

# La movilidad que transforma ciudades



## 0.0 Introducción

0.1 Carta CEO: Reflexionando sobre el presente para cambiar el futuro	05
0.2 Somos Cabify	09
0.3 Nuestra hoja de ruta: el planeta, las personas y la economía	18

## 1.0 Un planeta que vuelva a respirar

1.1 Muchos viajes y un único planeta; comprometidos con el movimiento sostenible	25
Conservando el paisaje; hablemos de la crisis climática	26
Respetando el medioambiente; la necesidad de pasar a la acción	27
Próxima parada: cero emisiones	28
Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	29

## 2.0 Protagonistas de nuestro futuro

2.1 Nuestro destino: mejores ciudades para vivir	44
Juntos vamos más lejos: al servicio de la comunidad	45
El COVID cambia la ruta	46
Todos a bordo; inclusión y accesibilidad	50
Nuestros copilotos; colaboradores clave para un objetivo común	52
Reparando baches; invirtiendo en una sociedad mejor	53
La tecnología al servicio del viaje; una gran aliada	54

**2.2 Haciendo del viaje una experiencia 57**

- Ajustando retrovisores; un año difícil 58
- Comprobando airbags; logros en medio de la incertidumbre 59
- Prevenir y actuar 60
- Más garantías 61
- Socios conductores, los mejores acompañantes 63
- Promoviendo la inclusión y la diversidad en el sector del transporte 64
- Pasajeros seguros 66
- Las empresas también se mueven 69

**2.3 Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo 71**

- Así somos 73
- Todos igual de diferentes: promoviendo la diversidad 79
- La energía para llegar a la meta; mirando por nuestros empleados 81
- Pisando el acelerador; adaptándonos al COVID 92



**3.0 Un viaje rentable; nuestro desarrollo económico**

**3.1 Nuevos retos, nuevas rutas 102**

**3.2 Siempre transparentes; lo que ves es lo que hay 104**



# 0.0

# Introducción

Carta CEO:  
Reflexionando sobre  
el presente para  
cambiar el futuro

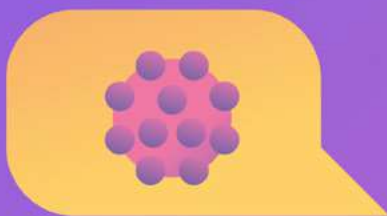
05

Nuestra hoja de ruta: el  
planeta, las personas  
y la economía

18

Somos Cabify

09



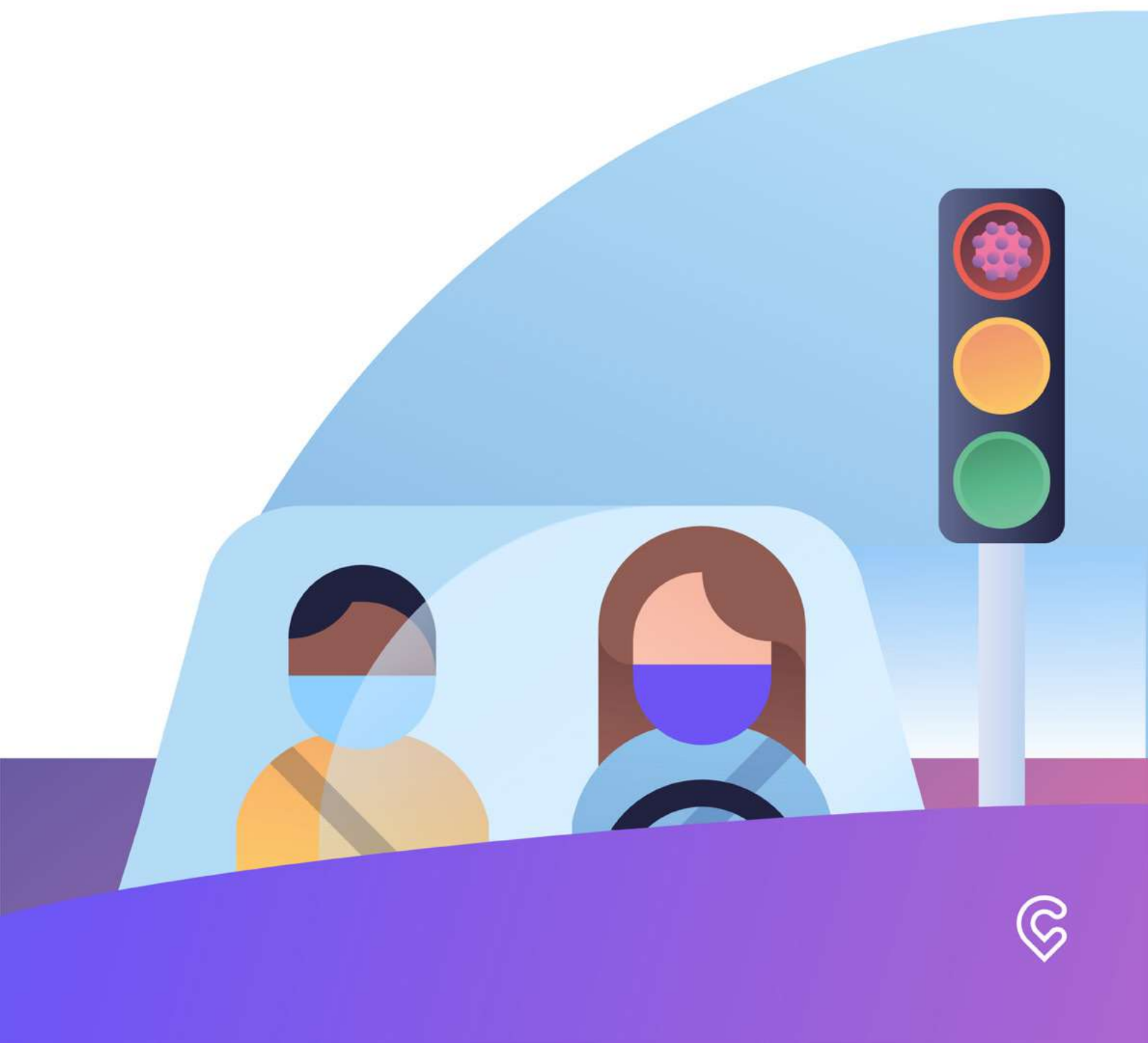
# 0.1

# Carta CEO

Reflexionando sobre  
el presente para  
cambiar el futuro

---

06



# Reflexionando sobre el presente para cambiar el futuro

06

Sois vosotros quienes habéis estado en el centro de nuestras acciones y decisiones para hacer frente juntos al COVID

Reflexionar sobre todo lo vivido nunca ha sido tan necesario como hacerlo sobre 2020. Hemos dejado atrás un año que nos empujó a todos sin excepción a transformar nuestra forma de comportarnos, de relacionarnos y también de movernos. No podemos empezar de otra manera que trasladando el mayor sentimiento de afecto que permiten estas líneas a todas las personas que han sufrido o se están sobreponiendo a las consecuencias del COVID.

Comprobar que el proyecto de movilidad que iniciamos hace una década ha tenido la capacidad de amortiguar, en cierta medida, la dureza de esta situación para muchas personas ha sido tremendamente emocionante. Sois vosotros –nuestros empleados, nuestros pasajeros, nuestros conductores y taxistas colaboradores, nuestros socios en la industria de la movilidad– quienes habéis estado en el centro de nuestras acciones y decisiones para hacer frente juntos al COVID.

Siempre hemos impulsado la seguridad en el sector de la movilidad, es una oportunidad crítica para nosotros. Gracias a esta visión, en los últimos meses hemos respondido rápidamente a la necesidad de ampliar todavía más su significado y alcance para pasajeros y conductores, guiados en todo momento por nuestro propósito de mejorar la vida en las ciudades. La capacidad de adaptación y la madurez tecnológica que hemos demostrado al lanzar servicios nuevos en cuestión de semanas, como la opción de envíos de pequeños paquetes, y la flexibilidad operativa para poner nuestra aplicación al servicio de la ciudades en tiempo y forma, nos han permitido contribuir a la protección de la salud pública en España y América Latina.

Somos una comunidad donde todos nos movemos en el mismo sentido, con una ruta definida que no deja a nadie atrás. Desde nuestra plataforma tecnológica hemos ayudado al conjunto de la comunidad durante esta crisis sin precedentes: con la categoría ‘Cabify para Héroes’ hemos facilitado el traslado de médicos que prestaban atención domiciliaria en Madrid y hemos apoyado con descuentos el desplazamiento de personal sanitario en varias ciudades de España, Chile, México. También hemos unido fuerzas con otras entidades Cruz Roja y The Atomic Lab en Argentina o epidemiólogos de la Universidad de los Andes en Colombia. Aunque nuestro equipo ha trabajado una parte del año de manera completamente remota, ha estado más conectado que nunca con las necesidades de nuestras ciudades y esto merece el máximo de los reconocimientos.

Y, después de un año como este, ¿qué podemos aprender para el futuro? Cuando el ritmo de nuestras vidas se redujo, observamos que las ciudades volvían a respirar. Esta imagen es tremendamente poderosa y debe quedar grabada en nuestra retina por la oportunidad que refleja para el desarrollo sostenible del planeta y de nuestra propia vida. Especialmente ahora no podemos olvidar que, según la Organización Mundial de la Salud, 7 millones de personas mueren cada año por respirar aire contaminado.





07

La crisis climática ha sido una pandemia silenciosa que ha ido mermando la calidad de vida de nuestras ciudades. Y decimos que ha sido, porque se ha roto el silencio en torno a los retos que debemos resolver para revertir cuanto antes el daño que sufre nuestro planeta. Durante la crisis sanitaria todos hemos comprendido que asegurando la protección del que tenemos en frente podemos con todo. Frente a nosotros, cada día, tenemos a la ciudad como un ecosistema clave que mejorar para proteger a todo el planeta.

Por esto mismo, no debemos bajar la guardia. Nos preocupa que el uso del vehículo privado se esté recuperando con mayor velocidad que el transporte colectivo. Frente a esto, nuestra respuesta sigue siendo la de apostar por la tecnología y la innovación para hacer viable la transformación sostenible del transporte. En un contexto muy complejo, hemos generado una nueva oportunidad un servicio pionero de suscripción para fomentar el uso de la bicicleta, activo ya en 3 ciudades de España. También hemos incrementado un año más nuestra inversión en I+D+i, siendo un 23% superior. En nuestras ciudades hay espacio de sobra para fomentar soluciones respetuosas con el medioambiente y cada persona puede acelerar la transición. Los hábitos de comportamiento están cambiando y queremos que, a través de nuestra aplicación, todos puedan alzar la voz con un consumo de movilidad consciente.

**Ser sostenible no es otra cosa que ser viable en el tiempo, y bajo esta filosofía hemos desarrollado el proyecto empresarial que hoy es Cabify.**

Ser sostenible no es otra cosa que ser viable en el tiempo, y bajo esta filosofía hemos desarrollado el proyecto empresarial que hoy es Cabify. Siempre tuvimos el objetivo de construir un proyecto rentable y a principios de 2020 compartimos la mejor de las recompensas: ser la primera empresa de nuestro sector en lograr la rentabilidad a nivel global durante el último trimestre del 2019 y durante el ejercicio completo en España.

El COVID ha afectado a corto plazo la movilidad, y también a nosotros, pero a medio plazo generará oportunidades positivas a nivel de desarrollo social, ambiental y económico. Por un lado, el mundo digital ha sido nuestro principal hogar en los momentos de confinamiento y ha multiplicado la importancia de las tecnologías de la información. Por otro lado, la crisis sanitaria ha reforzado el convencimiento mundial de que es necesario un cambio de paradigma, ni en los peores momentos de la pandemia grandes desafíos como el reto climático o la creciente desigualdad social han dejado de ser importantes para el interés general.

Esta visión de un futuro mejor, compartida a nivel mundial, nos ha permitido navegar durante 2020 y también nos ha unido como equipo en momentos que nunca pensamos vivir. Nuestros empleados directos redujeron temporalmente su actividad para hacer frente a los momentos más duros de esta pandemia, y afrontaron una desescalada con la mayor de las energías y responsabilidad. Cada ciudad tiene su energía y en función del país la tasa de recuperación está siguiendo su propio ritmo, pero de media se ha recuperado  $\frac{3}{4}$  de la demanda. Como compañía, hemos sido capaces de adaptarnos a cada momento, previendo los movimientos y necesidades de movilidad en cada mercado donde operamos.



**Nuestra respuesta sigue siendo la de apostar por la tecnología y la innovación para hacer viable la transformación sostenible del transporte.**

La hoja de ruta que seguimos desde Cabify siempre ha estado diseñada para contribuir de forma decisiva, y desde las ciudades, a la superación de la crisis climática. Somos conscientes del impacto del transporte por lo que construimos una estrategia ambiental sólida y valiente, siempre decididos a avanzar en la descarbonización de la movilidad urbana. Pero también reconocemos que solo será posible hacerlo si no estamos solos y queremos destacar un ámbito muy concreto: la transición al vehículo eléctrico.

La electromovilidad cambiará las reglas del juego de la movilidad urbana. Será una revolución similar a la transición de los caballos a los coches. En el año 2019 formalizamos un objetivo que hoy se mantiene: alcanzar una flota colaboradora de vehículos totalmente eléctrica en 2025 en España y en 2030 en América Latina. Mientras llegamos, mantenemos el compromiso presente de seguir compensando todas las emisiones generadas y esperamos poder inspirar a otros para avanzar en este camino.

