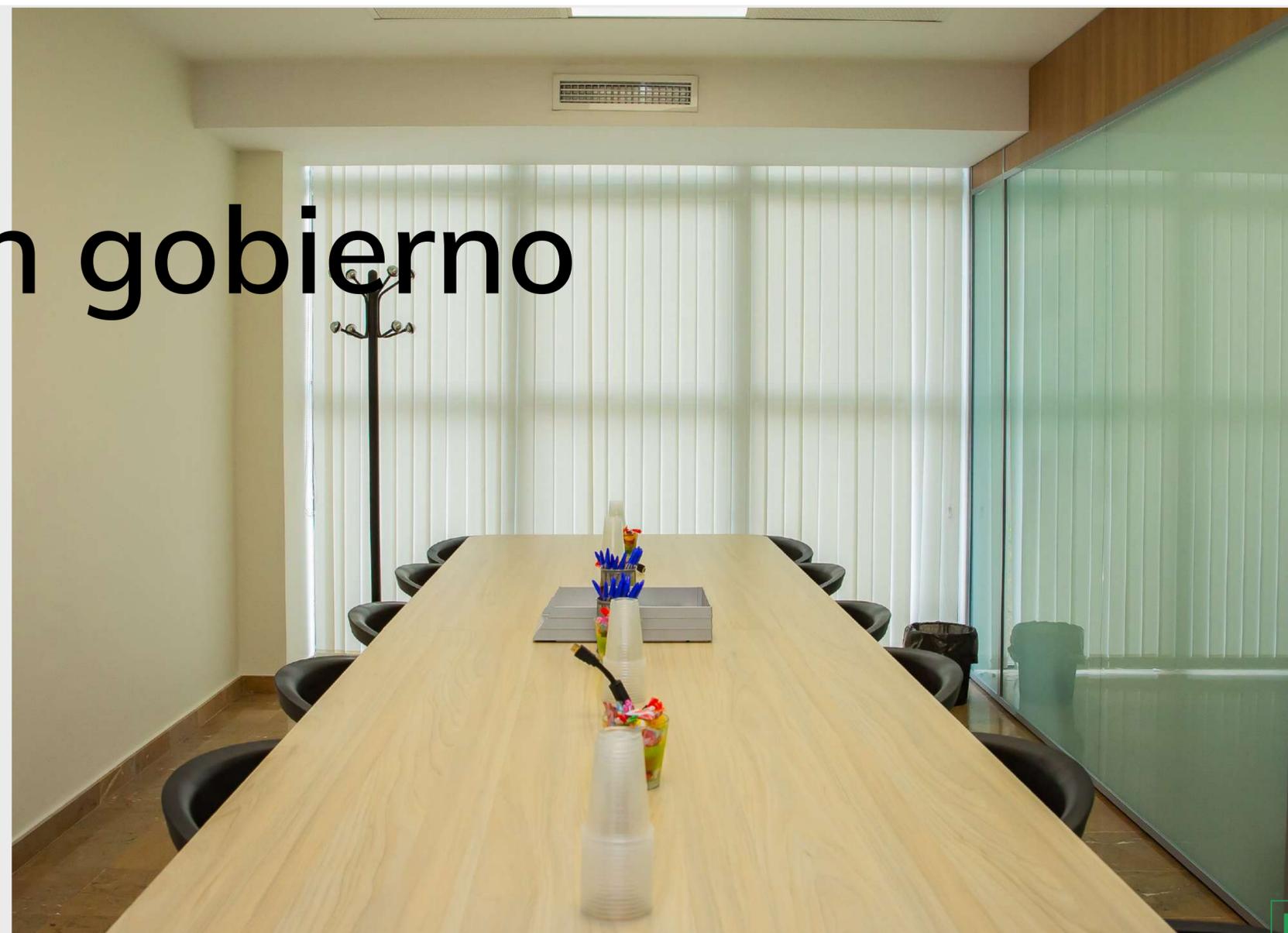
La comunicación con los grupos de interés es ágil y continua, colaborando con los distintos agentes a través de diferentes medios de comunicación.

Estos grupos de interés están divididos en diferentes áreas, organizadas por objetivos comunes a través de varios proyectos.

Grupo de interés	Descripción	Objetivo
Clientes	Mercadona, Proveedores Totalers y Proveedores 0	Ofrecer servicios basados en la calidad y la experiencia
Colaboradores	Empleados	Generar entusiasmo, facilitar la formación y la motivación
Proveedores	Fabricantes de envases, maquinaria, empresas de servicios, etc.	Encontrar aliados con los que alcanzar un beneficio mutuo
Sociedad	ONG, asociaciones, fundaciones y administraciones públicas	Contribuir de forma activa con el progreso social y la protección del medio ambiente
Capital	Socios	Crear valor constante de forma sostenible en el tiempo

03

Buen gobierno



3.1. Equipo directivo

Pedro Ballester, CEO de Logifruit, es el principal ejecutivo de la compañía. El Comité de Dirección de Logifruit es el máximo órgano de gobierno de la empresa. La dirección gira sobre su Administrador Único, apoyado por los miembros del Comité de Dirección, divididos en seis departamentos. Todas las decisiones ejecutivas relativas a la sostenibilidad de Logifruit son responsabilidad de este Comité, y se apoyan en los principios definidos por la Política de Responsabilidad Social Corporativa.

Cada departamento se organiza en áreas dirigidas por su responsable correspondiente, y cada centro de producción cuenta con un Responsable de Plataforma y un equipo de mandos intermedios de confianza.

Toda la información de la compañía está debidamente depositada ante el Registro Mercantil de Valencia.



Pedro Ballester ⁽¹⁾ CEO		
Enrique Fortich ⁽²⁾ DIRECTOR DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE CLIENTES	Borja Morata ⁽³⁾ DIRECTOR DEPARTAMENTO DE RELACIONES HUMANAS	Manuel Díaz ⁽⁴⁾ DIRECTOR DEPARTAMENTO DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA
José Vicente Caurín ⁽⁵⁾ DIRECTOR DEPARTAMENTO TÉCNICO E I+D+I	Nuria Ballester ⁽⁶⁾ DIRECTORA DEPARTAMENTO DE ESTRATEGIA, INNOVACIÓN Y COMUNICACIÓN	Alfonso Gimeno ⁽⁷⁾ DIRECTOR DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

3.2. Gestión del riesgo

Logifruit dispone de unos procedimientos para la gestión y el control de riesgos que permiten identificar, clasificar, evaluar y dar respuesta a posibles contingencias que pudieran evitar la consecución de los objetivos corporativos. Tienen como finalidad favorecer el cumplimiento de los objetivos propuestos, evitar impactos negativos derivados de la materialización de riesgos, preservar la imagen y reputación de la empresa, tener una continuidad en el análisis y detección de posibles amenazas, obtener información contable fiable y reforzar la confianza en que la compañía cumple las normas de aplicación.

La empresa vigila sobre seis riesgos principales:

1 Seguridad alimentaria:

es el de mayor importancia para la compañía debido al impacto sobre el consumidor final.

2 Riesgos financieros:

los departamentos relacionados con las finanzas y la expansión del negocio supervisan con especial cuidado el cumplimiento de las políticas y de los diferentes procesos de la compañía para minimizar este tipo de riesgos.

3 Pérdida de talento:

la compañía elabora planes para prevenir la salida de personas clave en puestos esenciales o, en su caso, propiciar un proceso de sustitución fluido.

4 Cambios regulatorios, políticos o económicos:

la empresa vigila este tipo de cambios para adaptarse con rapidez.

5 Impacto en el medio ambiente:

Logifruit analiza constantemente su posible impacto medioambiental y los riesgos asociados a este aspecto.

6 Gestión operacional:

los responsables de los departamentos disponen de herramientas para la evaluación, control y mitigación de riesgos con respecto a los diferentes clientes.

El Comité de Dirección tiene reservada la competencia sobre la gestión y control de riesgos, así como el seguimiento periódico de los sistemas internos de información y control.

Durante 2019 se gestionó el cambio del departamento de Relaciones Humanas de forma satisfactoria, poniendo de relevancia la capacidad de la compañía para gestionar el talento.



3.3. Marco ético

La compañía cuenta con una serie de normas relacionadas con la ética y el buen gobierno, que abarcan aspectos como la lucha contra la corrupción y el fraude, la prevención de conflictos de intereses, la propiedad intelectual e industrial, la seguridad informática, la protección de datos y la prevención de blanqueo de capitales y de financiación del terrorismo.

PLAN DE PREVENCIÓN DE DELITOS

En 2018 Logifruit inició la implantación de un **Plan de Prevención de Delitos** cuya finalidad es evitar las prácticas irregulares o delictivas, que tienen un claro impacto negativo sobre la actividad de la compañía, sobre su reputación y sobre el conjunto de la sociedad.

Dentro de las medidas previstas por el **Plan de Prevención de Delitos**, en 2019 se han desarrollado diversas iniciativas, como la externalización del cumplimiento normativo referido a la Protección de Datos para asegurar la adaptación al nuevo marco normativo. También se finalizó la redacción del nuevo Código Ético y de Conducta, cuya puesta en vigor se hará efectiva en 2020, en paralelo a las acciones de comunicación y formación a todos los empleados de la compañía.

CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA

El **Código Ético y de Conducta de Logifruit** también sustenta que sus consejeros, directivos y trabajadores pueden, en cualquier momento, sin temor a represalias de ningún tipo, realizar sugerencias o denuncias de incumplimiento del **Código Ético y de Conducta**, así como de cualquier ilícito civil o penal que puedan detectar en el seno de Logifruit. La denuncia deberá ser formulada y dirigida a través de

los canales establecidos. La empresa garantiza que la identidad de la persona que haya efectuado la consulta, denuncia, sugerencia o comunicación, y, de la persona afectada por la misma, así como su contenido, será estrictamente confidencial. Dentro del código ético, se establecen otras consideraciones relacionadas con normas del ámbito de los Derechos Humanos, de la sociedad, del medio ambiente, del entorno laboral (selección y evaluación, igualdad, diversidad, desarrollo y remuneración personal, seguridad, salud e higiene en el trabajo) y del mercado (relaciones con los clientes y proveedores, autoridades y administraciones públicas, competencia leal y defensa de la competencia, y lucha contra la corrupción). En 2019 no se produjo ninguna denuncia.

PLAN DIRECTOR DE SEGURIDAD

También en 2019 se puso en marcha el **Plan Director de Seguridad**, enfocado principalmente en la seguridad informática y en la ciberseguridad, y que ha supuesto intensas modificaciones en la estructura de servidores, uso de programas, etc. De tal forma, no sólo se refuerza la ciberseguridad de la empresa, sino que también se garantiza el uso adecuado del *software*.



04 Clientes



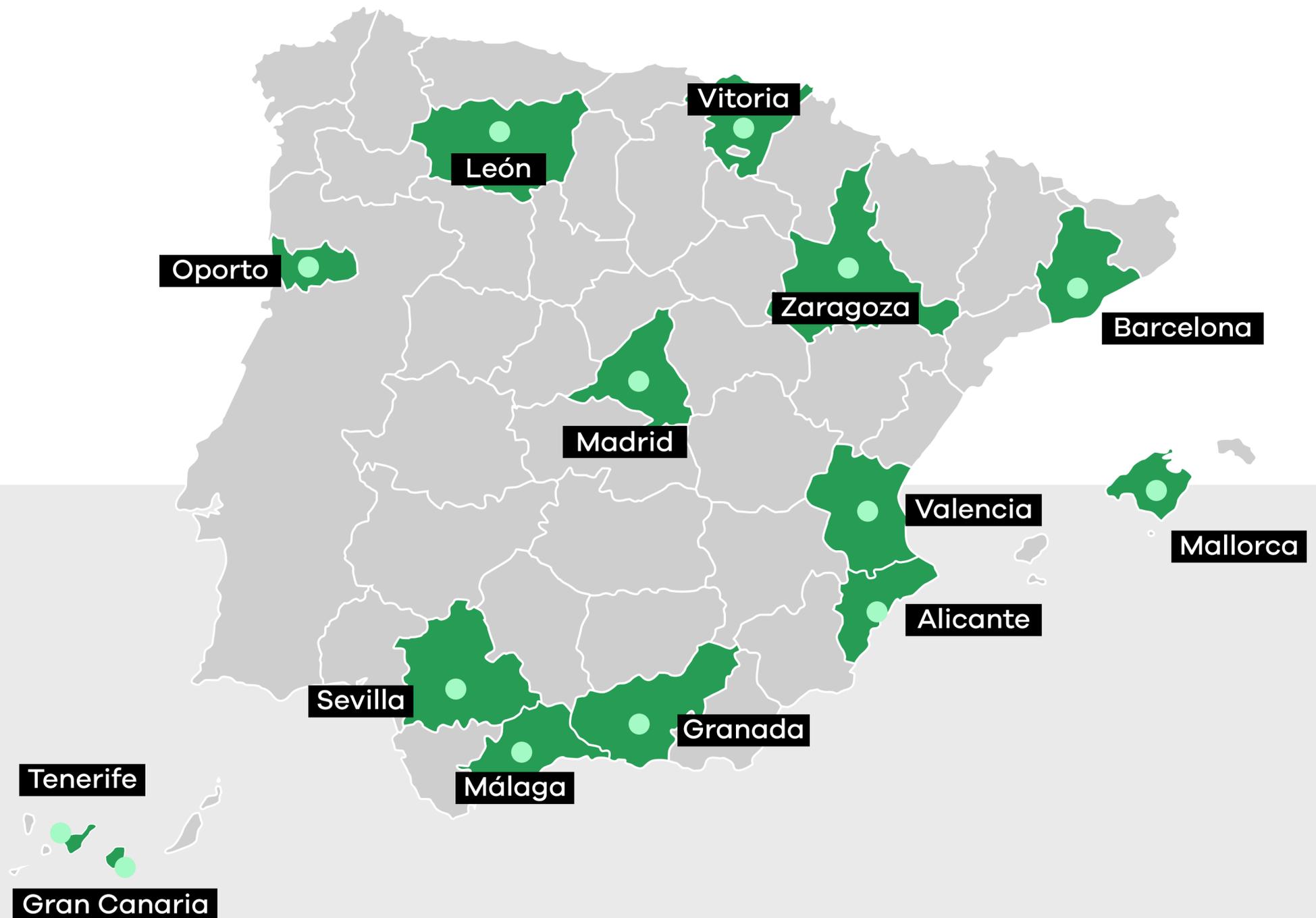
4.1. Presencia local y proyección internacional