Tenemos claro que es el momento de tomar medidas transformadoras, con el convencimiento de que solo lograremos superar lo vivido si aprovechamos la oportunidad que tenemos enfrente. Se están abriendo puertas imprescindibles que hace menos de un año no estaban tan activas, como por ejemplo el Green Deal<sup>1</sup> o el Plan #NextGenerationEU<sup>2</sup> lanzados por la Unión Europea. En América Latina, recientes decisiones gubernamentales como las anunciadas en Chile<sup>3</sup> o Argentina<sup>4</sup> para potenciar la electromovilidad están sentando las bases para el futuro que queremos construir. A nivel global, están surgiendo ambiciosas iniciativas como el proyecto Rutas de descarbonización profunda de América Latina (DDPLAC)<sup>5</sup>, en la que participan entidades como el Banco Interamericano de Desarrollo, con el objetivo de promover globalmente estrategias de reducción de emisiones a largo plazo.

Sentimos que las barreras que frenan muchos de los desafíos que nos preocupan se están derribando con más firmeza que nunca porque todos queremos una mejor normalidad, más justa y más sostenible. El año 2020 nos ha enseñado que nuestra vida está conectada a la de cualquier persona del mundo. Si afrontamos lo que está por venir con humildad, empatía, coraje y transparencia viviremos esta década realmente unidos, siendo mucho más fuertes para reconstruir y rehacer todo aquello que nos hemos propuesto para garantizar un mejor futuro.



Juan de Antonio  
Fundador y CEO de Cabify



## 0.2

# Somos Cabify

¿Qué somos? 10

---

¿Qué creemos? 11

---

¿Cómo trabajamos? 12

---



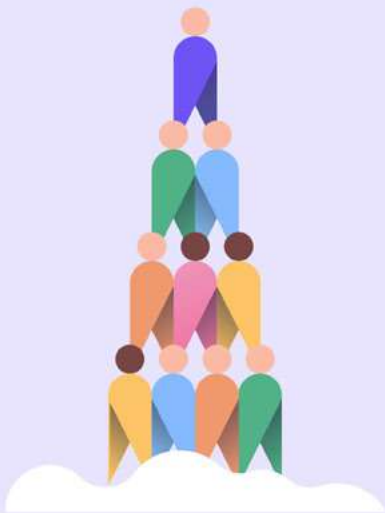
# ¿Qué somos?

10



Parece una pregunta fácil de responder, ¿verdad? Y si queremos ser muy literales, así es. Somos una startup española de movilidad que opera en 90 ciudades de España y Latinoamérica. Somos algo más de 900 empleados, alcanzamos el estatus de 'unicornio' en 2016 y nuestro color favorito es el morado.

Pero eso sería ignorar lo que realmente nos hace especiales. Porque además de una empresa, Cabify es una plataforma, una app, una comunidad. Cabify son los millones de pasajeros a los que nada les detiene, las muchas empresas que confían en nosotros para ser su transporte en la ciudad y los miles de conductores y taxistas colaboradores que nos escogen y dan ruedas a nuestra plataforma. Ellos son el corazón de lo que somos y estamos comprometidos en ofrecerles el mejor servicio posible, creando un ecosistema de movilidad sostenible que les beneficie a ellos y también a las ciudades de las que formamos parte.



# ¿Qué creemos?



11



Creemos que una mejor movilidad puede hacer que las ciudades sean mejores lugares para vivir. Queremos ayudar a transformarlas, económica, social y medioambientalmente, y a dar a nuestros usuarios un servicio tan bueno que aporte nuevas posibilidades a sus vidas. Por eso, a través del análisis, la innovación y mucho talento, ofrecemos alternativas al uso del vehículo particular y trabajamos para lograr que esta visión de las ciudades –donde la movilidad es compartida, segura, accesible para todos y, por supuesto, sostenible– sea real.



# ¿Cómo trabajamos?




En nuestro equipo, creemos que la tecnología debe tener un efecto transformador positivo en nuestras ciudades. Perseguimos un cambio y un impacto para el que necesitamos la ayuda de diferentes agentes; cuantos más seamos los que nos impliquemos, más lejos llegaremos.

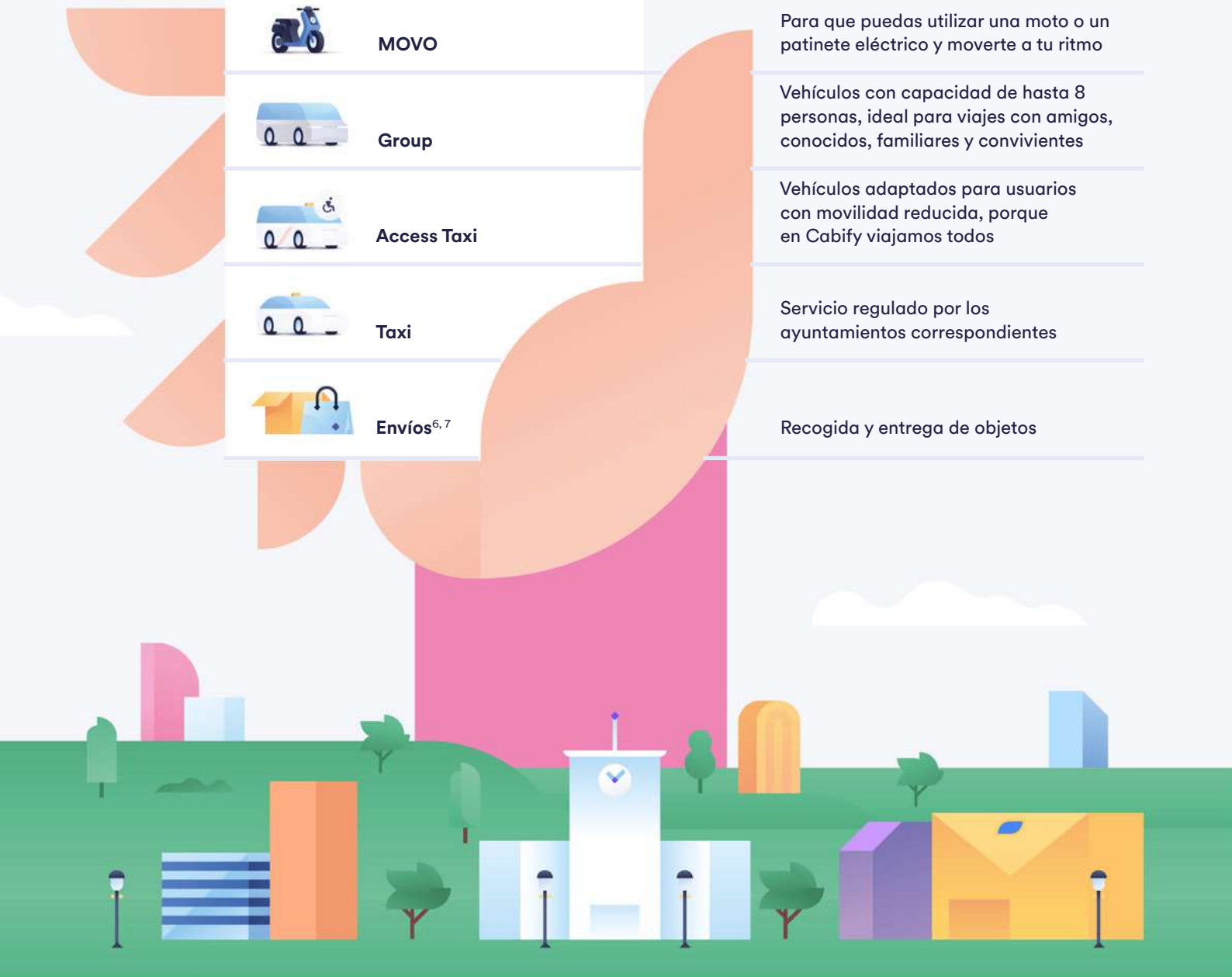
Nos esforzamos cada día para que puedas llegar a esa cita a tiempo, para que te muevas por la ciudad de manera más sostenible (vas a ver que la sostenibilidad para nosotros es muy importante, así que te vamos a hablar mucho de ella) y para que todo eso lo hagas de la manera que más se adapta a ti, seas un particular o una empresa.



# 13

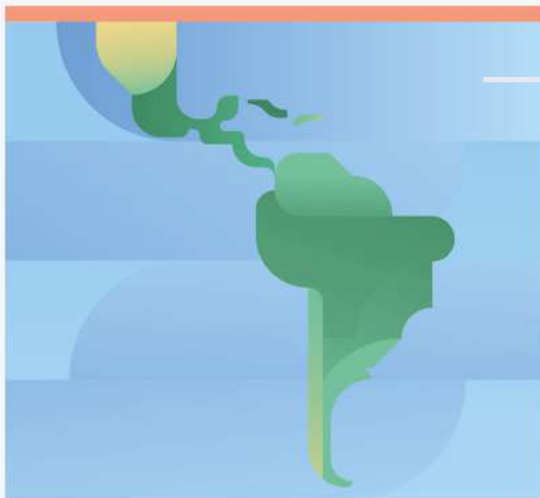
## Categorías en España

	
 <b>Lite</b>	La categoría más económica, vamos la de toda la vida
 <b>Executive</b>	La misma calidad pero con un servicio premium y con vehículos de alta gama
 <b>Kids</b>	Un vehículo de categoría Lite con una silla para que los más pequeños también disfruten de la experiencia de viajar con Cabify
 <b>MOVO</b>	Para que puedas utilizar una moto o un patinete eléctrico y moverte a tu ritmo
 <b>Group</b>	Vehículos con capacidad de hasta 8 personas, ideal para viajes con amigos, conocidos, familiares y convivientes
 <b>Access Taxi</b>	Vehículos adaptados para usuarios con movilidad reducida, porque en Cabify viajamos todos
 <b>Taxi</b>	Servicio regulado por los ayuntamientos correspondientes
 <b>Envíos<sup>6,7</sup></b>	Recogida y entrega de objetos



14

### Categorías en Latinoamérica



**Executive**

Un servicio personal de calidad premium con vehículos de alta gama



**Economy<sup>8</sup>**

Una categoría P2P<sup>9</sup> (en la que puede haber trayectos compartidos). En algunos mercados como México incluye P2P y taxi



**Lite**

Opción P2P con servicio de mayor calidad que la categoría Economy



**Group**

Vehículos con capacidad de hasta 8 personas



**Taxi**

Servicio regulado por la legislación que aplica en cada ciudad o país



**Envíos<sup>10</sup>**

Recogida y entrega de objetos en moto o en coche



En el año 2020, hemos llevado todos estos servicios a 11 países y 92 ciudades (a principios de diciembre dejamos de operar en Santo Domingo y en Ciudad de Panamá). Nos gusta pensar que mientras lees esto, seguramente haya alguien en cada una de estas ciudades utilizando los servicios de Cabify:

15



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

**Brasil (47):** Aracaju, Belém, Belo Horizonte, Brasília, Campinas, Campo Grande, Campos dos Goytacazes, Caxias do Sul, Cuiabá, Curitiba, Feira de Santana, Florianópolis, Fortaleza, Goiania, Itu, Joao Pessoa, Joinville, Juiz de Fora, Jundiai, Londrina, Macae, Macapa, Maceio, Manaus, Maringá, Natal, Navegantes, Niteroi, Palmas, Porto Alegre, Porto Velho, Presidente Prudente, Recife, Ribeirao

Preto, Rio Branco, Rio de Janeiro, Salvador, Santos, Sao Jose do Rio Preto, Sao Jose dos Campos, São Luis, Sao Paulo, Sorocaba Campina Grande, Teresina, Uberlandia, Vitoria.  
**Colombia (6):** Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Medellín.  
**Chile (4):** Concepción, Iquique, Santiago, Valparaíso.  
**Ecuador (2):** Guayaquil, Quito.  
**España (10):** Alicante, Barcelona, La Coruña, Madrid, Málaga,

Murcia, Santander, Sevilla, Valencia, Zaragoza.  
**México (11):** Aguascalientes, Cancún, Guadalajara, León, Mérida, México DF, Monterrey, Puebla, Querétaro, Toluca, Tijuana.  
**Panamá (1):** Panama City (hasta 09/12/20)  
**República Dominicana (1):** Santo Domingo (hasta 09/12/20)  
**Perú (5):** Arequipa, Cuzco, Lima, Piura, Trujillo.  
**Uruguay (1):** Montevideo.

16



Después de leer esto te preguntarás:  
¿y quién hace posible todo esto?