Año tras año, Logifruit ha ido creciendo en número de clientes. Tras dejar en 2018 una cifra de 957 clientes, cierra el año 2019 con un crecimiento del 5,64%, lo que supone una cantidad de 1.011, repartidos por todas las provincias de España. Además, la compañía también dispone de clientes internacionales en países de Europa y de África.

La compañía cuenta actualmente con un total de 14 plataformas logísticas sostenibles que suman más de 200.000 metros cuadrados en instalaciones, distribuidas estratégicamente, con el objetivo de estar más cerca del cliente y evitar un mayor número de emisiones de CO₂ en el transporte por carretera. Todas cuentan con maquinaria de última generación y están altamente robotizadas. Trece de ellas están en España, a las que se sumó la inaugurada en 2019 en Póvoa de Varzim, cerca de Oporto.

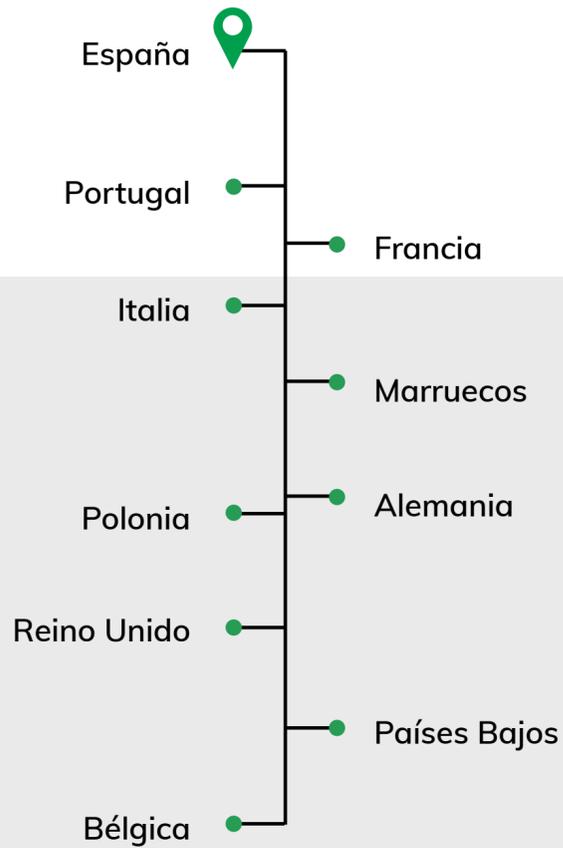
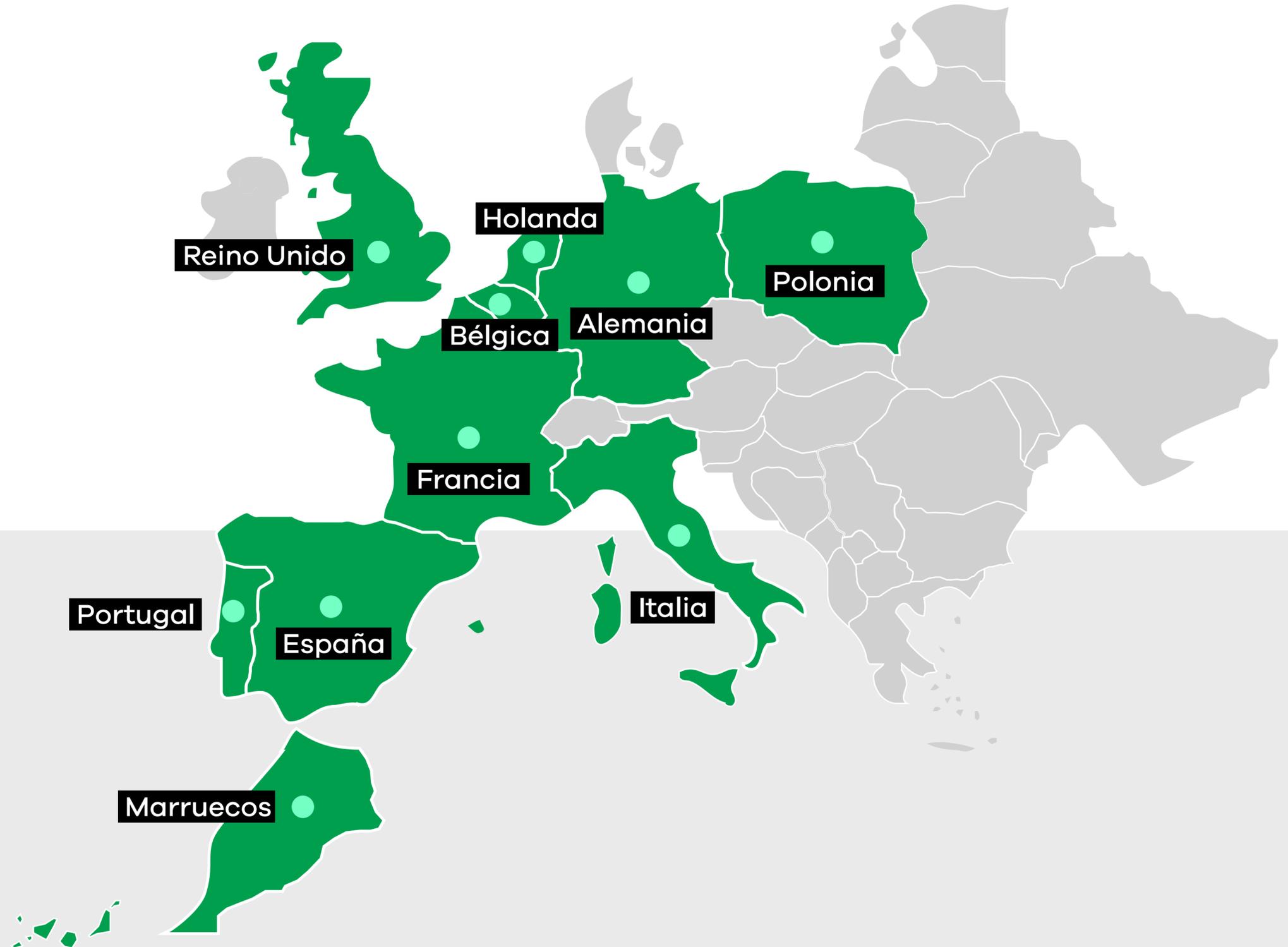
Oporto ha sido la última ciudad elegida para realizar la apertura debido a la propia expansión del cliente principal, Mercadona. Con esta apertura, se simplifica la logística con el cliente y se genera un ahorro en transporte, debido al impacto que este tiene para el medio ambiente.

Logifruit fue reconocida como una de las “1000 companies to inspire Europe 2018”, que publica la Bolsa de Londres. Un ranking que selecciona a las empresas con mejores perspectivas de crecimiento de la Unión Europea. El informe se publica con la intención de fortalecer la proyección de empresas excepcionales frente a la comunidad inversora global, acelerando su crecimiento y ayudando a crear más empleo y potenciar el tejido industrial.



PROYECCIÓN EXTERIOR

Logifruit cuenta con cerca de 50 clientes internacionales, procedentes de las principales economías de Europa (Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Portugal y Reino Unido), además de Marruecos. Esta cartera de clientes forma parte del proceso de internacionalización que la compañía lleva desarrollando desde años atrás y que sigue impulsando para diversificar su base de clientes.



4.2. Innovación

La innovación desde los inicios de la compañía se ha caracterizado por el trabajo continuo al lado del cliente, la escucha activa y la solución de sus necesidades. La hipercompetitividad del entorno actual y la celeridad con la que se suceden los cambios han contribuido a que se fomente la cultura innovadora, potenciando proyectos e iniciativas que generen valor y contribuyan al crecimiento sostenible de la organización.

Logifruit cuenta con un departamento específico para gestionar su estrategia de innovación continua, que estudia y analiza la utilización del envase por parte del cliente y cómo este puede mejorarse. El estudio, junto al conocimiento del sector, permite trabajar codo con codo con los fabricantes de cajas, palets y paletas en el desarrollo de las nuevas generaciones de envases. En estos desarrollos también colabora con el Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística (ITENE), centro de investigación de referencia en el sector. Un claro ejemplo de este codesarrollo es el lanzamiento de envases plegables, que han permitido ahorro en espacio de almacenamiento, en transporte y en emisiones de CO₂ a la atmósfera.

Actualmente Logifruit cuenta con tres tipos de envases, nueve modelos, con diferentes medidas y usos, todos ellos ideados y desarrollados desde la perspectiva de las 3R: la reducción, la reutilización y el reciclaje de estos. Según la Cátedra Unesco de Ciclo de Vida y Cambio Climático, las cajas de plástico de Logifruit impactan un 25% menos en el medio ambiente que las de cartón en el transporte nacional. El uso de envases plásticos de calidad es una clara tendencia en la industria alimentaria, dado que pueden reutilizarse y al mismo tiempo cumplir con los estrictos estándares de calidad de la industria alimentaria, donde la seguridad alimentaria es clave.

Logifruit es una empresa consciente de la importancia de estar presente en su entorno y conectada con los agentes externos, que aportan conocimiento y valor, como universidades, institutos tecnológicos y start-ups.

El compromiso de Logifruit con la sostenibilidad se materializa en la planificación y ejecución de estrategias y planes de optimización que permitan aprovechar y reutilizar al máximo los envases. Su trabajo busca extender la vida del envase. La supresión del modelo de caja rígida de su cartera y el cambio a cajas plegables ahorra anualmente 822 toneladas de CO₂ a la atmósfera y un total de 18.601 viajes desde Logifruit al cliente. Además, Logifruit trabaja en el desarrollo de soluciones para mejorar la eficiencia en el transporte.

EFICIENCIAS EN PROCESOS

La I+D de Logifruit también está orientada a lograr la mayor eficiencia en todos los procesos que se desarrollan en la empresa. Fruto de estos avances es la implantación de maquinaria automatizada para gestionar y dispensar equipos de protección a los empleados de las plataformas logísticas, lo que permite un mejor control, trazabilidad y ahorro de tiempos en este tipo de trámites.

En la actualidad también está en desarrollo un proyecto de visión artificial automatizada para la detección de fallos en envases, que en el futuro se espera mejore los procesos de control de calidad.

Los Premios Nacionales Diseño y Sostenibilidad de Envase y Embalaje organizados por el Clúster de Innovación del Envase y el Embalaje, del que es cofundador, es una propuesta que nace para alentar la innovación, el diseño y la sostenibilidad en el sector y reforzar el vínculo entre el mundo empresarial y el universitario, incorporando el joven talento y el valor innovador. En 2019, Logifruit ha premiado una de las ideas innovadoras de la edición.



4.3. Salud y seguridad de nuestros productos

Logifruit cuenta con seis Reglas de Oro sobre las que se sustenta la filosofía corporativa de la empresa. Todas y cada una de las decisiones y acciones de la organización pasan por estos seis filtros con el objetivo de que las necesidades de los clientes se vean satisfechas plenamente. Gracias a ellas, Logifruit cuenta con las más estrictas y eficaces medidas en la limpieza de los envases. De este modo, la empresa satisface las necesidades de los clientes de forma flexible y con seguridad en el trabajo, y reinvierte los beneficios para seguir mejorando sus controles y rigurosos procesos en la limpieza e higienización de envases, al tiempo que ofrece mayor calidad en el servicio.

Seguridad alimentaria	Medidas de limpieza e higienización de los envases
Calidad	Controles y procesos rigurosos en la limpieza de los envases
Calidez	Producto con calidad, buena apariencia, atractivo, ergonómico y limpio
Servicio	Satisfacción de las necesidades de los clientes con la flexibilidad y seguridad en el trabajo
Precio	El mejor precio posible del mercado
Beneficio	Reinvertimos los beneficios para seguir satisfaciendo a los clientes

Logifruit tiene por bandera la excelencia en la seguridad alimentaria. La compañía posee un decálogo de seguridad alimentaria.

Proveedores 0	Requerimos la documentación exigible legalmente a fabricantes de envases y productos químicos
Capacidad de producción / límite de seguridad	Garantizamos en todo momento nuestra capacidad de dar servicio a las necesidades de nuestros clientes
Nuevos productos / nuevas líneas	Escuchamos a nuestros clientes para mejorar continuamente nuestros procesos y productos
Conocer los puntos críticos	Controlamos al máximo el proceso de lavado y secado incluyendo controles microbiológicos
Orden, limpieza y manipulación	Velamos por un espacio de trabajo ordenado y limpio para asegurar la calidad y trazabilidad de los envases
Mantenimiento de las instalaciones	Somos puntuales en las revisiones periódicas de mantenimiento de las máquinas e instalaciones
Detectores	Controlamos de manera continua la calibración de los equipos de detección
Inputs de calidad	Nos anticipamos a las necesidades de nuestros clientes con la máxima calidad
Métodos de crisis	Disponemos de un procedimiento ágil y eficaz en caso de crisis alimentaria
Proveedores 0	Nuestro compromiso con la calidad cuenta con la certificación más exigente: La ISO 9001:2008



El compromiso de Logifruit con la calidad y seguridad alimentaria está reflejado en su Política de Calidad y la certificación ISO 9001:2015, resultado de un modelo de gestión orientado a la satisfacción del cliente final.

Un año más, Logifruit buscó garantizar la calidad, seguridad y eficacia de los productos que pone en el mercado y transmitir este mensaje a todos los grupos que tienen contacto con ellos, en una u otra situación. Con este fin, el grupo cuenta con unos procedimientos que incluyen controles que se realizan en todas las fases de los procesos, desde la investigación y desarrollo de productos, la recepción de materias primas, materiales de acondicionamiento, producción, almacenamiento y distribución hasta la utilización de los envases por los clientes.

Para evaluar el cumplimiento de todos ellos, en todas las instalaciones del grupo se realizan auditorías internas periódicas y, anualmente, se llevan a cabo revisiones en las que se analizan los principales puntos de mejora de la organización. A todo ello, se suman las auditorías de calidad por parte de entidades externas, una muestra más del compromiso con la mejora continua y el mantenimiento de los más altos estándares de calidad; así como, en función de la frecuencia establecida en la legislación aplicable a los productos, las inspecciones.

NÚMERO DE CLIENTES

5,64 %
VARIACIÓN

Año 2019: 1.011
Año 2018: 957

ENVASES

0,77 %
VARIACIÓN

Año 2019: 17.535.831
Año 2018: 17.401.971

VENTAS

6,31 %
VARIACIÓN

Año 2019: 130.538.481
Año 2018: 122.792.876

Para Logifruit la satisfacción de sus clientes es primordial. El 95,5% de estos opina que la compañía **satisface plenamente sus necesidades**. Además, el 98,5% considera que la limpieza de los envases que se proporcionan es satisfactoria.

Además, con el fin de mejorar el servicio que la compañía ofrece a sus clientes, se está trabajando en la implantación de un nuevo servicio CRM (Customer Relationship Management, en español: gestión de relaciones con clientes) para añadir ventajas en agilidad y digitalización.

En 2019 no se produjo ningún incumplimiento normativo ni sanción relacionados con la salud y la seguridad de los envases de Logifruit.

05

Relaciones humanas

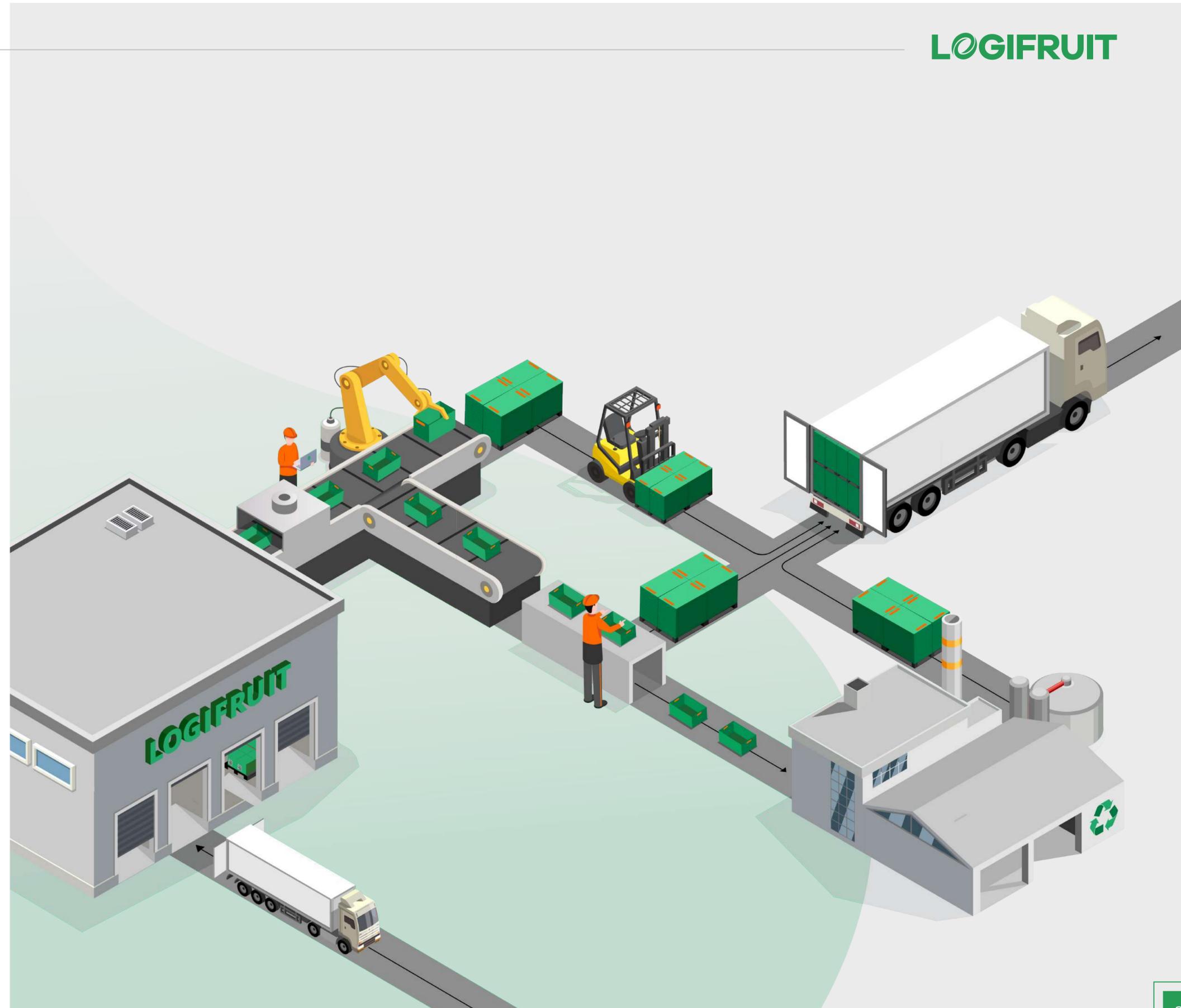


5.1. Principios de gestión

Logifruit es consciente de la importancia que tienen las personas que la componen. Su esfuerzo y su nivel de excelencia son clave en los éxitos de la compañía y por eso destina numerosos recursos para fomentar y satisfacer el desarrollo personal y profesional de todos los que forman parte de la empresa.

El modelo de relaciones humanas de Logifruit defiende y fomenta la igualdad y diversidad entre todos. Esto se traduce en una política de tolerancia cero frente a cualquier discriminación de cualquier tipo. También fomenta valores irrenunciables que redundan en el desarrollo personal y profesional de las personas, defiende el principio de igualdad de trato y de oportunidades en todos los ámbitos empresariales, y apuesta por la promoción interna, la estabilidad, la formación, la equidad y la autoexigencia. Paralelamente propicia una relación de respeto y confianza, en la que la tolerancia, la igualdad y la diversidad son valores que enriquecen, mientras que la participación conjunta y la mejora continua contribuyen a seguir creciendo como empresa.

Logifruit fomenta, a través de su modelo de gestión de relaciones humanas, la fidelización del personal, generando relaciones estables y a largo plazo basadas en la confianza, el compromiso, la implicación y el saber hacer de todos los profesionales que integran la compañía. Apuesta claramente por la estabilidad en el empleo como medio para la mejora de la productividad de los profesionales, siendo un mecanismo imprescindible para incrementar su motivación y satisfacción. Prueba de este compromiso es que, durante el año 2019, las tasas de contratación indefinida alcanzaron el 83,03% del total de la plantilla del grupo.