Empleados:



871

personas trabajan con nosotros<sup>12</sup>

Socios conductores:



+260.000

conductores y taxistas

Usuarios:



+5.000.000

pasajeros

Viajes:



+53.000.000

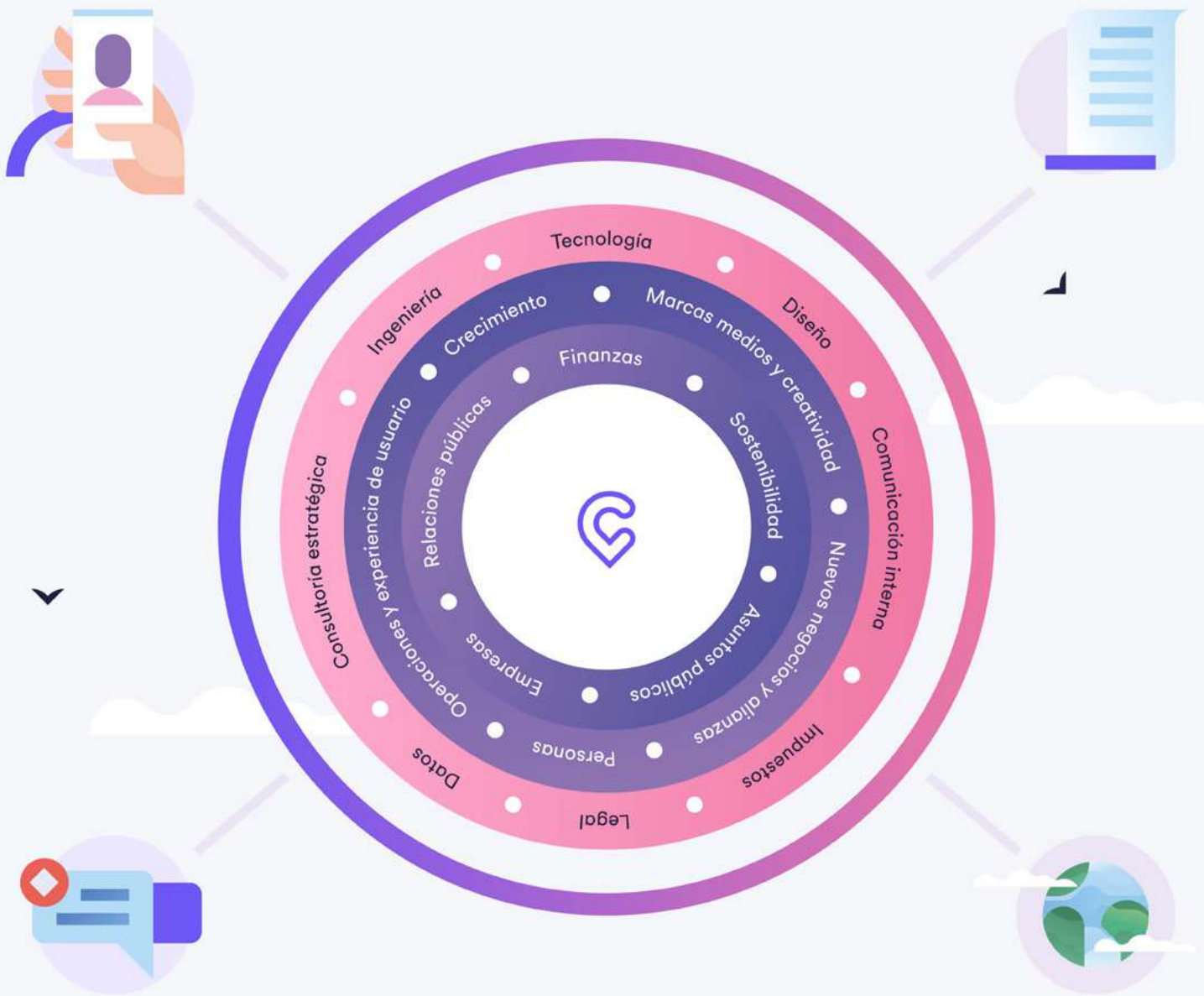
realizados





# 17

Y... ¿Cómo lo hacemos posible? Esta es la forma en la que nos estructuramos:



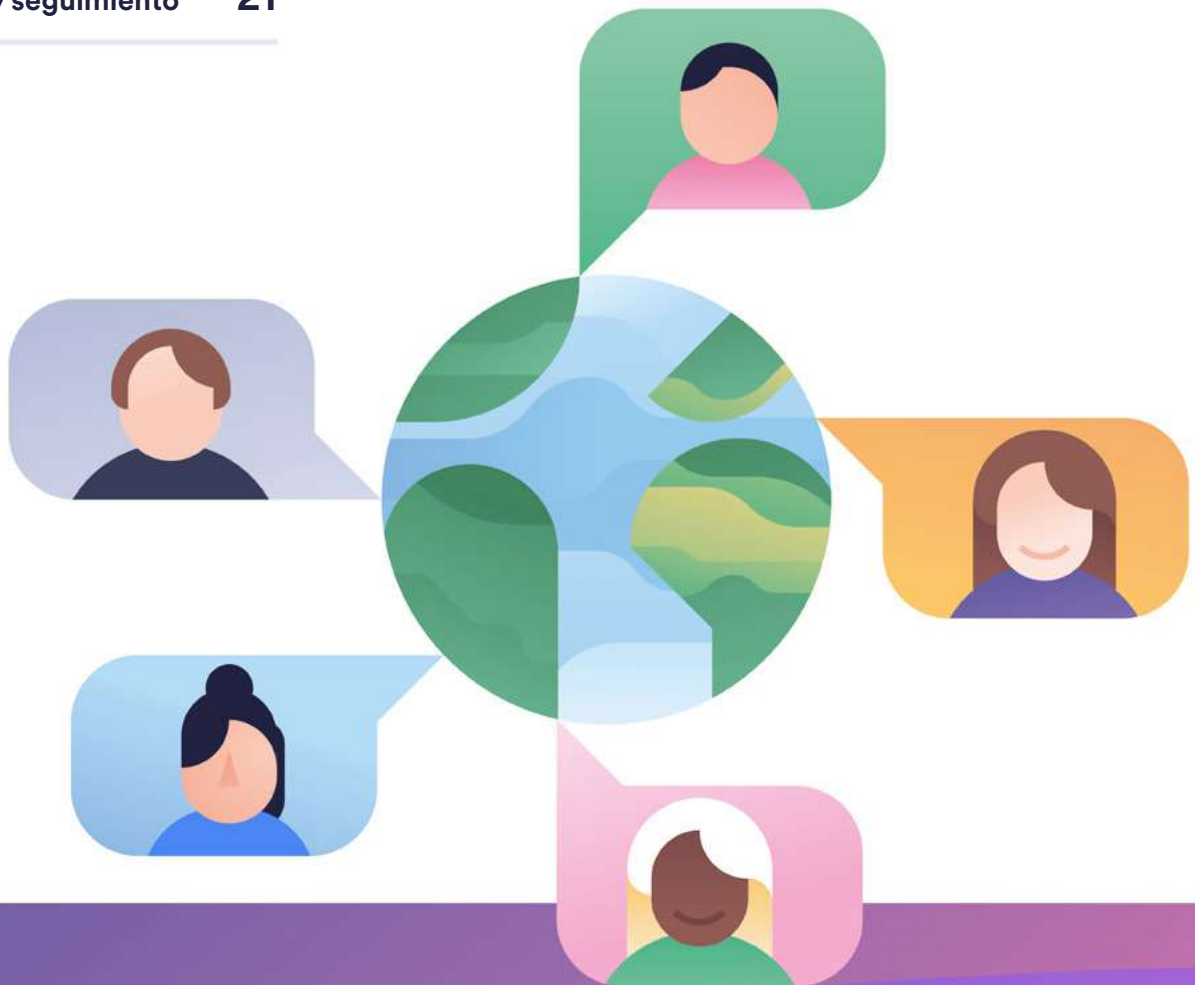
● Áreas globales

● Áreas globales locales

# 0.3

# Nuestra hoja de ruta: el planeta, las personas y la economía

Plan director de sostenibilidad	19
Medición y seguimiento	21



# 19

En Cabify, sabemos que la movilidad es la oportunidad para llegar a tu restaurante o museo favorito, pero también a una mejor educación y trabajo. Cada vez que elegimos cómo nos movemos, estamos construyendo el tipo de ciudad en la que queremos vivir. Por eso, buscamos crear relaciones honestas y duraderas con las personas que confían en nuestro proyecto: inversores, empleados, socios conductores, clientes y proveedores.

Queremos que todo el mundo se mueva desde y hacia dónde quiera, de forma libre, segura y accesible. Además, trabajamos para que nuestro impacto en el planeta sea mínimo, creciendo de forma rentable y cada vez más sostenible.

Somos firmantes del Pacto Mundial de Naciones Unidas y nuestra estrategia de sostenibilidad está alineada con la Agenda 2030 por un mundo más sostenible, porque queremos contribuir y ser parte de la solución. Por eso, hemos detectado e incorporado a nuestra estrategia los 5 Objetivos de Desarrollo Sostenible en los que tenemos mayor impacto y que inspiran y refuerzan nuestro compromiso:



# Plan Director de Sostenibilidad

20

Nuestro Plan Director, que es nuestra hoja de ruta 2019-2021, se traduce en cinco líneas de acción y compromisos específicos con metas muy concretas:

1

## Ética, transparencia y gobernanza: la sostenibilidad no es un área

Quienes trabajamos en Cabify nos comprometemos a actuar con ética y responsabilidad y a marcar la diferencia en el mundo. Somos conscientes de que todas nuestras acciones, de una u otra manera, tienen un impacto y buscamos que este sea el mejor posible.

Nuestra meta: construir en nuestra comunidad (empleados, conductores colaboradores y pasajeros) una cultura robusta y de respeto, para impactar cada día en personas, ciudades y medio ambiente.



2

## Diversidad e Inclusión: Todas las personas somos la ciudad

Para construir mejores ciudades, necesitamos a todas las personas a bordo. En Cabify, no nos importa lo que nos diferencia; nos importa lo que nos une. Aquí no hay barreras, luchamos por la igualdad e inclusión de todos y todas.

Nuestra meta: ser la alternativa de movilidad líder en inclusión y accesibilidad, consiguiendo que todo el mundo pueda formar parte de la ciudad.



3

## Innovación y seguridad: El futuro será sostenible o no será

El pulso de las ciudades lo marca quienes las transitan. A través de la innovación y la tecnología, re-imaginamos y diseñamos urbes más sanas, accesibles, seguras y vivas, donde la gente quiere salir a la calle y todo el mundo llega a su destino sin problemas.

Nuestra meta: ser la plataforma más segura para todas las personas que la utilizan, contando además con empleados felices, satisfechos y que trabajen en un entorno seguro y saludable.



4

### Respeto por el medioambiente: No Planet, No Game

Moverse por la ciudad tiene un impacto ambiental y nosotros estamos comprometidos con reducirlo. Por eso, somos Neutros en Carbono- compensamos toda nuestra huella-, asumimos nuestra parte de responsabilidad en el desafío climático, tenemos un plan para ser 100% eléctricos y trabajamos duro para conseguirlo.

Nuestra meta: reducir las emisiones por km de la movilidad y continuar compensando el 100% de nuestra huella de carbono.



5

### Emprendimiento y creación de valor: crecemos, pero no crecemos solos

Queremos impactar directamente en la vida de las comunidades donde operamos. En nuestras ciudades, hay enormes desigualdades y nos honra ser la fuente de ingreso para los más de 260 mil socios conductores, conductoras y taxistas colaboradores. Nuestro éxito no solo se mide en una cuenta de resultados.

Nuestra meta: mejorar la calidad de vida de nuestras ciudades, impulsando el progreso social y económico de sus habitantes. Empezando por nuestros empleados.

## Medición y seguimiento

**Para lograr que esta cultura de la sostenibilidad esté presente en todos nosotros y en todas nuestras decisiones, contamos con herramientas que nos permiten ir monitoreando nuestros avances y ser transparentes con nuestros retos.**

**Cuadro de mando de sostenibilidad:** 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 de negocio basándonos en la información sobre nuestros avances en las metas.

**Reuniones periódicas con nuestro órgano de gobierno y las diferentes áreas** para revisar la estrategia de sostenibilidad y potenciar su transversalidad.

Contamos con un "Champion" local en cada país donde tiene lugar nuestra operación. La responsabilidad de este rol es liderar la estrategia de sostenibilidad en el mercado, analizando las principales oportunidades y los retos que enfrentamos, así como, creando alianzas estratégicas porque cuantos más seamos, antes y más lejos llegaremos. Este perfil es fundamental para asegurar que la sostenibilidad en la organización es transversal y contempla las realidades de cada país.

**Analizamos constantemente los retos y desafíos** para nuestra operación derivados del contexto que nos rodea. Trabajamos para anticiparnos a dichos riesgos y para proponer soluciones.



Demográficos



Retos y riesgos	Contexto	Oportunidades
<b>Desigualdad económica y brecha salarial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 99% de la población mundial posee menos riqueza que el 1% más pudiente de la población del planeta.<sup>13</sup></li> <li>Las desigualdades económicas y sociales aumentan con el crecimiento de las ciudades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creamos empleo estable y de calidad y oportunidades de trabajo para muchas familias.</li> <li>Promovemos iniciativas relacionadas con la conciliación, con la flexibilidad en el trabajo y con el empleo de calidad.</li> <li>Entendemos la transparencia como pilar fundamental para la confianza.</li> <li>Mejorando y ampliando la oferta de transporte conseguimos una sociedad más inclusiva y participativa.</li> <li>Generamos alternativas de ingresos para colectivos en riesgo de exclusión laboral como parados de larga duración, jóvenes o mayores de 50 años, contribuyendo con ello a una mejor distribución de la riqueza.</li> </ul>
<b>Crecimiento demográfico y superpoblación de las ciudades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el mundo, más del 50 % de la población vive en zonas urbanas. Para 2045, la población urbana mundial aumentará 1,5 veces hasta llegar a 6000 millones de personas.<sup>14</sup></li> <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>Nuestro servicio proporciona a las personas una alternativa fácil de movilidad inclusiva y accesible.</li> <li>Las ciudades con mejor gestión urbana y diferentes alternativas de transporte son consideradas las más habitables.</li> <li>Las mejoras de nuestra app reducen los trayectos y los kilómetros que el conductor recorre sin pasajeros.</li> </ul>

Medioambientales



<b>Crisis climática</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los efectos del Cambio Climático serán irreversibles a partir del 2030.<sup>15</sup></li> <li>La actividad humana está produciendo emisiones de gases de efecto invernadero a niveles récord, sin visos de desaceleración.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La movilidad sostenible y multimodal será capaz de cubrir las necesidades de toda la población con el menor impacto ambiental.</li> <li>Tenemos un compromiso por alcanzar una flota eléctrica en todos los mercados donde operamos.</li> <li>Ofrecemos medios de transporte ecoeficientes entre nuestras alternativas de movilidad.</li> </ul>
<b>Regulación emisiones de dióxido de carbono</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La nueva normativa europea limita las emisiones de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) de los vehículos ligeros y obliga a los fabricantes a que la media de sus automóviles vendidos en la región a partir de 2020 no genere más de 95 gramos de CO<sub>2</sub> por kilómetro recorrido.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Movilidad de baja y cero emisión para ayudar a mejorar la calidad del aire local y hacer frente al cambio climático.</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 al 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> </ul>
<b>Seguridad higiénico-sanitaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La crisis del COVID ha puesto de manifiesto la importancia de la seguridad sanitaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajamos para que nuestro servicio cumpla con todos los protocolos y medidas de seguridad vigentes.</li> </ul>
<b>Inseguridad desde la integridad física</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El crecimiento de las ciudades conlleva un aumento de zonas poco seguras.</li> <li>La seguridad es la mayor preocupación de los usuarios y socios conductores.</li> <li>A mayor desigualdad económica y carencias, mayor inseguridad ciudadana y violencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementamos mejoras constantes para asegurar la seguridad de los usuarios y conductores colaboradores.</li> <li>La trazabilidad del viaje en tiempo real es una garantía de seguridad.</li> <li>Nuestros principios éticos guían el comportamiento de nuestra comunidad.</li> <li>Hacemos un uso ético de los datos y fortalecemos constantemente nuestros sistemas de seguridad e información.</li> </ul>