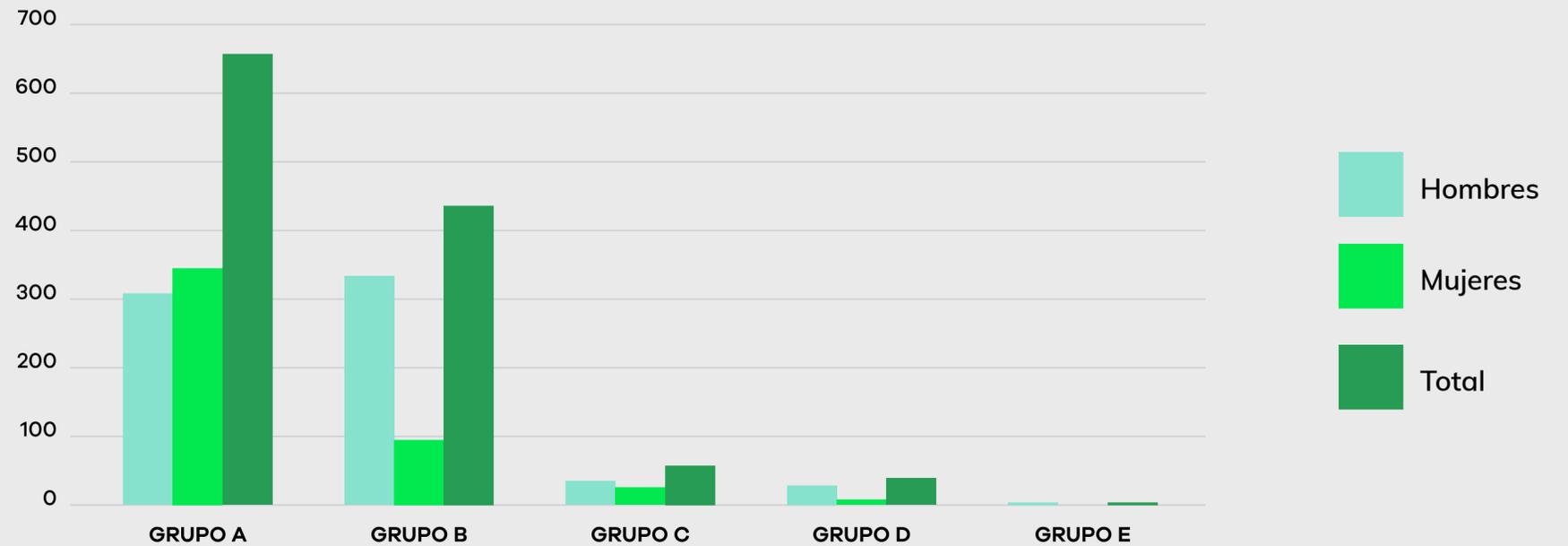


5.2. Balance del ejercicio y retos de futuro

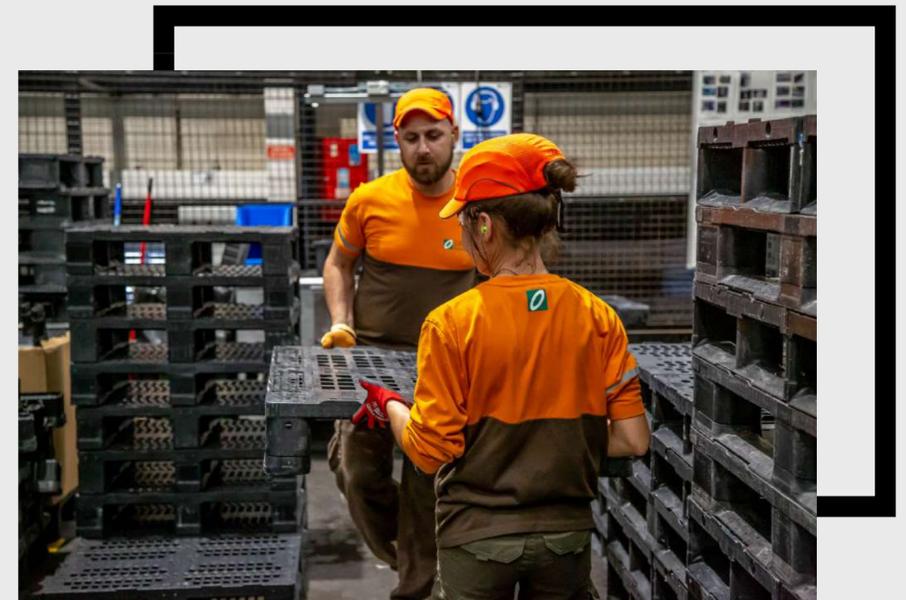
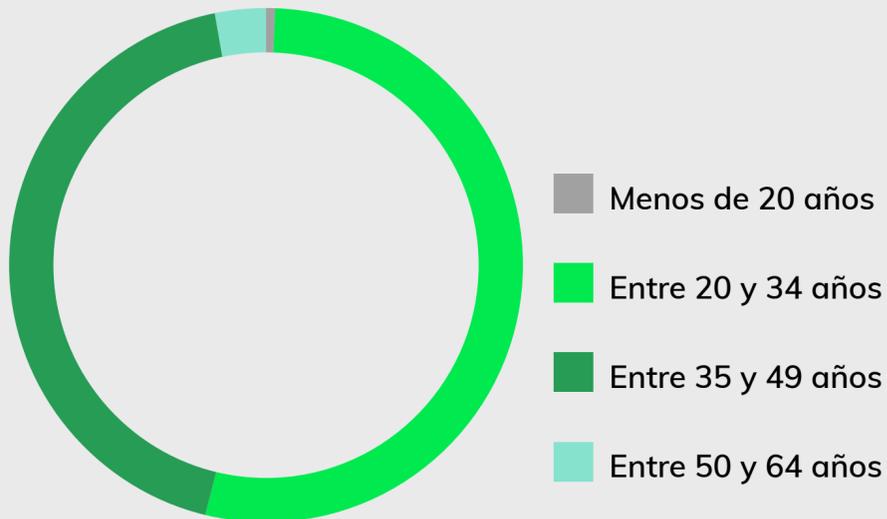
Logifruit mantiene en 2019 su tendencia de incremento sostenido de plantilla que venía experimentando en años anteriores. En total, la plantilla a cierre de 2019 contaba con 1.185 empleados, 28 más que en 2018. Asimismo, los esfuerzos de la compañía por mantener y consolidar un equilibrio entre hombres y mujeres, y el acceso en condiciones equitativas a candidatos con discapacidad, muestra de nuevo la coherencia del grupo con su estrategia de consolidar una cultura empresarial en la que priman la apuesta por la diversidad y la igualdad de oportunidades.



CATEGORÍA LABORAL



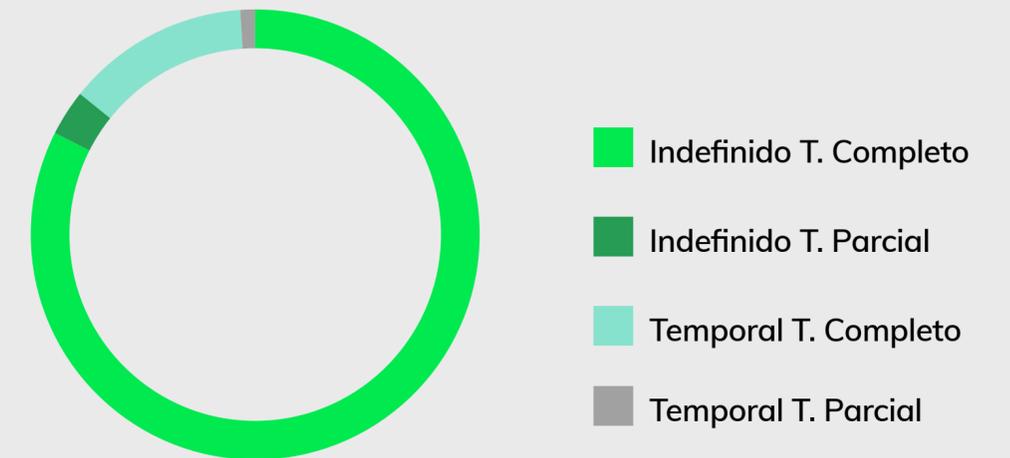
EDAD





La política de contrataciones en el pasado ejercicio, como en los anteriores, ha continuado apostando por la creación de empleo, dando la oportunidad de comenzar o consolidar su carrera a jóvenes profesionales, al tiempo que no se ha descuidado la captación del talento entre los trabajadores veteranos con más experiencia en el sector. **Esto equilibra una plantilla que permite a Logifruit afrontar todos los retos que se propone como empresa.**

TIPO DE CONTRATO



Como cualquier empresa, Logifruit cuenta con un porcentaje de empleados en rotación, tanto de manera voluntaria, como por necesidades de su actividad. En ese sentido, la compañía garantiza la máxima diligencia en la salvaguarda de los derechos del empleado, procurando una transición con todas las garantías legales al mismo tiempo que mantiene, siempre, la intención de recuperar a esos profesionales, si las circunstancias del negocio lo permiten.

Logifruit cierra el año 2019 con una tasa de rotación de 15,12%, un 2,63% menos que la cifra de 2018, de 17,75%, lo que supone una importante mejora y una plasmación del esfuerzo de la compañía por garantizar un empleo estable y de calidad.

5.3. Igualdad de oportunidades y conciliación

La equidad entre empleados es un valor irrenunciable para Logifruit, que aplica de forma transversal y que se concreta en el principio de “a igual responsabilidad, mismo sueldo”. **El proyecto de Logifruit incluye el concepto de crecimiento compartido que aplica el principio de reciprocidad, en el que los empleados y la empresa se esfuerzan mutuamente para impulsar su mutuo desarrollo profesional y personal.** Logifruit recompensa el esfuerzo de sus colaboradores con un salario que, durante años, se ha mantenido por encima de la media del sector.

Anualmente, Logifruit cuenta con una política de retribución variable con el objetivo de incentivar el liderazgo y premiar el esfuerzo personal y colectivo, que se traduce en una prima anual para todas las personas con más de un año de antigüedad y cuya implicación durante el ejercicio permita, no solo alcanzar los objetivos generales de la empresa y de la propia plataforma, sino también cumplir con los objetivos específicamente pactados para su puesto de trabajo.

Además, **no existe brecha salarial entre hombres y mujeres trabajadores de la compañía.** La política en retribuciones seguida por la empresa demuestra que, ante una igualdad de cargo no hay diferencia de salario. Por lo tanto, toda la plantilla de Logifruit tiene unas retribuciones basadas en el convenio que no distingue entre sexos.

Logifruit cuenta con el **II Plan de Igualdad**, aprobado en 2018, que garantiza la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres empleados de la compañía. Además de la no discriminación, la diversidad y la integración por igual de todas las personas que

forman la plantilla de la empresa cuenta con medidas concretas divididas en las siguientes áreas: acceso al empleo, clasificación profesional, promoción y formación, retribución, conciliación y ordenación del tiempo de trabajo, salud laboral y prevención del acoso por razón de sexo y comunicación.

A cierre de 2019, Logifruit mantiene en plantilla a 24 personas con una discapacidad inferior o igual al 33%, que están representados en cada una de las categorías profesionales, y de los cuales 6 son mujeres y 18 son hombres.

CLAVES DEL PLAN DE IGUALDAD

Contra el acoso: Logifruit lucha contra el acoso sexual y el acoso por razón de sexo a través de la sensibilización de la plantilla e informando a la dirección de las conductas o comportamientos de los que tuvieran conocimiento y que podrían provocar situaciones de acoso. Toda la plantilla tiene a su disposición el convenio colectivo, donde se muestra el procedimiento de tratamiento de esta clase de conflictos laborales.

Contra la discriminación: Logifruit apuesta por la diversidad e igualdad en todas sus actividades. Se ha desarrollado una política concreta para favorecer un entorno laboral libre de prejuicios en materia de empleo, formación y promoción.

Diversidad: toda actuación de la empresa tiene en cuenta la gestión de la diversidad para generar capacidad e innovación, la creación de un clima de satisfacción y conciliación para la

plantilla y el cumplimiento de las normativas vigentes en materia de igualdad de oportunidades.

CONCILIACIÓN FAMILIAR Y DESCONEJÓN LABORAL

La empresa está organizada, en sus plataformas logísticas, en distintos turnos de trabajo continuo, en horarios de 6 a 14 horas de mañana, de 14 a 22 horas de tarde, y de 22 a 6 horas de noche, con turnos rotativos.

Logifruit es sensible a las necesidades de conciliación familiar en su plantilla. La medida más habitual para facilitar ha sido la reducción de jornada laboral. En 2019 se ha incentivado la contratación de nuevo personal destinado únicamente a los fines de semana, con el objetivo de facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral. El objetivo es tener un turno mayoritario que trabaje de lunes a viernes, siendo el de fin de semana, minoritario.

La compañía está desarrollando los protocolos necesarios para controlar y vigilar la desconexión laboral en un entorno complejo, como es el de la pandemia por Covid-19, en donde se ha impulsado el teletrabajo y la flexibilidad de horarios.

5.4. Atracción de talento y formación

La mejora continua en la preparación de los trabajadores es un pilar fundamental para Logifruit. **En 2019 ha apostado por ello con una inversión de 383.000 euros y más de 10.600 horas de formación interna y externa, para el 100% de los trabajadores de la empresa.** La estrategia de relaciones humanas de la compañía continúa dando peso a la promoción interna y a los planes de carrera especializados.

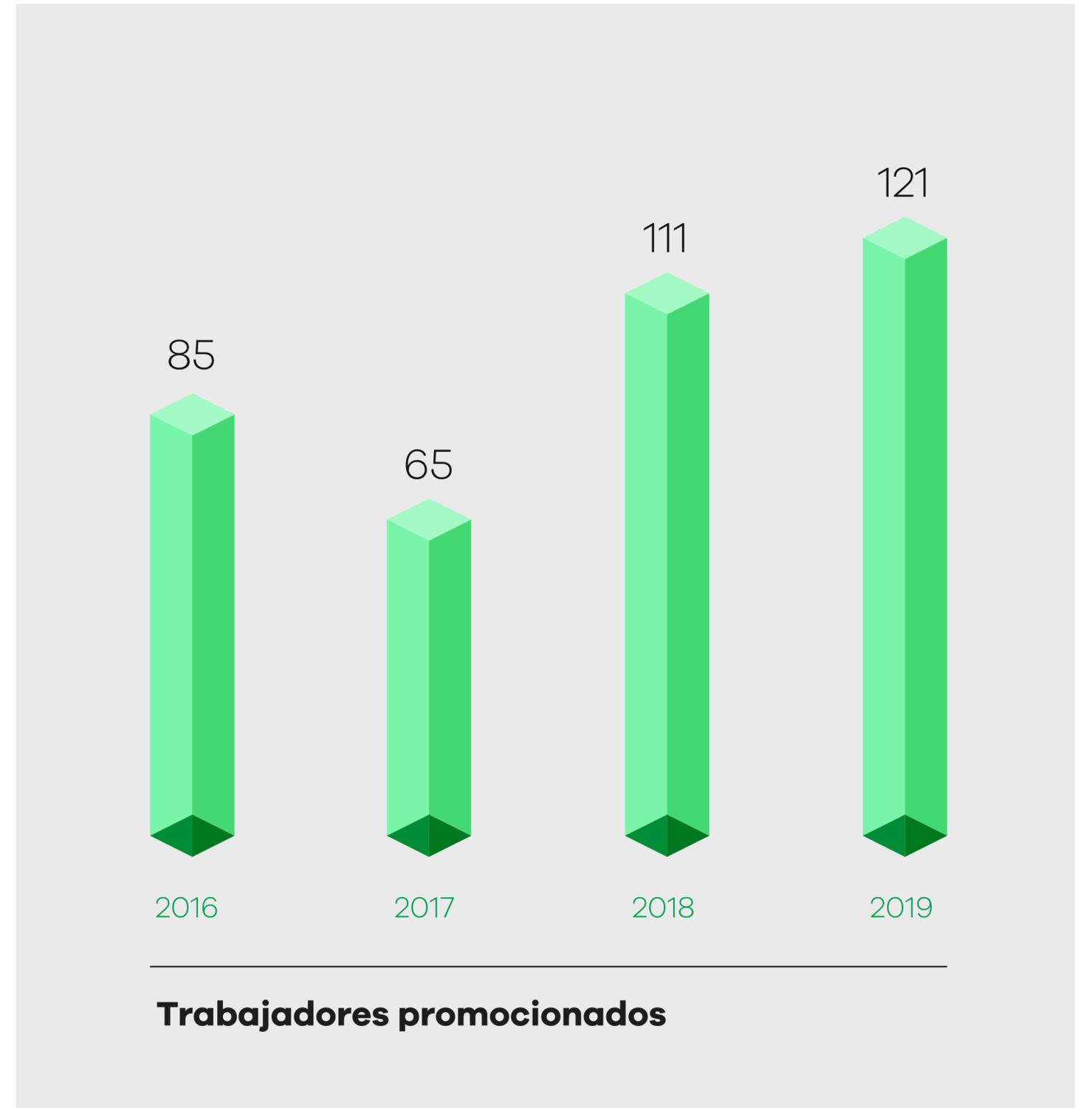
La formación es básica para trabajar en Logifruit, tanto la necesaria para desarrollar el trabajo perfectamente como la que es útil para poder crecer dentro de la empresa, por eso es fundamental entenderla. Solo así se consigue tener trabajadores altamente cualificados y motivados. Logifruit considera que no solo es importante que los trabajadores conozcan los métodos de trabajo, sino que también los comprendan. La empresa insiste en que es importante leer, entender y asimilar las normas para poder respetarlas y cumplirlas.