# 23



## Notas al pie

1. Fuente: [UE: Green Deal: El camino para una Europa neutra climáticamente](#)

2. Fuente: [UE: NextGenerationEU: dinero europeo para combatir la crisis](#)

3. Fuente: [Electricidad: Electromovilidad: se publica la primera normativa para Chile](#)

4. Fuente: [Innovat: El gobierno nacional anuncia plan de desarrollo en electromovilidad para transporte público urbano](#)

5. Fuente: <https://publications.iadb.org/es/rutas-de-descarbonizacion-profunda-en-america-latina-desafios-y-oportunidades>

6. Categoría operada por Prestige & Limousine

7. Solo activo en Madrid

8. En Chile Cabify Basic

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

10. En Argentina este servicio se llama Cabify Envíos y Cabify Envíos Ros, en Brasil, Entrega, en Chile Cabify Delivery Corp y Cabify Envíos, en Colombia, Envíos y Envíos Corp, en Ecuador y México Cabify Envíos, en Perú Envíos en Auto y en Envíos en Moto

11. Nuestra sede está en la Calle Pradillo 42, Madrid, España.

12. Número de empleados a 31 de diciembre de 2020.

13. Fuente: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42776299>

14. Fuente: <https://www.bancomundial.org/es/topic/urbandevelopment/overview>

15. Según el Panel Intergubernamental (IPCC) sobre el Cambio Climático de las Naciones Unidas.

1.0

# Un planeta que vuelve a respirar

Muchos viajes y  
un único planeta;  
comprometidos con el  
movimiento sostenible

---

25





# 1.1

## Muchos viajes y un único planeta; comprometidos con el movimiento sostenible

Conservando el paisaje; hablemos de la crisis climática

26

Próxima parada: cero emisiones

28

Respetando el medioambiente; la necesidad de pasar a la acción

27

Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta

29



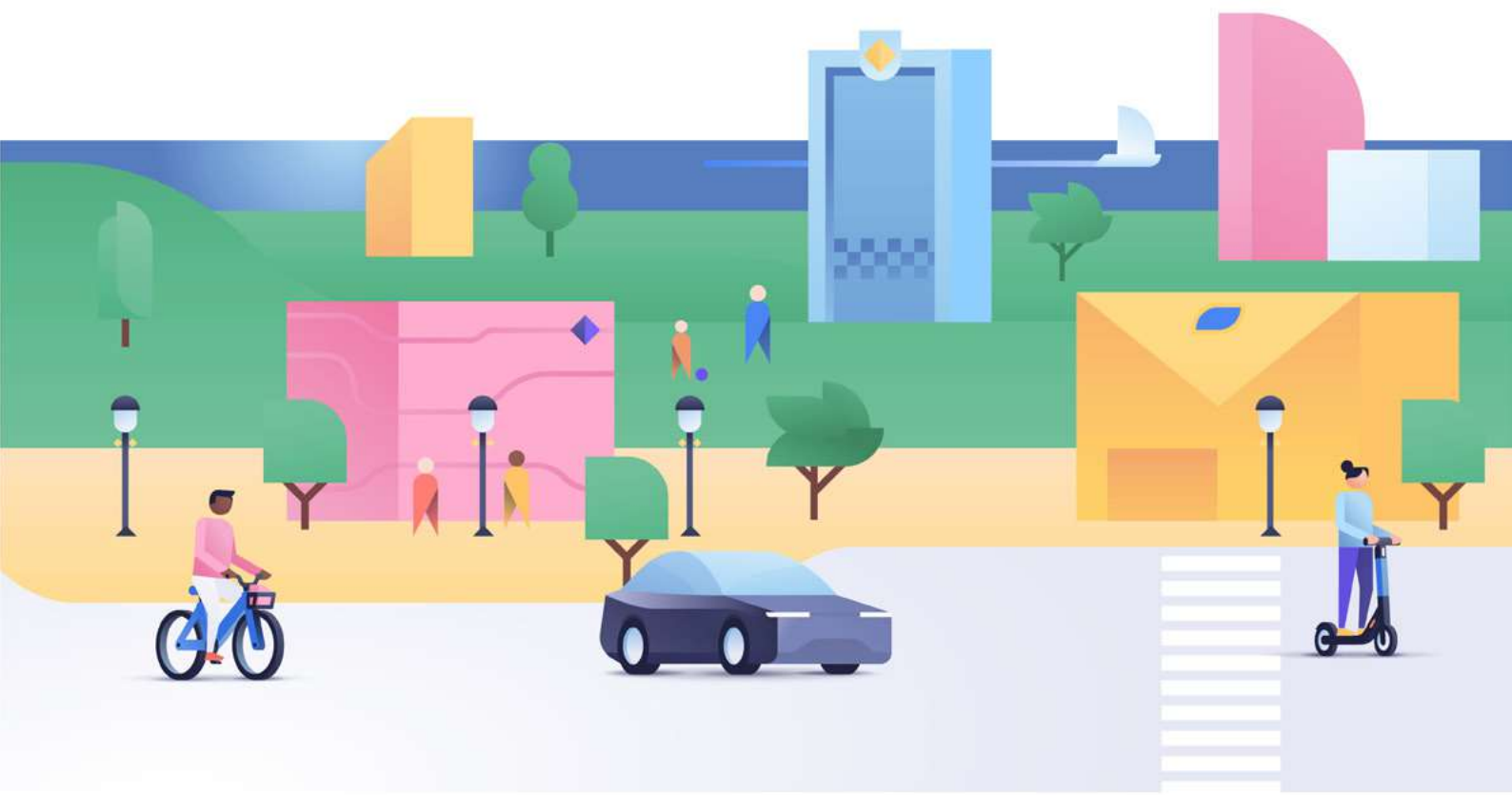
# Conservando el paisaje; hablemos de la crisis climática

26



A comienzos de 2020 a muchos de nosotros el término COVID nos sonaba a código informático. Desgraciadamente, en marzo, la realidad no nos dejó cerrar los ojos ante una situación que cambió totalmente nuestro entorno. Las ciudades se silenciaron, los negocios cerraron y las calles se vaciaron. En ese momento nos paramos y, a base de mirar hacia afuera desde nuestros balcones, poco a poco fuimos más conscientes del impacto medioambiental que teníamos en el mundo. Aunque no podíamos disfrutarlo como quisiéramos, el aire estaba más limpio.

**La experiencia de la pandemia nos está dejando muchos aprendizajes; uno de ellos es que, al igual que no hemos podido ignorar el COVID, no podemos cerrar los ojos ante la crisis climática. Desde Cabify llevamos años convencidos de que moverse por las ciudades puede (y debe) tener un menor impacto.**



# Respetando el medioambiente; la necesidad de pasar a la acción

27

**En un futuro, quizás podamos teletransportarnos de un sitio a otro sin dejar huella. Hasta entonces, trabajamos en alternativas de transporte más sostenibles y en la reducción de nuestras emisiones.**

Uno de los factores principales que está detrás de la crisis climática es la emisión de los Gases de Efecto Invernadero (GEI):

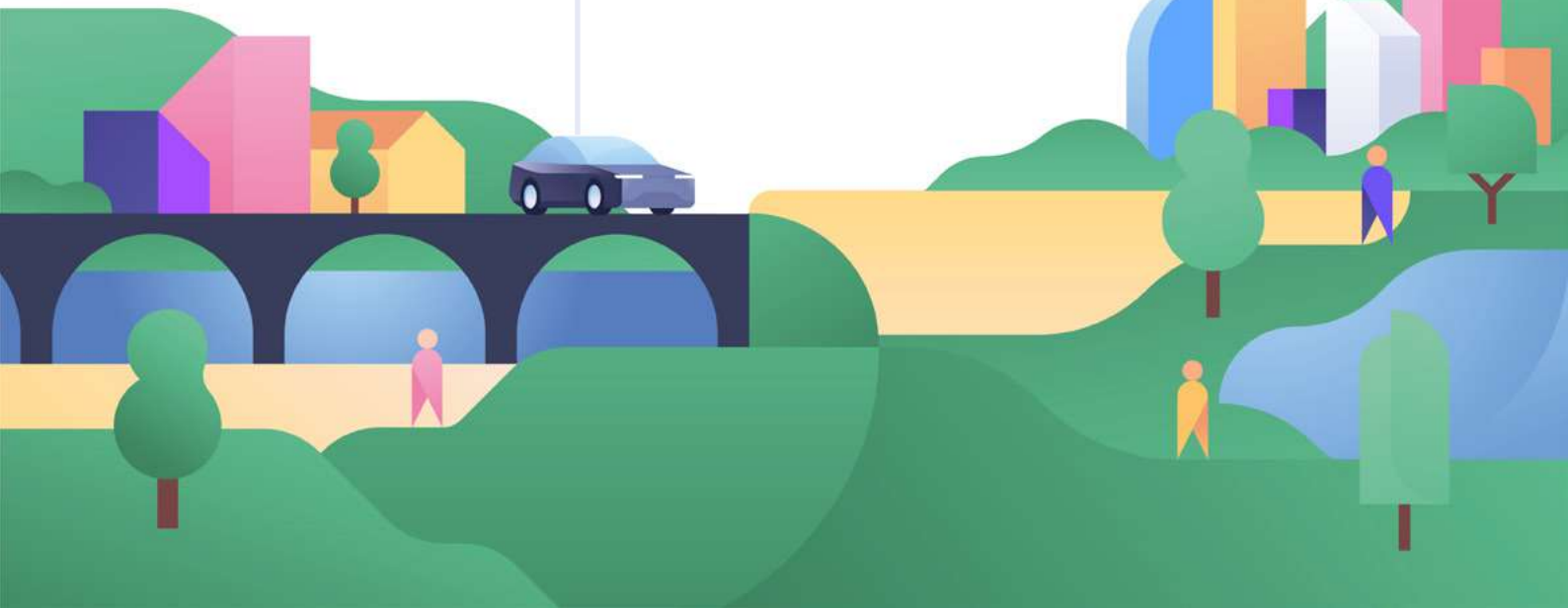
Con estas cifras, tenemos claro que dar pasos hacia la descarbonización de la movilidad es uno de los retos más importantes en la lucha por ciudades más limpias.

11,7%

Corresponde transporte por carretera.

70%

Se generan en los centros urbanos<sup>16</sup>



# Próxima parada: cero emisiones

28

## Europa



### El European Green Deal

Un acuerdo climático centrado en la transición hacia una economía verde que persigue reducir las emisiones en un 90% para el año 2050, en cumplimiento con el Acuerdo de París.



### El Plan #NextGenerationEU

La Comisión Europea, el Parlamento Europeo y los dirigentes de la Unión Europea han creado un plan de ayudas para reparar los daños causados por la pandemia, alineados con los objetivos del European Green Deal.



### El Reglamento UE 2019/631

Este código del Parlamento Europeo y del Consejo establece una serie de normas acerca de las emisiones de CO<sub>2</sub> de diferentes vehículos.

## Latinoamérica



### Neutralidad 2050

Si en los sectores de energía y transporte (en los que se concentra el 25% de las emisiones de la región) se alcanzase la neutralidad en 2050, el ahorro sería de 621.000 millones de dólares anuales.<sup>17</sup>



### Impuesto de carbono

Países como Ecuador están poniendo en marcha un impuesto a las emisiones de carbono



### Huella de Carbono

El gobierno de Perú ha lanzado la herramienta Huella de Carbono Perú.

## Sector privado



### Objetivos "Net Zero"

Estos objetivos están encaminados a movilizar y sumar esfuerzos por parte de ciudades, regiones, empresas e inversores para promover una recuperación neutra en carbono más saludable y resiliente. El papel del sector privado es fundamental para alcanzarlos.



### Mercado voluntario de carbono

Ha llegado a movilizar 320 millones de dólares en 2020 para financiar diferentes proyectos de compensación de emisiones. Las empresas estamos cada vez más concienciadas con reducir nuestro impacto ambiental

*“Uno de los más pequeños agentes infecciosos que existen, un virus, nos ha puesto contra las cuerdas. La pandemia del COVID es una historia de salud planetaria y, para abordar la emergencia climática, Cabify ha sabido integrar la conservación de ecosistemas y la ineludible carrera hasta alcanzar las ceros emisiones en sus esfuerzos para la neutralidad de carbono”*

Jose Lindo, Co-founder and Impact Board Member Climate Trade



# Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta

29 



**Cabify nació para reducir la dependencia del vehículo privado en las ciudades y para transformar la movilidad. Trabajamos para ser cada día más sostenibles; este objetivo nos ha convertido en la primera aplicación Neutra en Carbono y sigue marcando nuestras metas de reducción de impactos.**

Aunque la crisis del COVID ha aumentado la concienciación sobre la problemática de los GEI y su impacto en la crisis climática, en Cabify ya llevamos tres años compensando todas las emisiones de carbono directas e indirectas que genera nuestra actividad. Para conseguirlo, hemos definido los objetivos de nuestro plan en función de estándares internacionales y propuestas científicas como la [Science Based Targets Initiative](#) y estamos comprometidos con el [Compromiso de Acción del Acuerdo de París](#). Todo esto sin perder de vista los [Objetivos de Desarrollo Sostenible \(ODS\)](#) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

## Nuestro proceso para reducir nuestro impacto:



### Medición

Medimos el impacto de toda nuestra actividad desde los consumos de electricidad o agua en nuestras oficinas, hasta el uso de combustible de las flotas.

### Reducción

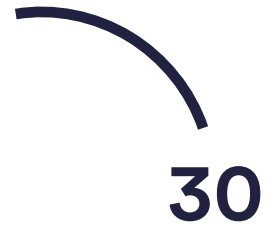
Con la información que obtenemos, además de revisar si estamos cumpliendo nuestras metas, trabajamos en la reducción de las emisiones.

### Compensación

Las emisiones que aún no podemos reducir, las compensamos a través de una serie de proyectos en distintos países.

# Primer paso: Medición

Para frenar la crisis climática hay que trabajar tanto en la reducción de emisiones de gases contaminantes como en la mejora del uso de los recursos. Este camino empieza con la medición de una serie de parámetros<sup>18</sup> desde nuestras oficinas hasta cada trayecto o viaje que realizan nuestros usuarios.



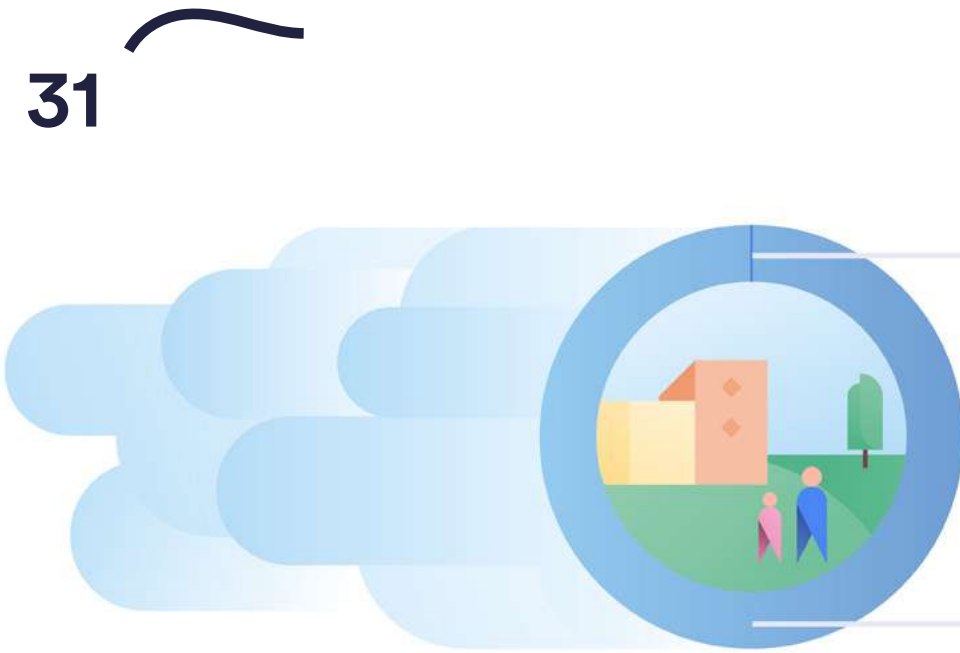
## Emisiones de CO<sub>2</sub> (Dióxido de Carbono)

En Cabify utilizamos los estándares que marcan el [GHG Protocol](#) y el [UN Framework Convention](#) para clasificar las emisiones de nuestra actividad en: directas de alcance uno (uso de combustibles), indirectas de alcance dos (consumos de electricidad o agua) e indirectas de alcance tres (de proveedores, colaboradores y terceros).

Para la medición y el reporte de todas ellas trabajamos con la empresa [Climate Trade](#), nuestro proveedor de verificación. Y con el objetivo de mejorar el conocimiento sobre este impacto, este año hemos lanzado un proyecto de la mano de nuestro equipo de operaciones para tener mapeado hasta el último motor de la flota de conductores y taxistas colaboradores, asociando a cada vehículo su índice de emisión.

	Alcance I	Alcance II	Alcance III
<b>GHG Protocol</b>	S1,S2, C5	C3	C6, C7, C9, C11
<b>Método general</b>	<p><b>Directos (consumo agua y energía):</b> Cálculo aplicando factor emisiones del sistema eléctrico nacional por país.</p> <p><b>Generación de residuos:</b> Medición de los residuos generados en la oficina según su material.</p>	<p><b>Combustibles, Energía Primaria:</b> Fuentes de energía de las oficinas</p>	<p><b>Transporte empleados Cabify:</b> El cálculo se hace aplicando un factor de emisiones por modalidad de transporte (commuting)</p> <p><b>Viajes de negocio:</b> El cálculo se hace aplicando un factor de emisiones por modalidad de transporte (avión) + índice general por noche/hotel.</p> <p><b>Viajes pasajeros:</b> El cálculo se hace aplicando un factor de emisión por categoría de vehículo (gr CO2/Km).</p> <p><b>Uso App (drivers y riders) y Webs (servicios en la nube):</b> Declaraciones medioambientales de proveedores que afirman cero emisiones.</p>
<b>Fuente (s) Primaria o Secundaria</b>	Ministerios de cada país	Agencia Europea Medio Ambiente	Ministerio Industria España (IDAE) y Ministerios Países Latam  Webs de proveedores

31



1%

Correspondiente a nuestras emisiones directas

99%

Viajes que realizan los usuarios a través de nuestra app

Durante 2020 hemos emitido 52 mil Ton de CO<sub>2</sub>.

Distribución emisiones por scope España y Latinoamérica 2020



32

## Los gases NOx y SOx

En 2020 no medimos este tipo de emisiones, pero nos hemos propuesto firmemente hacerlo durante los próximos dos años.

## Residuos

En nuestras oficinas tenemos contenedores para separar los residuos que generamos en orgánico, papel y plástico. Después los entregamos para su medición y posterior reciclado.

España	2019		2020		
	Total	Índice por empleado	Total	Índice por empleado	% por tipo de residuo
Orgánico	10.096 kg	25,24 kg	4.719 kg	10,70 kg	75,35%
Vidrio			50,49 kg	0,11 kg	0,81%
Plástico	2.200 kg	5,50 kg	1.252 kg	2,80 kg	20%
Cartón Papel	86.760 kg	216,90 kg	241 kg	0,54 kg	3,85%
<b>Total</b>	<b>99.056 kg</b>		<b>6.262 kg</b>		

Latinoamérica	2019		2020	
	Total	Media por empleado	Total	Media por empleado <sup>19</sup>
Residuos	27.347 kg	39,69 kg	19.594 kg	30,8 kg

País	Tipo de residuo	% Total
Chile y Colombia	General /orgánico	81,00%
	Vidrio	8,05%
	Envases/plástico	1,86%
	Papel /Cartón	9,09%

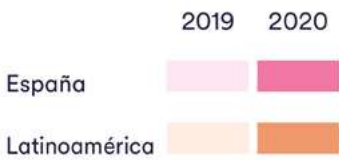




# 33

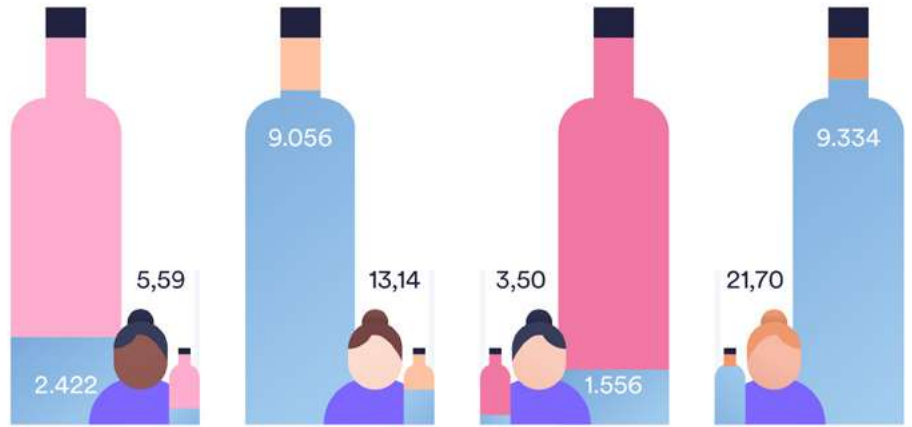
## Consumos de agua y energía

También medimos nuestro consumo de luz y la energía necesaria para la climatización de nuestras oficinas, así como el uso de agua.



### Consumo de Agua (m³)

Información total España y Latinoamérica e índice por empleado

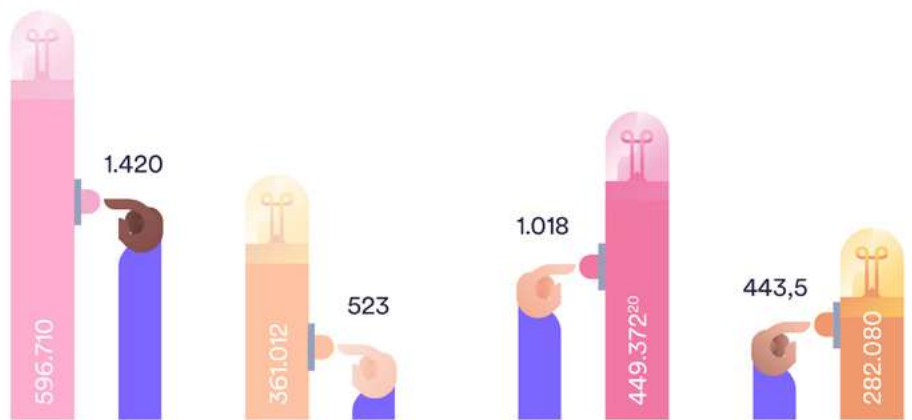


Total 2019 = 11.478 m³

Total 2020 = 10.890 m³

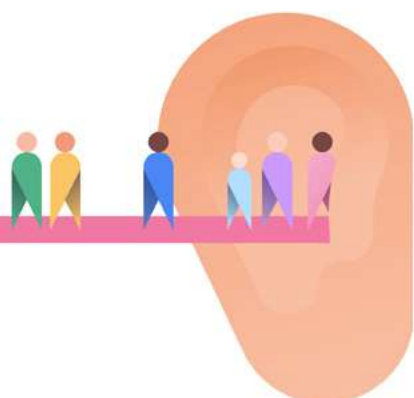
### Consumo de Energía (Kwh)

Información total España y Latinoamérica e índice por empleado



Total 2019 = 957.722 Kwh

Total 2020 = 731.452 Kwh



## Contaminación acústica

La Unión Europea estima que 113 millones de europeos sufren la contaminación acústica del tráfico.<sup>21</sup>

Este año hemos vivido en unas ciudades silenciosas. Debido a la caída del ruido como resultado del confinamiento, nos hemos dado cuenta de que estas pueden ser mucho más tranquilas y pacíficas. Queremos seguir disfrutando de los nuevos sonidos de las ciudades, por eso, en los próximos años, medir y reducir la contaminación acústica será otro de nuestros objetivos.

## Paso 2: Reducción

34

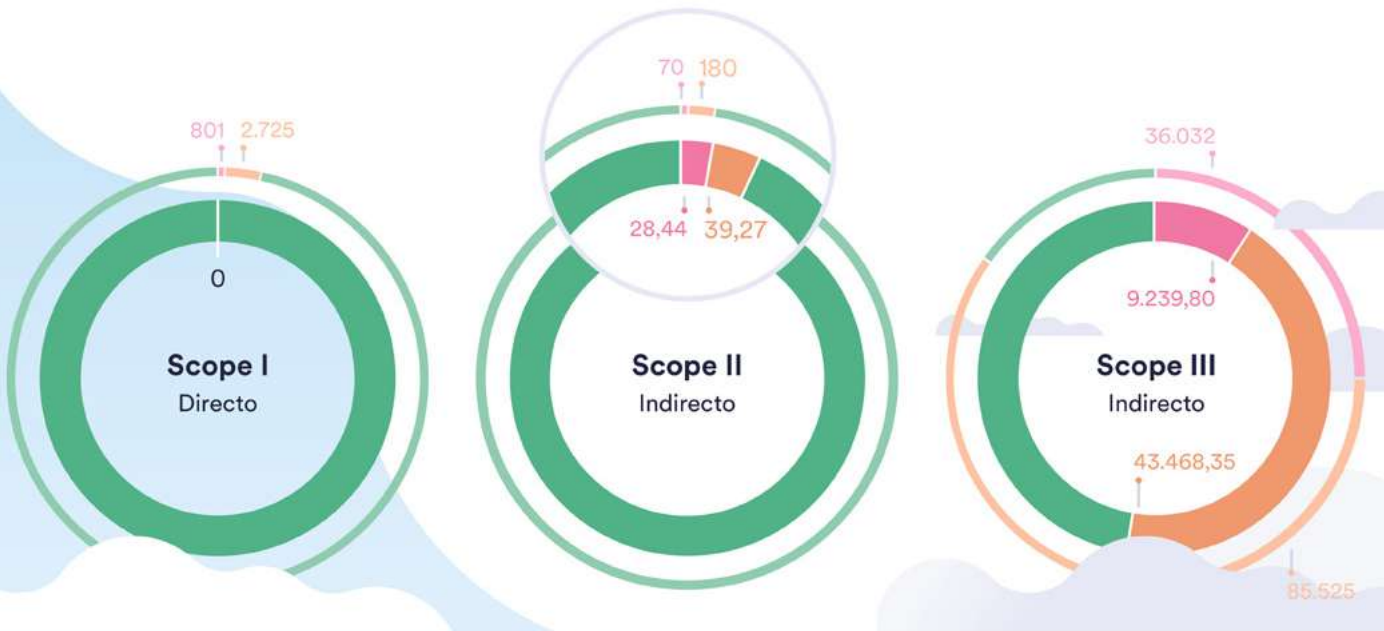


En 2020 hemos reducido nuestras emisiones en un 52%<sup>22</sup>

### Disminuyendo emisiones

- Debido al impacto del COVID, hemos recorrido menos km este año y también hemos reducido la movilidad interna (viajes corporativos).
- Hemos incrementado nuestro conocimiento sobre los motores y modelos de vehículos que mueven a nuestros pasajeros, disminuyendo el índice de CO<sub>2</sub> por km en un 60%. Este índice es de 109 gCO<sub>2</sub>/km en España y 128 gCO<sub>2</sub>/km en Latinoamérica, cifras por debajo de la media de emisión tanto nacional como internacional.<sup>23</sup>
- Han aumentado los recorridos en MOVO, nuestro sharing de motos y patinetes eléctricos. Gracias a ello hemos reducido más de 90 toneladas de carbono.