PROGRAMAS DE FORMACIÓN DESTACADOS EN 2019

- Formación Selección Personal.
- Gestión de conflictos.
- Formación en igualdad de oportunidades y II Plan de Igualdad Logifruit.
- Formación principios de no discriminación y de igualdad de oportunidades.
- Formación indicador OEE (Overall Equipment Effectiveness).
- Formación Ciberseguridad.
- Formación Operador de carretillas.

En cuanto a la promoción interna, Logifruit cuenta con planes de carrera muy ambiciosos. Como dato de referencia, todos los miembros participantes en 2019 del Comité de Dirección son empleados que accedieron al puesto tras promoción interna.

Además, Logifruit trabaja por crear un ambiente de trabajo cordial y atractivo, fomentando acciones que refuercen los vínculos entre empleados y favorezcan el espíritu de equipo. Con este fin, la empresa cuenta con un comité interdepartamental que cada año organiza actividades lúdicas, deportivas y culturales con participación de miembros todos los departamentos.



5.5. Diálogo social

La plantilla de Logifruit cuenta con la representación de distintos sindicatos en los todos sus centros de trabajo. Periódicamente se celebran reuniones con todos los representantes de los trabajadores de Logifruit. El 100% de los profesionales de la compañía mantienen una relación contractual amparada por la regulación recogida en el Convenio Colectivo, renovado en el último año.

Cualquier cambio operacional se debe comunicar con 15 días de antelación. La comunicación interna se realiza mediante página web, correo electrónico, redes sociales o en las reuniones.



5.6. Salud y seguridad laboral

En Logifruit se vela por la salud y la seguridad laboral de todos los colaboradores de manera transversal. Es una responsabilidad prioritaria, centrada en la mayor parte en dotar a cualquiera de los diferentes puestos de trabajo y procesos productivos de la mayor seguridad y ergonomía posible.

Año tras año, se prioriza y refuerza la formación en prevención para toda la plantilla, con el objetivo de incrementar la cultura de la empresa en materia preventiva. La Prevención de Riesgos Laborales constituye una prioridad. Todo ello se proyecta en una mejora continua, gracias a la propia participación de los colaboradores en los grupos de trabajo o comités de seguridad y salud de cada centro de trabajo. La empresa supera periódicamente las auditorías legales del sistema de gestión de riesgos laborales con resultados muy satisfactorios. Con ello garantiza la eficacia de su política preventiva y confirma que se adecua a las diferentes actividades que se realizan y que permanezca paralelamente abierta a cualquier sugerencia de mejora por parte de los miembros de la plantilla. La mejora continua de las condiciones de los puestos de trabajo y los esfuerzos en prevención también son la base de los programas de prevención. En este sentido, en 2019 se introdujeron diversas mejoras en maquinaria e instalaciones.

Para proteger y mantener la salud de las personas que conforman su plantilla, Logifruit cuenta con un servicio de prevención propio que asume las especialidades de higiene, ergonomía y psicología en todos los centros de trabajo, y un servicio de prevención ajeno que asume las especialidades de seguridad y vigilancia de la salud. Estos servicios trabajan proactivamente en el desarrollo y aplicación de cursos y mejoras específicas, además de en la prevención de riesgos en el desarrollo de las tareas habituales. Esto implica

la investigación constante de incidentes, la evaluación periódica de riesgos, la inspección técnica de seguridad de maquinaria e instalaciones, el control higiénico constante, los reconocimientos médicos periódicos y realización de auditorías internas en las cuales se controlan periódicamente las condiciones de trabajo y la actividad de los colaboradores.

Cabe destacar que todos los accidentes registrados en 2019 tuvieron la consideración de leves.

Logifruit colabora con numerosas asociaciones que tienen trabajadores con diferentes grados de discapacidad. En el caso concreto de la empresa, a cierre del ejercicio 2019, el 2% de trabajadores de Logifruit cuenta con alguna discapacidad reconocida. Además, toda la plantilla de Logifruit, como apoyo a las familias de los trabajadores, posee un seguro de vida e invalidez para hacer frente a cualquier problema que pueda producirse durante la realización del trabajo.

DATOS DE ACCIDENTABILIDAD

Incidencia de accidentes de trabajo en 2019: 40,84‰
(nº de accidentes con baja por cada 1.000 colaboradores/ nº medio de colaboradores)

Índice de frecuencia (totales) en 2019: 100,36
(nº accidentes * 1000000 / horas trabajadas)

Índice de frecuencia (con baja): 22,79
(nº accidentes con baja * 1000000 / horas trabajadas)

Índice de frecuencia (sin baja): 77,57
(nº accidentes sin baja * 1000000 / horas trabajadas)

Índice de gravedad: 9,69
(jornadas perdidas * 1000 / jornadas trabajadas)

Índice de duración media: 47,57
jornadas perdidas / accidente

06

Proveedores



6.1. Principios de gestión

La actividad y contacto con los proveedores es fundamental dentro de Logifruit, y tiene un papel relevante para la empresa. **Es del compromiso y del esfuerzo de ambos de lo que depende el crecimiento de la compañía, únicamente posible satisfaciendo a los clientes con un servicio eficiente y excelente.** Por ello, Logifruit trabaja por tener proveedores especialistas en los distintos ámbitos en los que actúa. El vínculo con todos los proveedores es estrecho, mediante una relación estable y transparente basada en la confianza mutua, la especialización y la planificación de todas las acciones.

Compartir la misión y satisfacer las necesidades impulsa la experimentación y la innovación constante dentro de una estrategia en la que, tanto Logifruit como sus proveedores, tienen claro que innovar es estar pensando constantemente en cómo satisfacer las necesidades de sus clientes. Este modelo no solo se sustenta en la estabilidad, sino también en el conocimiento mutuo.



6.2. Sostenibilidad en la cadena de proveedores

La sostenibilidad medioambiental está presente también en la política de compras responsables de Logifruit, que contribuye, junto a sus principales proveedores, a la reutilización del plástico triturado de los propios envases que ya no se pueden reparar, aplicando la eficiencia del uso de los recursos propia del modelo de Economía Circular. El 100% de los envases que han agotado su vida útil se devuelven triturados a los fabricantes para que utilicen ese plástico en la composición de envases plegables nuevos, que volverán a incluirse en el circuito.

Paralelamente, a los proveedores de envases se les exige las certificaciones precisas para asegurar el cumplimiento de la normativa europea sobre el uso de materiales reciclados en productos plásticos.

Además, como socio del Pacto Mundial desde el año 2011, integra los Diez Principios del Pacto Mundial en sus políticas de compras, aunque muchas de las medidas llevan ejecutándose en la compañía desde sus inicios al formar parte de su esencia.



07

Sociedad



7.1. Principios de gestión

Logifruit, desde sus inicios, es plenamente consciente de que su negocio tiene un impacto directo en la sociedad, tanto desde su vertiente industrial como laboral y por la propia naturaleza de sus productos. Es por ello por lo que mantiene un compromiso constante con la investigación, además de actuar de forma responsable y diligente ante sus obligaciones fiscales con la sociedad, tanto en su faceta de empleador como en el papel de agente económico local.

Para ello, dentro de la Política de RSC del grupo hay establecido, como principio de actuación en relación con la sociedad, la contribución de forma activa al progreso social y al desarrollo socioeconómico de las áreas en las que está presente.

A través de la evaluación y gestión de los riesgos no financieros, éticos, de reputación, sociales y medioambientales, y el compromiso con aquellas iniciativas o actividades sociales que beneficien a la sociedad, **Logifruit considera que sus ámbitos de acción social prioritaria son la mejora de la calidad de vida de las personas con discapacidad y su integración laboral, el fomento de la investigación, el compromiso con la formación y el voluntariado corporativo.**



7.2. Balance del ejercicio

CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL

La compañía cuenta con una Política Fiscal Corporativa, en la que se plasma su compromiso con el cumplimiento riguroso de los requerimientos fiscales a través de la aplicación de las mejores prácticas tributarias, velando por una actuación transparente y de puntual pago de impuestos de manera responsable y eficiente. Al mismo tiempo, se promueve una cooperación total y una relación fluida con los gobiernos, tratando así de evitar riesgos significativos y conflictos innecesarios. Apoyando esta actividad, Logifruit cuenta con los servicios de un asesor fiscal externo que mantiene al grupo y a su equipo directivo siempre actualizado con las novedades en la materia y ofrece consejo ante cualquier duda. También revisa la preparación y presentación de los diferentes impuestos, así como la toma de decisiones en materia fiscal.

Además, la propia actividad de Logifruit tiene un beneficio económico para su entorno y sus grupos de interés. Beneficio que queda cuantificado en la tabla de Valor económico generado y distribuido.

A cierre de 2019, Logifruit continúa promoviendo la inclusión y el acceso en condiciones equitativas a candidatos con discapacidad; algo que muestra de nuevo la coherencia del grupo con su estrategia de consolidar una cultura empresarial en la que priman la apuesta por la diversidad y la igualdad de oportunidades. En el año 2019, un 2% de la plantilla contratada contaba con alguna discapacidad reconocida. Además, Logifruit dispone de un acuerdo con Ilunion para la contratación y generación de empleo para personas con discapacidad.

ACCIÓN SOCIAL, PATROCINIO Y MECENAZGO

Logifruit participa de forma desinteresada con asociaciones, ONG y fundaciones de diferentes ámbitos. Además, la empresa está adherida al Pacto Mundial para la defensa de los valores fundamentales en materia de Derechos Humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Algunas de las organizaciones con las que Logifruit colabora son Unicef, Cruz Roja o Fundación Vicente Ferrer, entre otras. En 2019, la cifra total de aportaciones a este tipo de organizaciones ascendió a más de 30.000 euros.