### Evolución emisiones España y Latinoamérica 2019-2020 (kg/CO<sub>2</sub>)



35



## Adaptándonos a las consecuencias del cambio climático

- Cuando abrimos de nuevo la oficina de Madrid, que ya contaba con sensores de movimiento, uno de nuestros objetivos ha sido mantener el máximo de plantas posibles cerradas y, por consiguiente, con las luces apagadas. El personal de seguridad tiene cada día la tarea de apagar todas las luces de las oficinas al acabar la jornada. De esta manera reducimos también la contaminación lumínica de las mismas.
- Seguimos siendo muy buenos vecinos. Cerramos nuestras oficinas a las 20:00 y nuestro nivel de ruido durante el día es mínimo.
- Optimizamos de las rutas gracias a la tecnología para evitar que los vehículos recorran km sin pasajeros.
- Promovemos el uso de nuevas alternativas de movilidad bajas en emisiones como Bive, nuestro modelo de suscripción de bicicletas mensual, o MOVO.
- Continuamos apoyando la [Cátedra de Movilidad Sostenible UPM-Cabify](#) para resolver, junto al mundo académico, los retos que presenta la movilidad del siglo XXI.

## Persiguiendo la electrificación

Esta es nuestra gran apuesta y donde enfocamos todos nuestros esfuerzos, por eso nos fijamos hace un año un objetivo que mantenemos a pesar de la crisis del COVID:

**Trabajar de la mano con los partners por tener una flota en España 100% eléctrica en 2025 (actualmente las flotas cuentan con un 50% de vehículos ECO). Y estamos apoyando a los conductores colaboradores para lograr esta misma meta de electrificación en 2030 en Latinoamérica.**



Hybrid 35,7%

Electric 0,1%

Gas 11,9%

Diesel 52,3%



Gasoline 91,7%

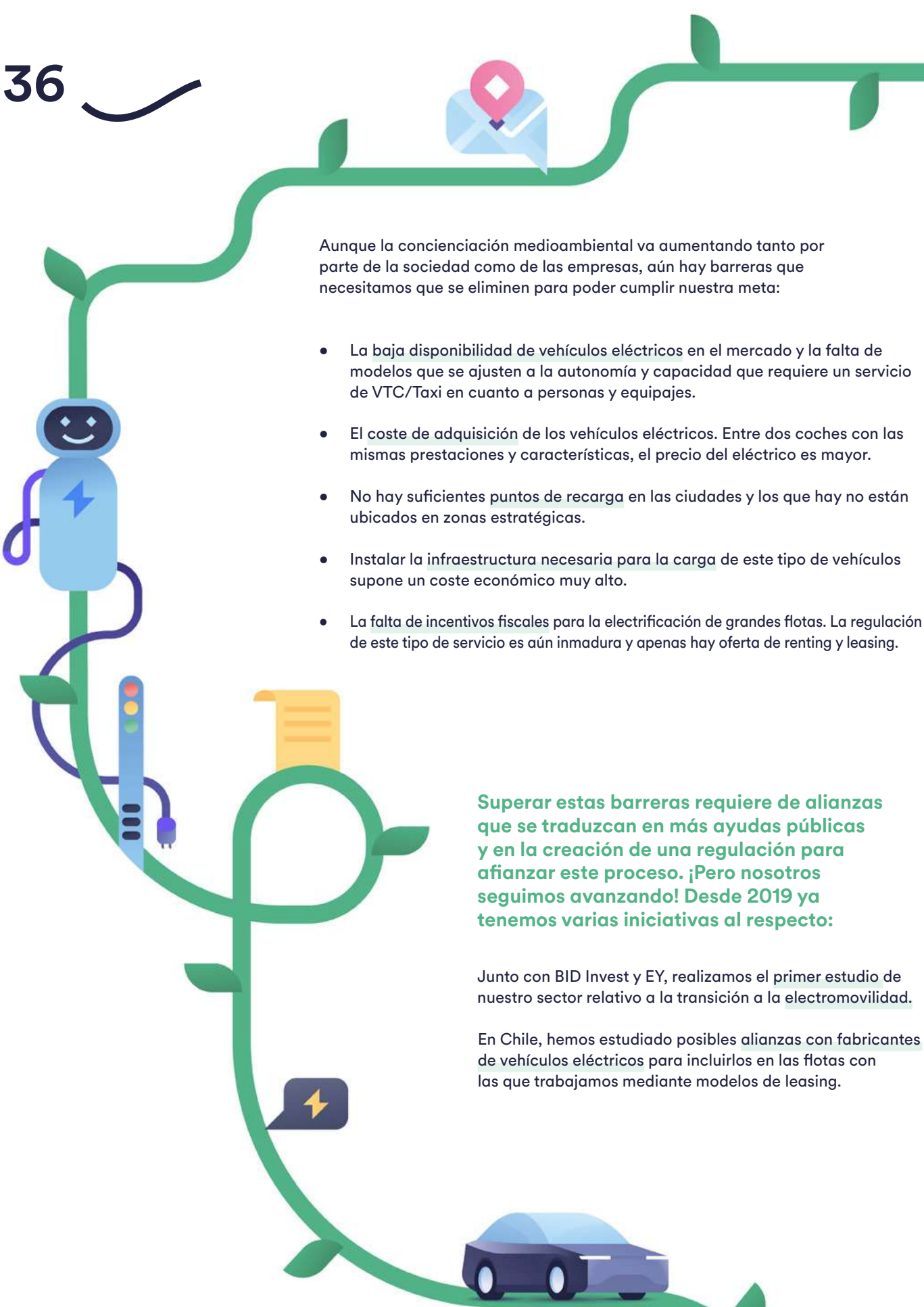
Gas 5,7%

Diesel 2%

España<sup>24</sup>

Latinoamérica

36



Aunque la concienciación medioambiental va aumentando tanto por parte de la sociedad como de las empresas, aún hay barreras que necesitamos que se eliminen para poder cumplir nuestra meta:

- La baja disponibilidad de vehículos eléctricos en el mercado y la falta de modelos que se ajusten a la autonomía y capacidad que requiere un servicio de VTC/Taxi en cuanto a personas y equipajes.
- El coste de adquisición de los vehículos eléctricos. Entre dos coches con las mismas prestaciones y características, el precio del eléctrico es mayor.
- No hay suficientes puntos de recarga en las ciudades y los que hay no están ubicados en zonas estratégicas.
- Instalar la infraestructura necesaria para la carga de este tipo de vehículos supone un coste económico muy alto.
- La falta de incentivos fiscales para la electrificación de grandes flotas. La regulación de este tipo de servicio es aún inmadura y apenas hay oferta de renting y leasing.

**Superar estas barreras requiere de alianzas que se traduzcan en más ayudas públicas y en la creación de una regulación para afianzar este proceso. ¡Pero nosotros seguimos avanzando! Desde 2019 ya tenemos varias iniciativas al respecto:**

Junto con BID Invest y EY, realizamos el primer estudio de nuestro sector relativo a la transición a la electromovilidad.

En Chile, hemos estudiado posibles alianzas con fabricantes de vehículos eléctricos para incluirlos en las flotas con las que trabajamos mediante modelos de leasing.

37

En España lanzamos un proyecto piloto para analizar la situación y empezar a construir alianzas. Este proyecto tiene varias fases:

### 01. Análisis:

1. Revisamos toda la flota de vehículos (modelos, tamaños, rendimientos, costes y autonomía).
2. Evaluamos el contexto actual de los vehículos eléctricos (fabricantes, características, proveedores de electricidad, etc.).
3. Hicimos un análisis financiero de este modelo<sup>25</sup> para ver si es viable.
4. Estudiamos diferentes escenarios<sup>26</sup> que pueden influir en el coste total de propiedad por km recorrido.

### 02. Búsqueda de alianzas:

Con los fabricantes de vehículos eléctricos<sup>27</sup>, con los proveedores de electricidad<sup>28</sup>, con los instaladores y proveedores de equipos<sup>29</sup>, con instituciones financieras<sup>30</sup> y con los gestores de las flotas.<sup>31</sup>

### 03. Monitorización de las estaciones de recarga públicas<sup>32</sup> y modelos cargadores

### 04. Concienciación:

Hemos desarrollado materiales para apoyar en el proceso de transición a vehículos eléctricos a nuestros aliados de flotas y conductores colaboradores, concienciándolos sobre las nuevas restricciones en las ciudades (zonas de bajas emisiones) y las crecientes barreras que se imponen a los vehículos contaminantes. Además, les presentamos todas las alianzas que estamos construyendo desde Cabify para potenciar el cambio.

**Sin duda los vehículos eléctricos son un gran aliado, pero hay otro reto por delante que es reducir el uso de coches particulares. Mejorar la calidad de vida en las ciudades pasa por una variedad de alternativas de movilidad que no resten espacio a las personas. Después de haber comprobado durante este año que las calles pueden estar más limpias y despejadas, debemos priorizar los modos de transporte de menor impacto medioambiental que son garantía de mejores ecosistemas urbanos.**

# 38

## Apoyándonos en la relación con nuestros proveedores

Cuanto más proveedores con buenas prácticas en sostenibilidad tengamos, más reduciremos nuestro impacto medioambiental. Por este motivo, hemos avanzado en la elaboración de una política de compras verdes que establece una serie de filtros de evaluación ambiental y social dirigidos a nuestros partners (incluyendo dentro de los mismos a las flotas de conductores colaboradores). En 2021 pondremos estos cambios en marcha.<sup>33</sup>

## Reciclando los residuos de nuestras oficinas

**1** Intentamos generar siempre menos basura que el año anterior.



Nuestros empleados ya saben que es mejor que traigan su propia botella de agua, que reutilicen el papel y que usen tazas para el café en vez de vasos de plástico.

**2** Todos los desechos que no podemos evitar generar los reciclamos de la mejor forma posible. Por ejemplo, en la oficina de Madrid ya hemos llevado al punto de reciclaje 5 litros de pilas alcalinas. Y también nos hemos puesto las pilas (chiste malo) con los equipos informáticos: hemos reciclado 174 kg en ordenadores y 9 kg en monitores, además de facilitar a nuestros empleados la compra de aquellos que no estaban estropeados. Todo esto lo hacemos con la colaboración de diferentes proveedores locales líderes en la gestión de residuos:

En Madrid trabajamos con ACICLA, la empresa que retira todos los desperdicios que acumulamos y los transporta a diferentes plantas especializadas autorizadas por la Comunidad de Madrid.

En Santiago de Chile, nuestro aliado es Ecoengranajes, que cumple la misma función y también nos entrega un certificado de los residuos retirados.

En Perú, hacemos llegar el plástico y el papel a la ONG Aldeas Infantiles SOS, que genera fondos a través del reciclaje. De esta manera aprovechamos para contribuir a que los niños que están bajo la custodia de esta ONG tengan acceso a una mejor educación y a una alimentación más saludable.

En el resto de países en los que operamos estamos fomentando una cultura del reciclaje entre nuestros empleados para poder establecer medidas que reduzcan nuestro impacto medioambiental en las oficinas.



# 39



## Teniendo en cuenta nuestra huella de carbono digital

**Cada búsqueda en Google genera 0,2 gramos de CO<sub>2</sub>, los millones de mails que enviamos cada día generan 4 gramos de CO<sub>2</sub> y los tuits y fotos almacenados en la nube también contribuyen al calentamiento global.**

En lo que nos aplica, los servidores que utilizamos y todo aquello que subimos a la nube tiene un impacto ambiental. Por eso, en Cabify trabajamos con [Amazon Web Services](#) y [Google Cloud](#) como proveedores tecnológicos que, como nosotros, se encargan de compensar la huella de carbono de sus servicios.

## Evitando el desperdicio de alimentos

A principios de 2020, en la oficina de Madrid la “Kantina” o comedor era el lugar en el que nos juntábamos para comer y disfrutar de un rato de relax antes de seguir con el trabajo. En aquel entonces, teníamos un proveedor de alimentos que, a través de una app, calculaba semanalmente la demanda y ajustaba la oferta de cara a la semana siguiente para así evitar desperdicios. En estos momentos estamos esperando a que nuestra oficina recupere al 100% su ritmo para volver a ofrecer este servicio a nuestros empleados.

## Paso 3: Compensación

**Para compensar nuestra huella, invertimos, a través del mercado voluntario de créditos de carbono, en proyectos que preservan la diversidad, generan energías limpias y crean empleo verde.**



### Brazil Nuts en Perú

Proporciona una nueva forma de vida a cientos de familias sin recursos: cosechar nueces brasileñas en la Amazonia peruana. De este modo, se les da una profesión alternativa a la agricultura y la ganadería y se evita la deforestación creando trabajos sostenibles.



### Solid Waste en Brasil

El metano es un gas que se produce por la descomposición de desechos orgánicos; si se libera a la atmósfera contamina las aguas, pero si lo quemamos... ¡magia! Energía verde. En esto consiste este proyecto que es, a su vez, otra forma de crear empleo verde.



### Biomasa Trupan en Chile

En este proyecto se usa la madera de los árboles como fuente de energía transformando residuos de biomasa (aserrín y corteza) en combustible renovable. De esta forma, también generamos más oportunidades de trabajo y reducimos el riesgo de incendios forestales en la región.

Gracias a la aplicación de tecnología blockchain, damos un paso más en la digitalización y trazabilidad. La principal ventaja será el uso de esta tecnología para agilizar y simplificar las transacciones con total seguridad y transparencia, garantizando que los fondos invertidos en la compensación de huella de carbono lleguen a la fuente.

40

**Cada crédito de carbono equivale a la compensación de una tonelada de CO<sub>2</sub>. En Cabify hacemos las cuentas y ya hemos compensado más de 300.000 toneladas (el equivalente a 14 millones de árboles en la Amazonía) desde que nos convertimos en Carbon Neutral en 2018.**

Queremos superarnos cada año y por eso nos fijamos el objetivo de reducir en un 15% anual nuestro impacto medioambiental, algo que hemos logrado durante dos años seguidos. ¿Cuál es nuestro reto en 2021? Que nuestros usuarios conozcan en tiempo real las emisiones generadas en cada uno de sus viajes para poder tomar mejores decisiones relacionadas con su movilidad.

Con todo este esfuerzo hemos logrado un posicionamiento referente en el sector de la lucha contra el cambio climático, pero queremos seguir avanzando y ser modelo para que otros se sumen; por ello formamos parte de una serie de iniciativas pioneras en este ámbito:

THE Paris...  
CLIMATE 10 years  
PLEDGE Early

LEADERS  
FOR  
CLIMATE  
ACTION .

CARBON  
NEUTRAL  
PLEDGE



**El Climate Pledge:**

Un proyecto de Amazon y Global Optimism que apuesta por la tecnología para resolver la crisis climática. Esta alianza, a la que se han unido algunas de las mayores empresas del mundo, busca alcanzar los acuerdos de París 10 años antes.



**Leaders for Climate Action:**

Una iniciativa que respalda la acción climática en la industria digital centrándose en los líderes emprendedores. Para adherirse a ella, las empresas deben cumplir el "Green Pledge", que dicta la medición, reducción y compensación periódicas de las emisiones de carbono.



**Carbon Neutral Pledge:**

Este compromiso público, al que nos unimos en 2019, está impulsado por compañías tecnológicas líderes de Silicon Valley, las cuales se comprometen a ser neutras en carbono antes de 2022. ¡Nosotros ya lo hemos conseguido!



**Actualmente, Cabify forma parte de ese exclusivo grupo del 0,5% de empresas del planeta que compensan sus emisiones.**

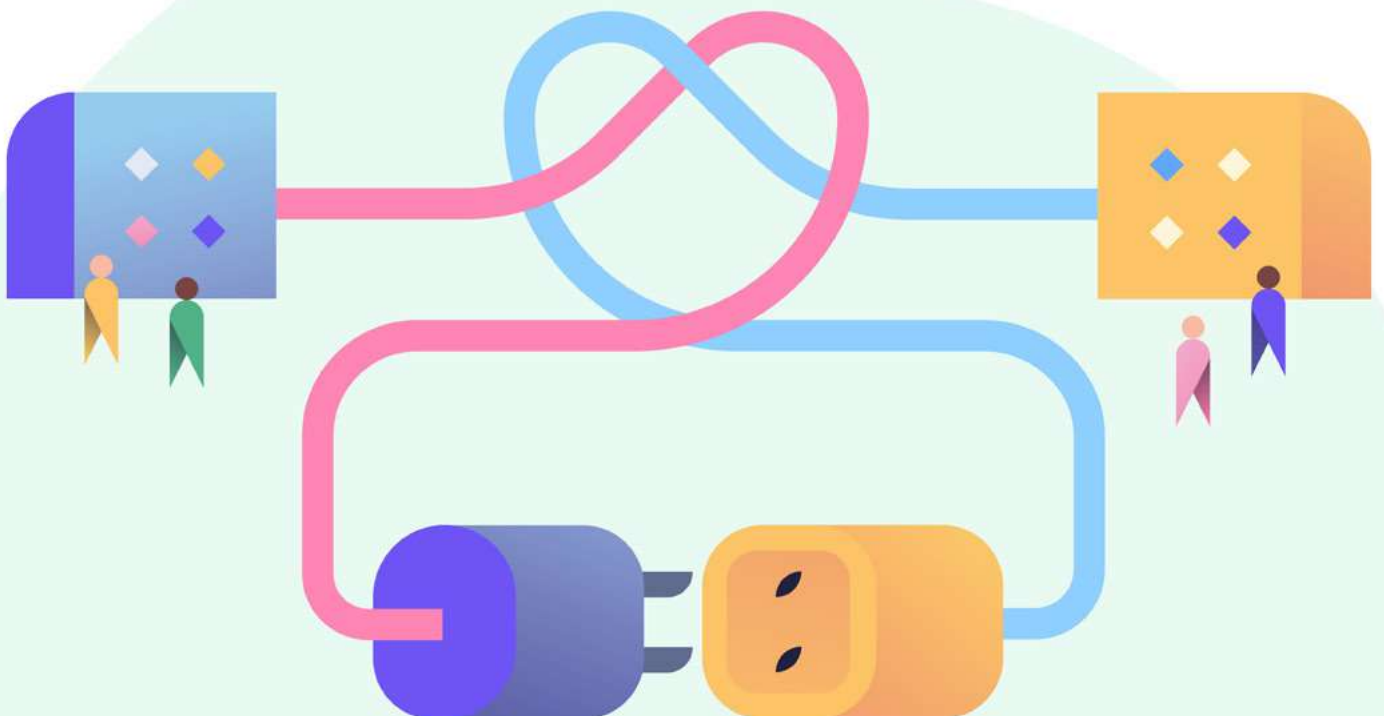
Acuerdos como estos sientan las bases para que ese porcentaje crezca cada día más. Nos alegra haber sido la primera empresa de nuestro sector en asumir el máximo compromiso para actuar ya, pero nos entusiasma todavía más que un mayor número de empresas inicie también este camino porque juntos llegamos más lejos.



41

Y ahora... ¿Recapitulamos? Te hemos contado muchas cosas, pero lo que queremos transmitir es que reducir las emisiones generadas por la movilidad urbana es un objetivo fundamental en la lucha contra la crisis climática. La sociedad, las administraciones y las empresas cada vez están más concienciadas del problema, pero aún queda un largo camino por recorrer.

Ya hemos logrado mucho, pero no hay que olvidar que este es un reto global del que todos somos responsables. Lo importante es mirar hacia adelante sabiendo que con cada acción que emprendemos estamos más cerca de la realidad que queremos y que no vamos a pararnos hasta llegar a ella ¡Seguimos!



42



## Notas al pie

16. Según la Agenda Internacional de la Energía y C40 Cities.

17. Según el informe 'Carbono Cero América Latina y el Caribe 2019' del Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas.

18. En el proceso de verificación y cálculo utilizamos las normas del International Organization for Standardization (ISO), en concreto la ISO 14064-1 a nivel de organización para la cuantificación y reporte de emisiones gas CO<sub>2</sub>, la ISO 14064-3 para la validación y verificación de declaraciones de gases de efecto invernadero en general y el Protocolo de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), relativas únicamente a CO<sub>2</sub> directo o equivalente.

19. Para Latinoamérica la métrica refleja el promedio de generación de residuos o consumos por mes por empleado.

20. De los cuales 400.334,31 kWh proceden de fuentes de energía renovable. Desde el 8 de marzo contamos con energía verde en nuestra sede de Madrid.

21. <https://www.eea.europa.eu/es/highlights/previsiones-de-aumento-del-numero>

22. En todos los países ha habido una reducción de emisiones menos en Colombia y Uruguay.

23. En España la media de emisiones de CO<sub>2</sub> por vehículo es de 121,3 g/km según la Asociación de Constructores Europeos de Automóviles (ACEA).

24. España es el país donde la flota es más heterogénea con 51% de vehículos diesel y 49% vehículos con etiqueta ECO, que por consecuencia tienen un menor volumen de emisiones.

25. Incluyendo el cálculo del coste total de propiedad (TCO por sus siglas en inglés) teniendo en cuenta los costes operativos, los de adquisición, de energía y combustible, los costes de mantenimiento, los de seguro y los de leasing para la validación de la viabilidad financiera del modelo para los socios conductores.

26. Cambio en los precios de la energía para los diferentes modelos de flota y, aumento de la disponibilidad de los modelos y de la infraestructura necesaria.

27. Proporcionando una retroalimentación continua a los fabricantes abordando su desarrollo con la usabilidad en la flota, estableciendo parámetros para su implantación —habitabilidad, autonomía

y capacidad de carga— y probando los VE para identificar mejoras.

28. Promoviendo el acceso y apoyando el estudio de los términos de potencia necesarios.

29. Apoyando el desarrollo de métodos de recarga más eficientes y rápidos.

30. Estableciendo acuerdos con diferentes entidades financieras para créditos a proyectos de VE, efectuando una reducción del análisis de riesgos con contratos vinculados y negociando tipos de interés competitivos y cuotas de entrada reducidas.

31. Adaptando el hardware de lectura a los nuevos estándares MCU (Motor Control Unit) y realizando una integración con los mapas de las estaciones de carga.

32. Identificando ubicaciones potenciales, proporcionando información sobre la ocupación y el uso según nuestros datos y promoviendo plataformas comunes de uso (app concentradora).

33. No trabajamos con ningún proveedor con riesgo significativo de casos de relacionados con trabajo infantil, forzoso u obligatorio.

# 2.0

# Protagonistas de nuestro futuro

Nuestro destino:  
mejores ciudades  
para vivir **44**

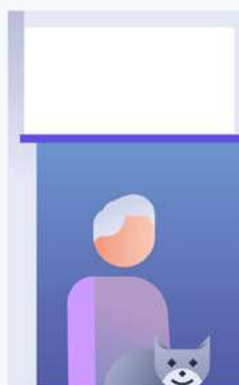
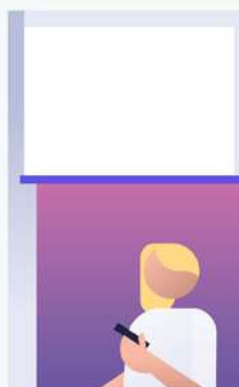
---

Haciendo del viaje  
una experiencia **57**

---

Nuestro GPS; el  
compromiso de  
un gran equipo **71**

---



## 2.1

# Nuestro destino: mejores ciudades para vivir

Juntos vamos más lejos: al servicio de la comunidad

45

Todos a bordo; inclusión y accesibilidad

50

Reparando baches; invirtiendo en una sociedad mejor

53

El COVID cambia la ruta

46

Nuestros copilotos; colaboradores clave para un objetivo común

52

La tecnología al servicio del viaje; una gran aliada

54



En Cabify nos movemos por y para las ciudades. Ahora, más que nunca, estas presentan una serie de desafíos y la manera en la que los afrontemos será lo que defina el futuro. La desigualdad, la exclusión social, la seguridad o la degradación ambiental son retos que todos debemos tener presentes. Nosotros vemos una oportunidad detrás de cada uno de ellos. Juntos hemos de trabajar para transformar la realidad y en este proceso la movilidad juega un papel fundamental. Es hora de ponernos en marcha.

45

## Juntos vamos más lejos: al servicio de la comunidad

Nuestro objetivo es claro: mejorar las ciudades trabajando en una movilidad segura, inclusiva y sostenible. Para lograrlo, colaboramos con diferentes organismos y con las administraciones públicas de los países donde operamos, poniendo a su disposición nuestra experiencia en el campo de la movilidad urbana.

El resultado final: un servicio en continua optimización para todos aquellos que lo necesiten.

A través de los datos de nuestra app sabemos qué calles están más congestionadas en tiempo real o en qué zonas hay que reforzar la cobertura del servicio. Gracias a esto, empresas como TomTom o Here mejoran sus algoritmos de navegación. También colaboramos con el Banco Interamericano de Desarrollo en la detección de zonas con insuficiente prestación de transporte público.