Aldeas Infantiles SOS

Casa de la Caridad

Casal de la Pau

Caritas

Cavi (Obra Social Lacaixa)

Cooperación Internacional

Cruz Roja Española

Ciudad De La Esperanza

Fundación Aspadis

Fundación Emalaikat

Fundación Española de la Lucha
Contra el Cáncer

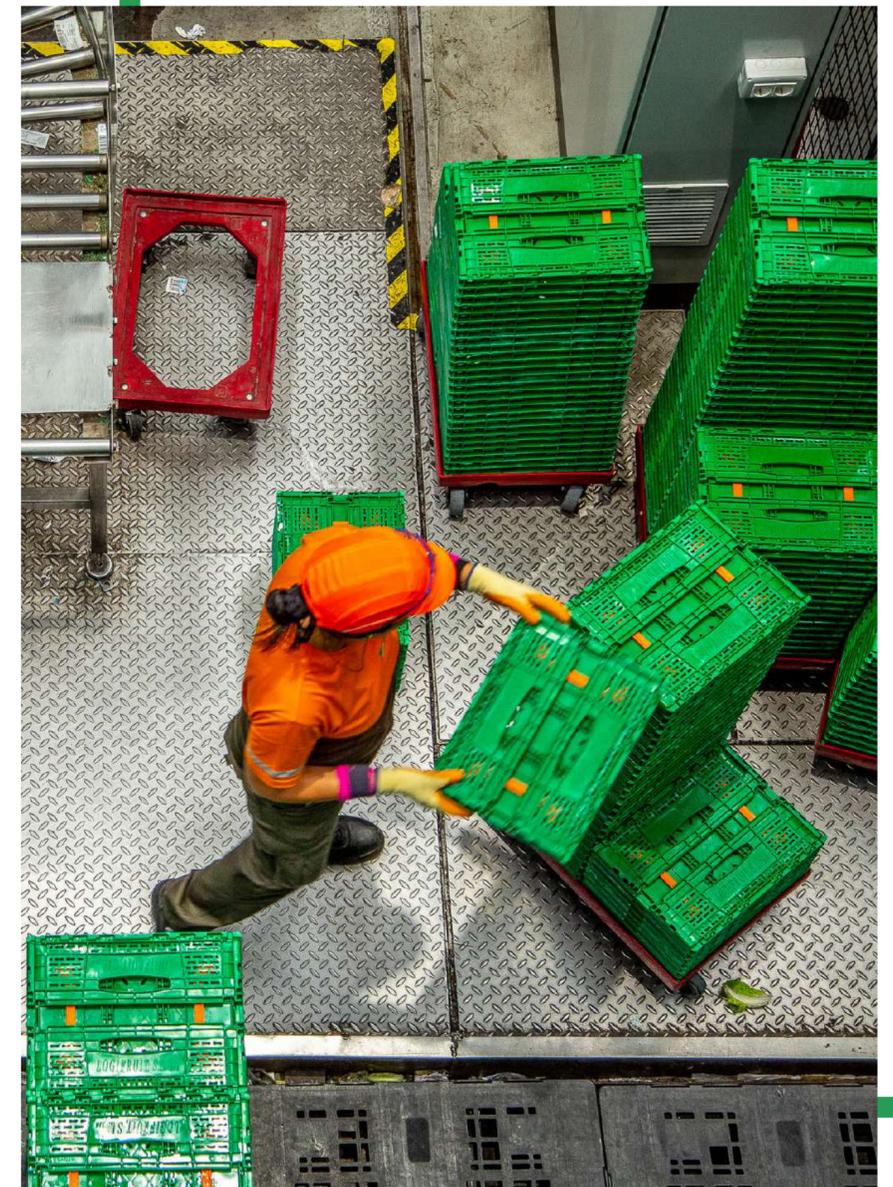
Fundación Manuel Broseta

Fundación Vicente Ferrer

Proyecto Hombre

Rotary Club

Unicef



08

Medio
ambiente



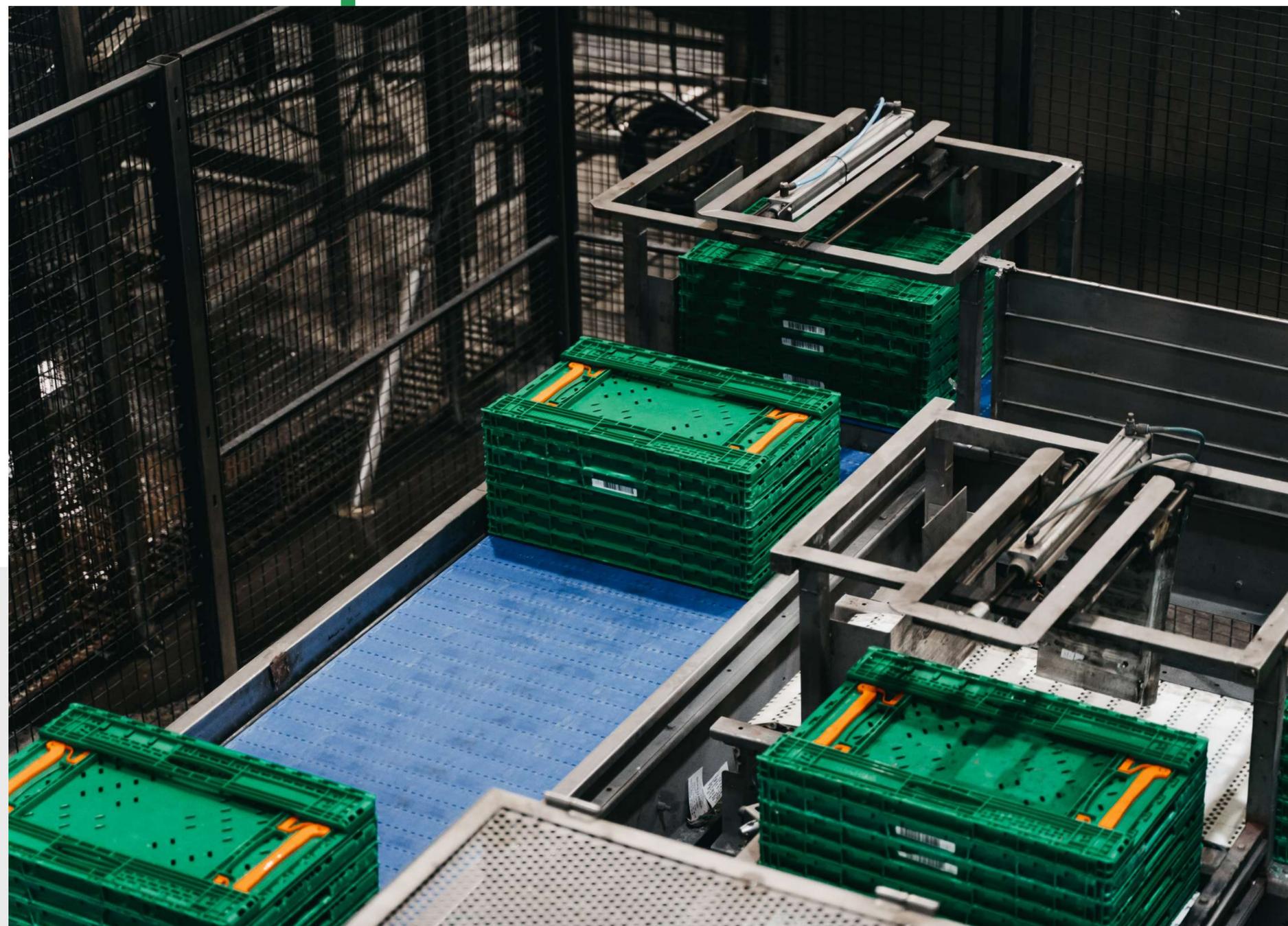
8.1. Principios de gestión medioambiental

El modelo de gestión ético de Logifruit genera valor para todos sus componentes gracias a que persigue un crecimiento sostenible. A través de su estrategia de responsabilidad social, apuesta por el emprendimiento y el impulso al talento y trabaja constantemente en medidas para reducir el impacto de su actividad en el medio ambiente con el objetivo de seguir construyendo un modelo de empresa que la gente quiera que exista y sienta orgullo de ella.

Logifruit contempla cualquier efecto que su actividad pueda tener en el entorno, motivo por el que mantiene un compromiso pleno con la protección y el aprovechamiento eficiente de los recursos naturales. Con esta responsabilidad incorpora mejoras que añadan valor al “cliente” desde la premisa de “hacer más con menos”. Para ello, la compañía desarrolla estrategias y planes de optimización cuyo objetivo principal es aprovechar al máximo los recursos disponibles y minimizar la generación de residuos.

Logifruit lleva tiempo trabajando en la transición de los envases rígidos a los plegables, que provoca un ahorro de emisiones de CO₂ al reducirse el número de camiones cargados en proporción a los envases transportados.

Concretamente en 2019, 90.690 camiones (7.560 de media al mes) transportaron los envases de Logifruit, lo que supuso un descenso del 13,7% respecto a 2018.



8.2. Consumos, residuos y huella de carbono

Logifruit está trabajando en la iniciativa Lean&Green, la mayor plataforma europea de colaboración específicamente dirigida a reducir las emisiones asociadas a la cadena de suministro. Se trata de una iniciativa internacional e interprofesional cuyo objetivo es ayudar a las empresas a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero en al menos un 20%, en un plazo máximo de 5 años. Los objetivos de Lean&Green suponen para Logifruit una meta de reducción establecida voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de efecto invernadero.

Con el cambio de envases rígidos a plegables, se calcula que en 2019 se generó un ahorro de 822 toneladas de CO₂ de emisiones a la atmósfera.

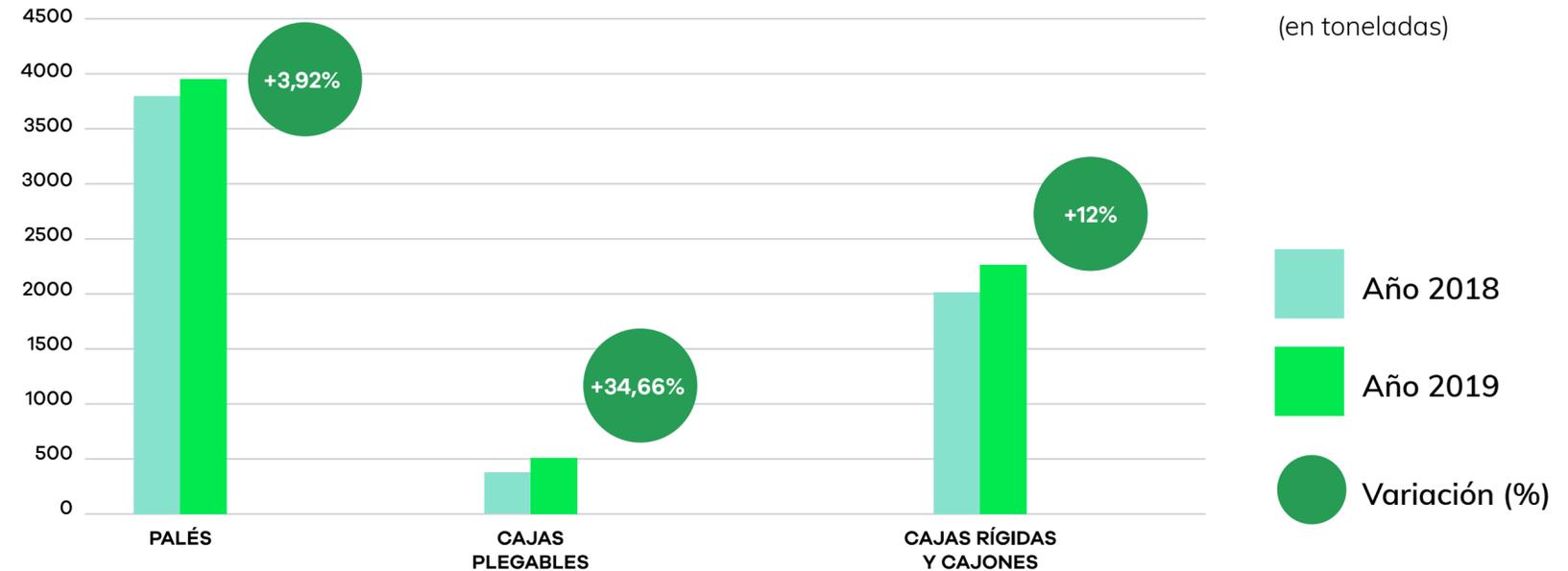
MATERIALES Y TRATAMIENTO DE RESIDUOS

La reutilización de envases es esencial en el modelo de negocio de Logifruit, junto con el reciclaje y la reducción. Los envases que se rompen, se vuelven a reutilizar después de repararse. Si el daño impide su reparación, el envase se tritura y el plástico es trasladado para su reciclaje.

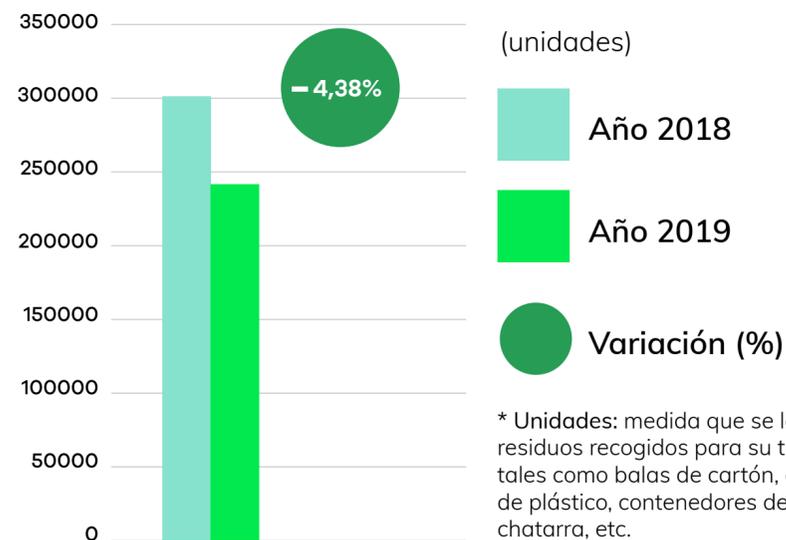
Logifruit recoge y organiza los residuos que llegan a las plataformas. En ellas, gracias a unas prensas industriales, materiales como cartón, plásticos, o poliestirén, entre otros, son seleccionados y aplastados en balas que un gestor autorizado de residuos recoge y traslada a centros de tratamiento para su aprovechamiento o destrucción total. Logifruit no genera ni gestiona residuos peligrosos.

[305-5, 301-1, 301-2, 301-3, 306-2, 303-1, 302-1, 302-4, 305-1]

MATERIAL TRITURADO



PROCESAMIENTO DE RESIDUOS



CONSUMOS DE AGUA

Logifruit opera siempre de modo que la limpieza e higienización de sus envases sea la más sostenible posible y con la calidad máxima asegurada. Para ello, ha elaborado un cuadro de seguimiento de Economía Circular en el que se monitorizan cinco indicadores que proporcionan información rigurosa para tomar decisiones que favorezcan al medio ambiente.

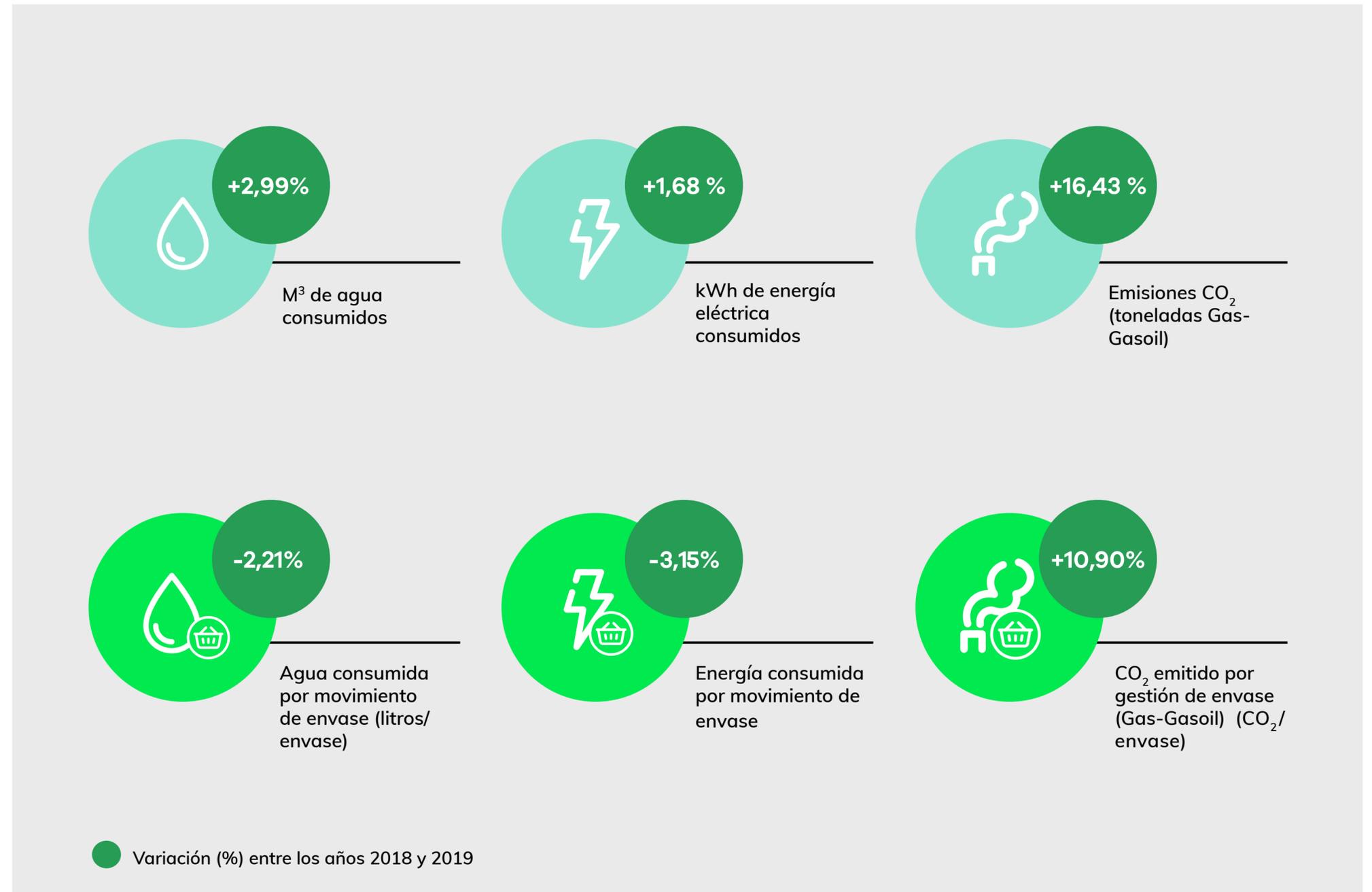
Uno de los aspectos clave es la gestión del agua, que en el caso de las plataformas logísticas de Logifruit siempre procede de la red pública. En 2019, debido al incremento de la actividad, el consumo total de agua aumentó un 2,99%, aunque gracias a las medidas de eficiencia implementadas, el consumo por movimiento de envase descendió un 2,21%.

CONSUMO ENERGÉTICO

Como en el caso del agua, el consumo de energía eléctrica total de la compañía ha subido un 1,68% como consecuencia del aumento de la actividad. Esta subida no es representativa de las medidas de ahorro tomadas, que han permitido reducir en un 3,15% el consumo por movimiento de envase.

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

En las emisiones de CO₂, también se observó un notable incremento como consecuencia de mejoras en el proceso de higienizado por razones de calidad y el aumento del número de envases gestionados en el año. Si bien la variación total fue de un 16,43%, el incremento por envase procesado logró reducirse a 10,9%, gracias a la apuesta de la empresa por la eficiencia.



09

Información complementaria



9.1. Acercas de este informe

Este informe sigue los principios de transparencia, relevancia, comparabilidad, periodicidad, claridad y fiabilidad, que Logifruit ha tenido presentes a lo largo de todo el proceso de recopilación y presentación de la información, necesarios para garantizar la calidad de la información reportada.

Las técnicas de medición y cálculo de datos, así como las estimaciones aplicadas, se explican en las tablas o en los capítulos correspondientes del informe para facilitar su comprensión, en el caso de que se haya considerado necesaria tal aclaración.

El Informe de Sostenibilidad Logifruit 2019 ofrece información sobre la actividad económica, social, ambiental y de gobernanza de Logifruit S.L. durante el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2019. Los datos aquí recogidos están tomados del Estado de Información No Financiera de la compañía, el cual ha sido objeto de verificación por un tercero. Este documento tiene una periodicidad anual y su edición anterior fue publicada en julio de 2019.

Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI.

El informe se ha elaborado con la colaboración y supervisión de todos los responsables de los distintos departamentos y áreas. El responsable de su elaboración y coordinación es el Departamento de Relaciones Humanas, pero la validación definitiva y aprobación de los contenidos recae en el Comité de Dirección de Logifruit.

Denominación:

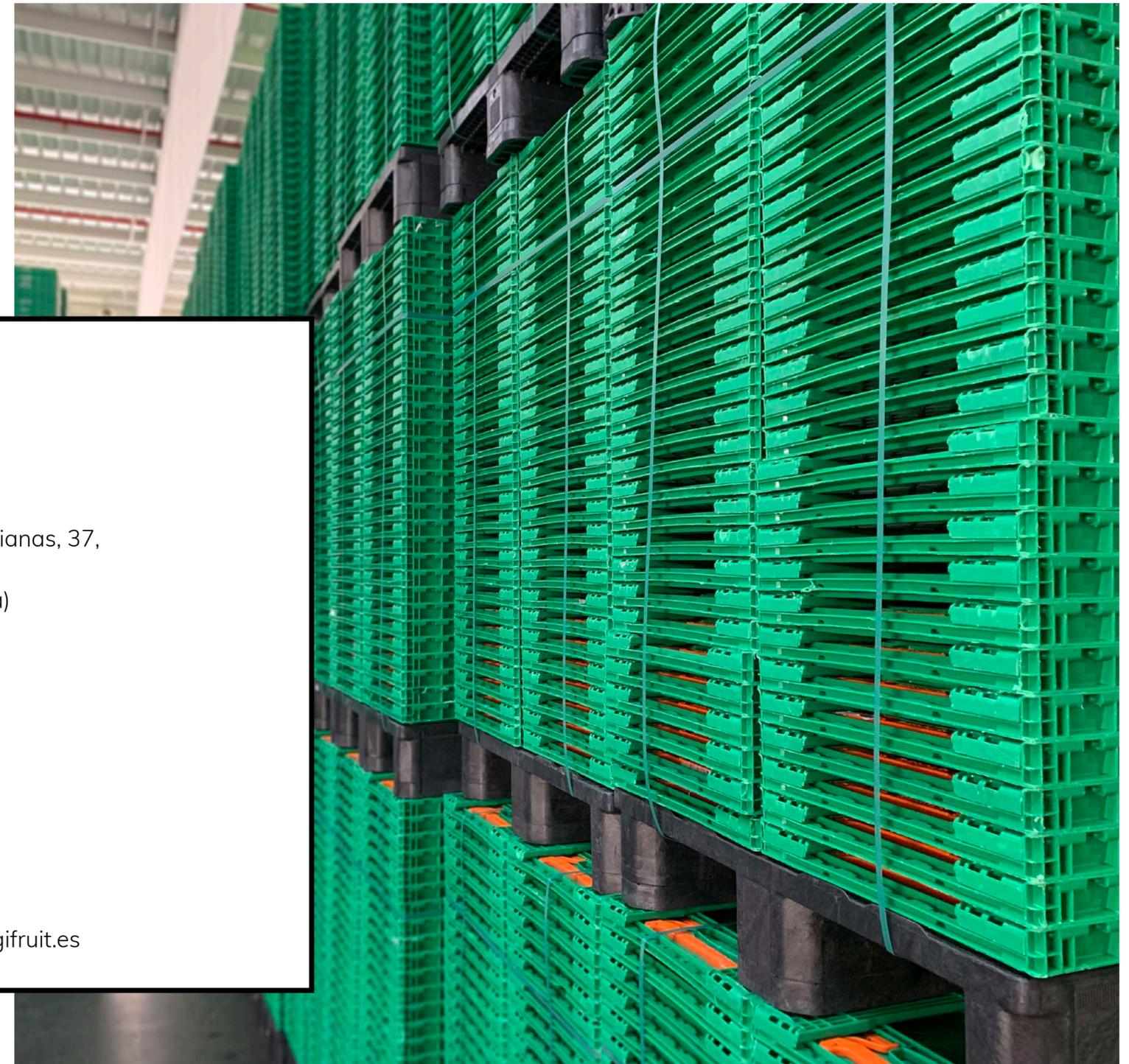
Logifruit, S.L.

Dirección:

Av. de las Cortes Valencianas, 37,
ESC. A 1º OF. 2
46015 Valencia (España)

Teléfono:

(+34) 963 803 179

Página Web:<https://www.logifruit.es>**E-mail de contacto:**relacioneshumanas@logifruit.es

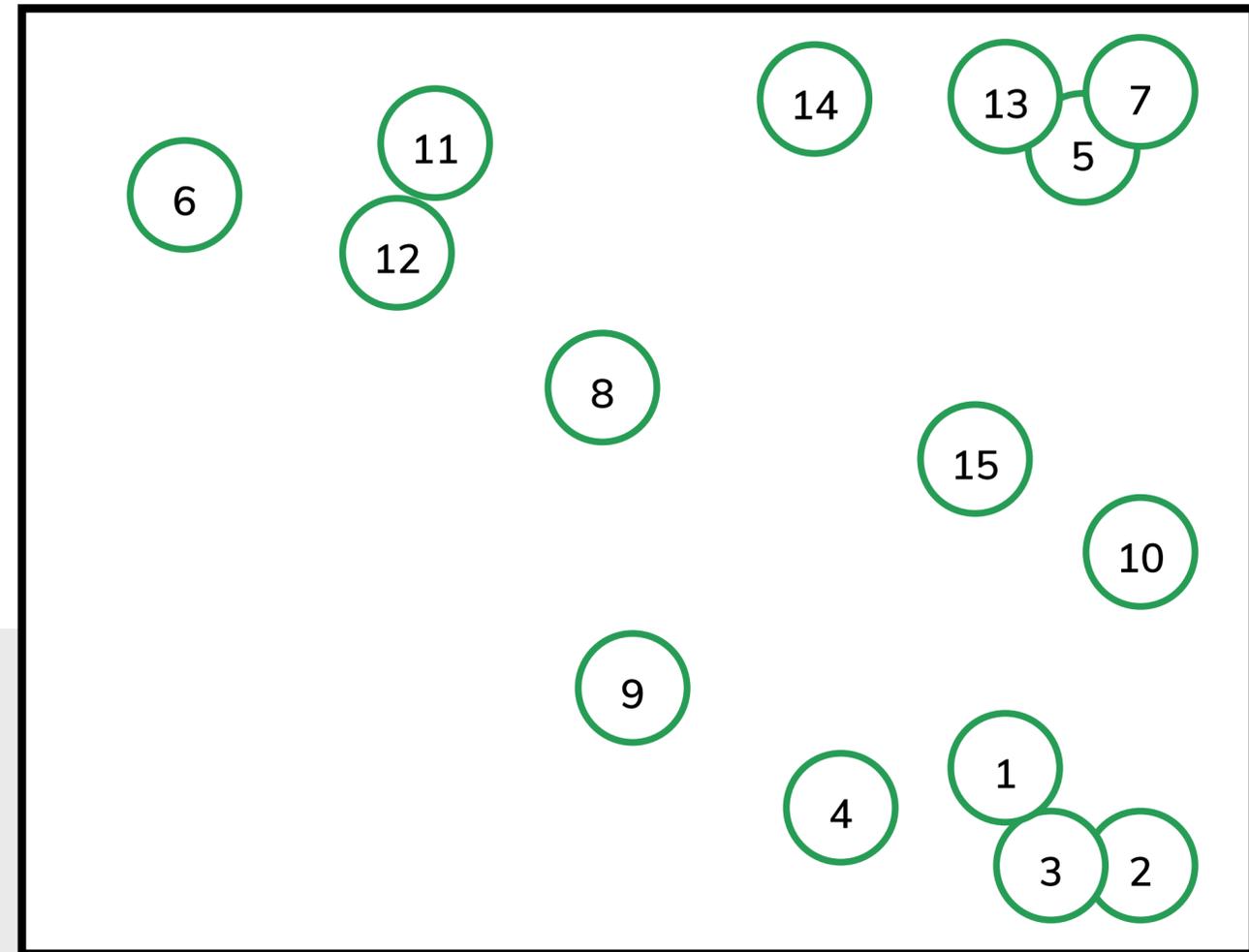
9.2. Análisis de materialidad

Para la determinación de los temas materiales, en una primera fase, Logifruit fijó en reuniones con los responsables de cada área aquellos temas que podían reportarse de manera fiable y fidedigna a los grupos de interés, y que son parte del funcionamiento habitual de la empresa y sus diferentes departamentos.

Posteriormente, la dirección de la compañía priorizó los temas clave en función del impacto en la gestión, la influencia sobre los grupos de interés y el reflejo fiel que muestra de la actividad de Logifruit.

A partir de estas consideraciones, Logifruit ha diseñado una matriz que incluye los principales temas materiales valorados por los diferentes jefes de departamento en una escala de 1 a 5, tanto desde su importancia interna como externa, tomando como resultados finales la valoración media obtenida.

IMPORTANCIA EXTERNA



IMPORTANCIA INTERNA

- Sociales
- Medioambientales
- Económicos

1. Empleo

2. Relaciones trabajador-empresa

3. Salud y seguridad en el trabajo

4. Formación y enseñanza

5. No discriminación

6. Comunidades locales

7. Salud y seguridad de los clientes

8. Materiales

9. Energía

10. Agua

11. Emisiones

12. Efluentes y residuos

13. Desempeño económico

14. Impactos económicos

15. Anticorrupción

9.3. Índice de contenidos GRI

Para el Materiality Disclosures Services, GRI Services ha revisado que el índice de contenidos de GRI sea claro, y que las referencias para los Contenidos 102-40 a 102-49 correspondan con las secciones indicadas del reporte.

Estándares GRI 2016

GRI 101: Fundamentos 2016

GRI 102 CONTENIDOS GENERALES 2016

Contenido	Página	Respuesta / Comentario
1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
102-1 Nombre de la organización	7	-
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	7	-
102-3 Ubicación de la sede principal de la organización	7	-
102-4 Ubicación de las operaciones	7	-
102-5 Propiedad y forma jurídica	7	-
102-6 Mercados y servicios	7	-
102-7 Tamaño de la organización	7	-
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	30	-
102-9 Cadena de suministro	37	-
102-10 Cambios significativos en la organización y en la cadena de suministro	9	-
102-11 Principio o enfoque de precaución	15	-
102-12 Iniciativas externas	15	-
102-13 Afiliación a asociaciones	14	-

Contenido	Página	Respuesta / Comentario
2. ESTRATEGIA		
102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4	-
102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	20	-
3. ÉTICA E INTEGRIDAD		
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	10	-
4. GOBERNANZA		
102-18 Estructura de gobernanza	19	-
5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
102-40 Lista de grupos de interés	17	-
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	34	-
102-42 Identificación y selección de los grupos de interés	17	-
102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	17	-
102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	17	-

Contenido	Página	Respuesta / Comentario
6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES		
102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	47	-
102-46 Definición de los contenidos de los informes y la cobertura del tema	47	-
102-47 Lista de los temas materiales	48	-
102-48 Reexpresión de la información	47	-
102-49 Cambios en la elaboración de informes	47	-
102-50 Período objeto de la memoria	47	-
102-51 Fecha del último informe	47	-
102-52 Ciclo de elaboración de informes anuales	47	-
102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	47	-
102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	47	-
102-55 Índice de contenidos GRI	49	-
102-56 Verificación externa	47	-

GRI 200 DIMENSIÓN ECONÓMICA

Aspectos materiales

Página

Respuesta / Comentario

Desempeño económico

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	41	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	41	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	41	-
GRI 201: Desempeño económico	201-1 Valor económico generado y distribuido	8, 41	-

Impactos económicos indirectos

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	13	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	13	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	13	-
GRI 203: Impactos económicos indirectos	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	13	-

GRI 200 DIMENSIÓN ECONÓMICA

Aspectos materiales

		Página	Respuesta / Comentario
Anticorrupción			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	21	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	21	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	21	-
GRI 205: Anticorrupción	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	21	-
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	21	-
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	21	-

GRI 300 DESEMPEÑO MEDIO AMBIENTAL

Aspectos materiales

		Página	Respuesta / Comentario
Materiales			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	44	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	44	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44	-
GRI 301: Materiales	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	44	-
	301-2 Materiales reciclados utilizados	44	-
	301-3 Productos reutilizados y materiales de embalaje	44	-

GRI 300 DESEMPEÑO MEDIO AMBIENTAL

Aspectos materiales

		Página	Respuesta / Comentario
Energía			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	44	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	44	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44	-
GRI 302: Energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	44	-
	302-4 Reducción del consumo energético	44	-
Agua			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	44	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	44	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44	-
GRI 303: Agua	303-1 Extracción de agua por fuente	44	-

GRI 300 DESEMPEÑO MEDIO AMBIENTAL

Aspectos materiales

Página

Respuesta / Comentario

Emisiones

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	44	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	44	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44	-
GRI 305: Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI	44	-
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	44	-

Efluentes y residuos

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	44	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	44	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44	-
GRI 306: Efluentes y residuos	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	44	-

GRI 400 DIMENSIÓN SOCIAL

Aspectos materiales

Empleo

		Página	Respuesta / Comentario
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	30	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	30	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	30	-
GRI 401: Empleo	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	30	-

Relaciones trabajador-empresa

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	34	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	34	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	34	-
GRI 402: Relaciones trabajador-empresa	402-1 Plazos de aviso mínimos para cambios operacionales	34	-

GRI 400 DIMENSIÓN SOCIAL

Aspectos materiales

		Página	Respuesta / Comentario
Salud y Seguridad en el trabajo			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	35	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	35	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	35	-
GRI 403: Salud y Seguridad en el trabajo	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	35	-
	403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	35	-
Formación y enseñanza			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	33	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	33	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	33	-
GRI 404: Formación y enseñanza	404-1 Promedio de horas de formación al año por trabajador	33	-
	404-2: Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	33	-

GRI 400 DIMENSIÓN SOCIAL

Aspectos materiales

		Página	Respuesta / Comentario
Diversidad e igualdad de oportunidades			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	32	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	32	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	32	-
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	19	-
	405-2 Relación entre el salario base de los hombres y de las mujeres	32	-
Evaluación de los derechos humanos			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	21	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	21	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	21	-
GRI 412: Evaluación de los derechos humanos	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	21	-
	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	21	-

GRI 400 DIMENSIÓN SOCIAL

Aspectos materiales

Página

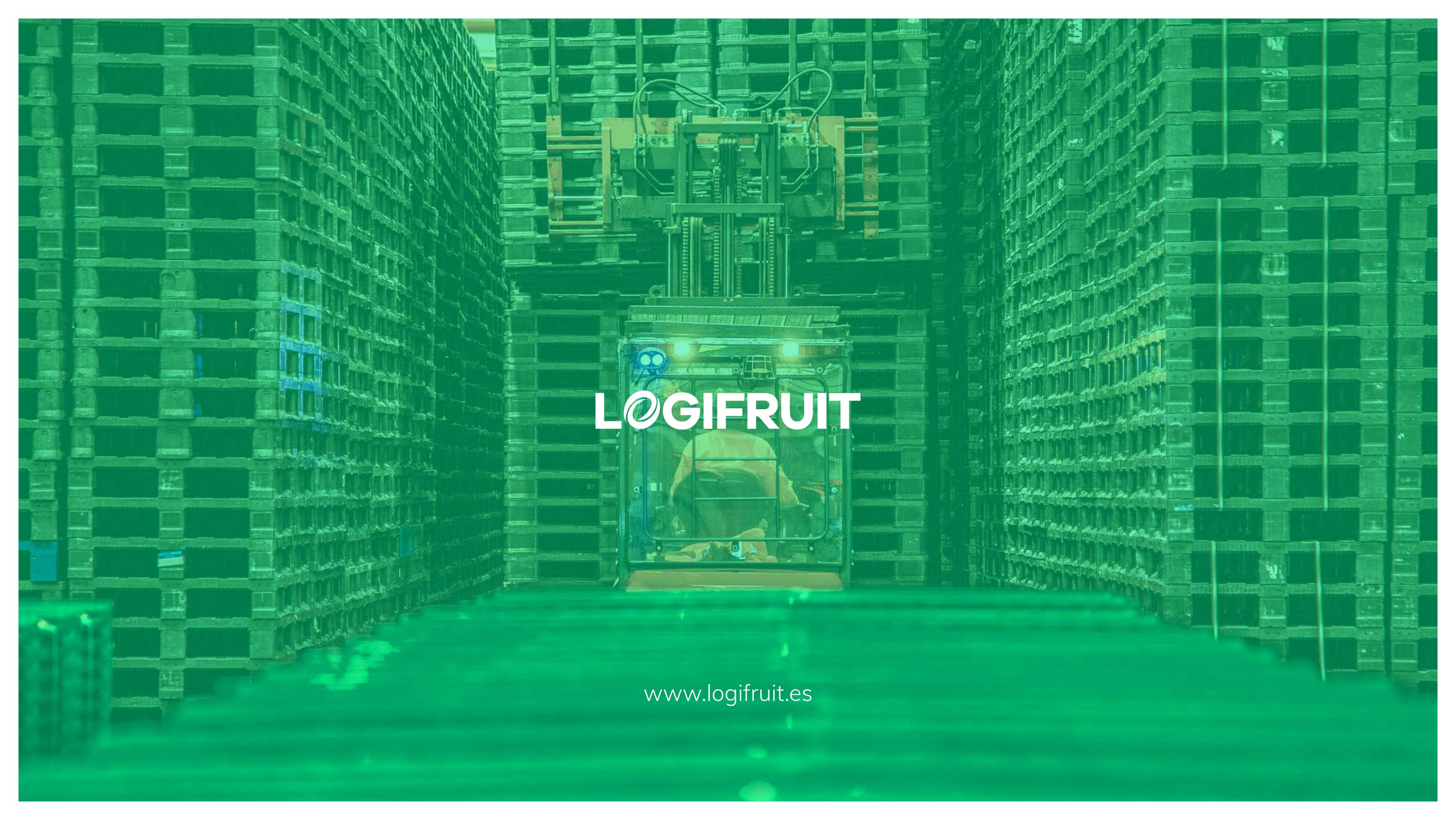
Respuesta / Comentario

Comunidades locales

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	41	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	41	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	41	-
GRI 413: Comunidades locales	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	41	-

Salud y seguridad de los clientes

GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	26	-
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	26	-
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	26	-
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y en la seguridad de las categorías de productos y servicios	26	-

A person is operating a forklift in a warehouse aisle. The forklift is positioned in the center of the aisle, facing away from the camera. The aisle is flanked by tall stacks of wooden pallets. The entire image has a green tint. The word "LOGIFRUIT" is overlaid in white, bold, sans-serif capital letters in the center of the image.

LOGIFRUIT

www.logifruit.es