# El COVID cambia la ruta

46

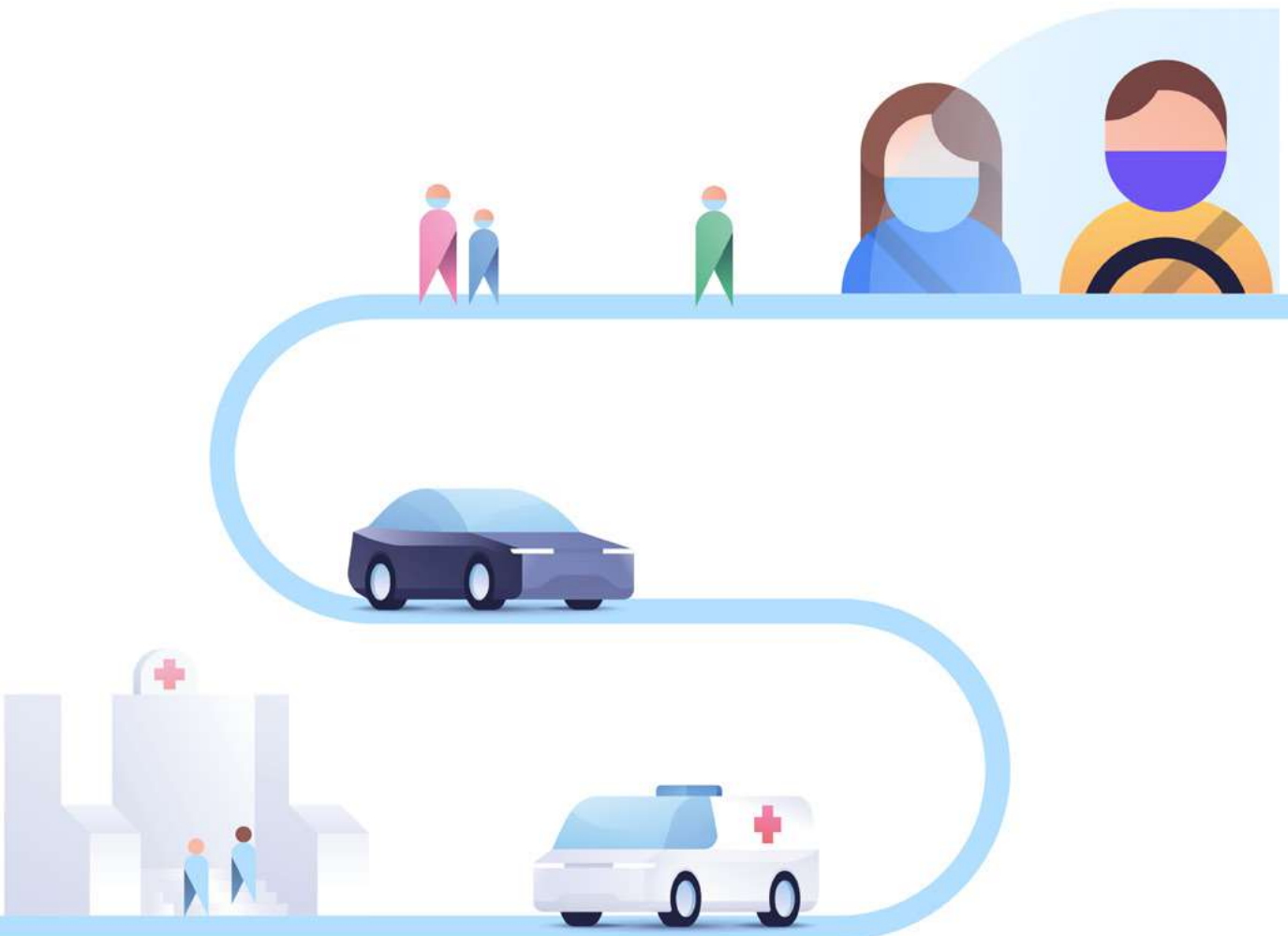
*Un aplauso que muchos habéis dado y que queremos que siga sonando. Gracias a todos por hacer que las calles retumben. Sigamos aplaudiendo hoy, mañana y siempre #AplausoSanitario*



Cabify España,  
@cabify\_espana

Cuando el COVID entró en escena, la movilidad se detuvo pero nosotros no quisimos quedarnos parados. Durante la pandemia hemos puesto toda nuestra energía y recursos a disposición de las ciudades en las que operamos y de las personas que más lo necesitaban. Teníamos la oportunidad de seguir moviendo a quienes estaban en primera línea de batalla (nuestros sanitarios), así como de entregar, junto con ONGs y organizaciones civiles, apoyo, herramientas y esperanza donde más falta hacía. Seguro que recuerdas algunas de las iniciativas que llevamos a cabo.

**Durante estos meses todos los miembros de nuestro equipo, dieron lo mejor de sí mismos para ofrecer las mejores soluciones posibles a las necesidades que habían surgido. Fue un esfuerzo para todos, pero desde antes de empezar sabíamos que merecería la pena.**

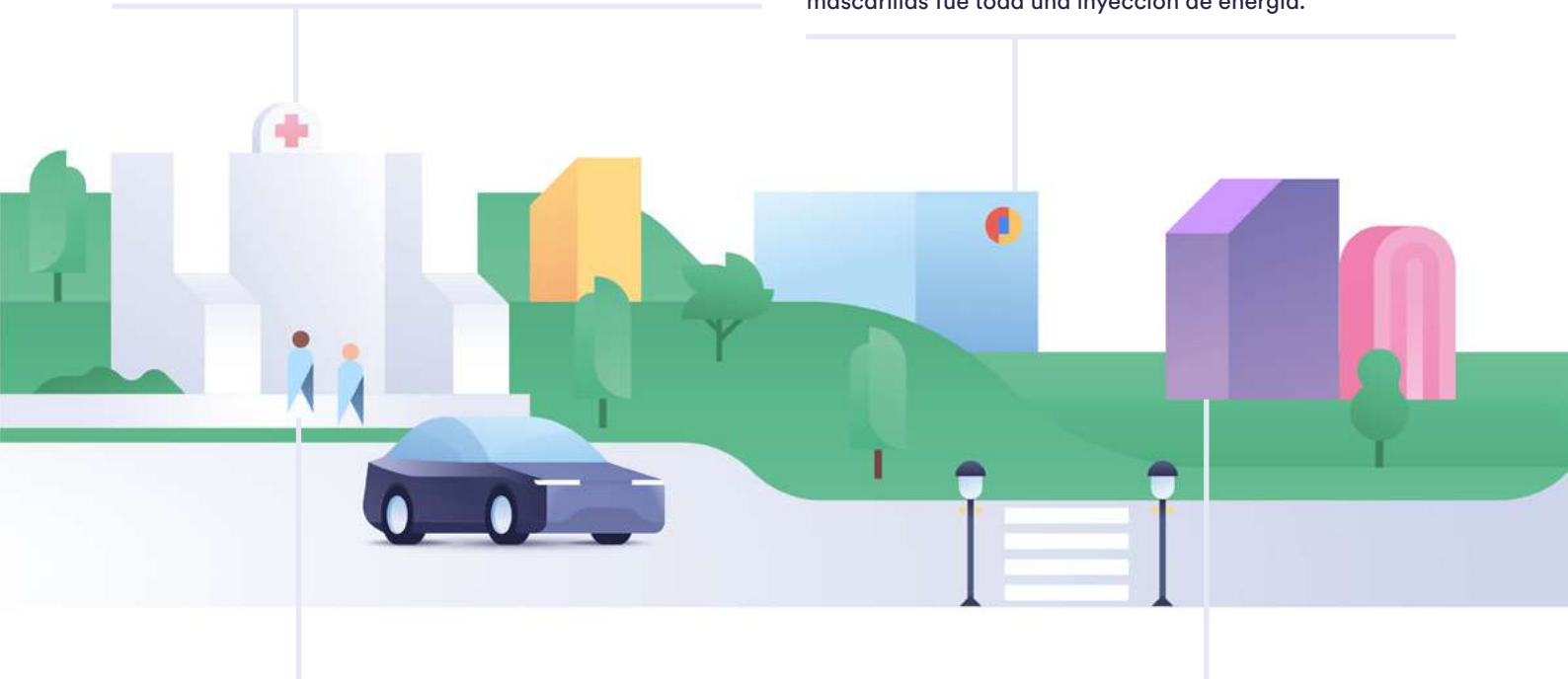


## España

47

### Héroes en Madrid

Aquellos que estaban arriesgando sus vidas cada día se convirtieron en prioridad con esta iniciativa de la Comunidad de Madrid. Entre los meses de marzo y mayo<sup>34</sup> llevamos hasta las puertas de los hospitales a los sanitarios de 44 centros de salud de la Comunidad de Madrid realizando un total de 33.000 viajes.



### Traslados desde IFEMA

La recuperación de los pacientes que estaban hospitalizados por COVID era para todos un rayo de esperanza. Aquellos del hospital IFEMA que recibían el alta fueron trasladados en Cabify hasta su domicilio sin ningún coste. Para los socios conductores, intuir su sonrisa de triunfo detrás de las mascarillas fue toda una inyección de energía.

### Descuentos para sanitarios

Hicimos todo lo que estaba en nuestra mano para facilitar el trabajo de los sanitarios y tratar de garantizar su seguridad. En Madrid, Valencia, Barcelona y Sevilla continuamos apoyando a los sanitarios de abril a junio ofreciendo nuestro servicio al 50% de descuento (posteriormente, hasta el 20 de julio, mantuvimos un 20% de descuento).

### Donación envases de agua

Antes de la pandemia, en Cabify ofrecíamos agua a nuestros pasajeros durante el trayecto. Cuando tuvimos que eliminar este servicio, decidimos donar 25.000 de estos envases al hospital provisional instalado en IFEMA.

Iniciativa	Viajes realizados	Periodo	Donación Cabify	Donación colaboradores	Valor socioeconómico generado <sup>35</sup>
Héroes CAM	33.000	23/03/02 – 17/05/20	83.750€	Comunidad de Madrid: 160.000€ Partners Cabify: 246.250€ Toyota España: 5.000€	495.000€
Traslados IFEMA	414	02/04 - 01/05	2.771€	Donaciones privadas: 8.314€	11.085€
Descuentos sanitarios	5.342	15/04/20 – 22/06/20	14.821€	Partners Cabify: 14.821€	52.297€

## Latinoamérica

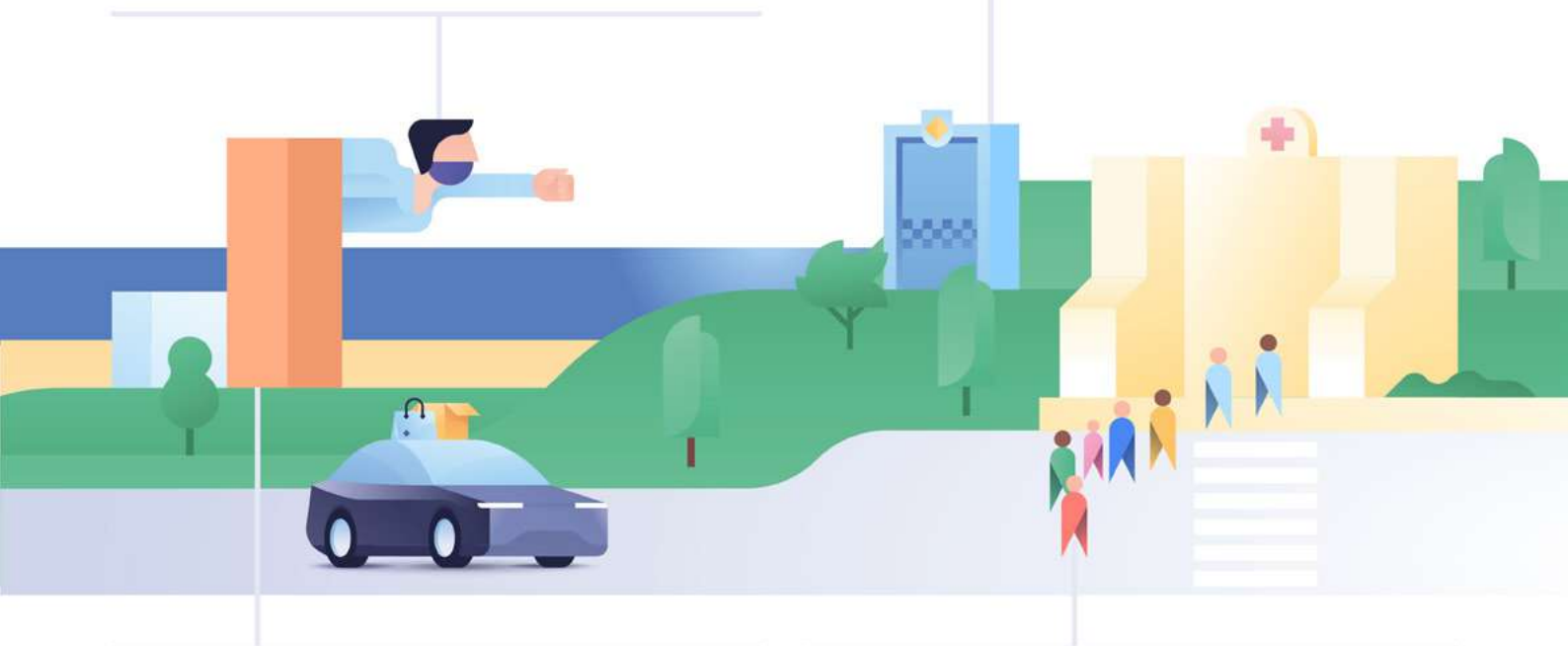


### Argentina

En Argentina también enfocamos nuestros esfuerzos en el personal sanitario. Para ellos habilitamos la categoría **Héroes** con la que les ofrecíamos un descuento<sup>36</sup> en cada trayecto. Los voluntarios de la organización Cruz Roja también tuvieron un descuento<sup>37</sup> en los viajes que realizaron para ofrecer asistencia sanitaria y abastecer de productos básicos a la población más afectada. Además, mediante Cabify Envíos nos sumamos a la ONG de Gino Tubaro, The Atomic Lab, en la entrega de mascarillas fabricadas con impresoras 3D, para los trabajadores de la salud y los cuerpos de seguridad.

### Brasil

En todos los países hubo muchos héroes anónimos y entre ellos se cuentan todos los que salieron de sus domicilios para donar la sangre que era tan necesaria en los hospitales. En Brasil, quisimos agradecerles de algún modo lo mucho que aportaron y todos los viajes para realizar donaciones de sangre corrieron por cuenta de Cabify.



### Chile

- **Colaboración con Techo Chile.** Ayudamos a esta fundación dedicada a combatir la exclusión social en la construcción de viviendas para familias vulnerables. Fueron muchos los que con el COVID vieron agravada su situación y de alguna manera debíamos prestarles ayuda.
- **Socios de la campaña #ChileComparte.** Junto con la organización Red de Alimentos distribuimos alimentos en Santiago, algo que también era muy necesario cuando la crisis del COVID acarreó y agudizó problemas tanto económicos como de suministros.
- **Atención médica general para conductores colaboradores.** Garantizar el acceso a la salud para los socios conductores también fue fundamental. Para ellos y sus familias pusimos a disposición atención médica general gratuita facilitada por Telemedicina.

### Perú

- **Categoría Cabify para Héroes.** Habilitamos esta categoría dirigida a personas dedicadas a actividades esenciales. Ellas no podían parar.
- **Donaciones a poblaciones vulnerables.** Junto a organizaciones sin ánimo de lucro como Juguete Pendiente y Comparte Perú, entregamos juguetes y comidas a las zonas más necesitadas de Lima.
- **Microcréditos.** A través de la plataforma Lana, pudimos contribuir a paliar la falta de ingresos por las restricciones de movilidad con una ayuda financiera de la que se beneficiaron más de 1.000 socios conductores.<sup>38</sup>



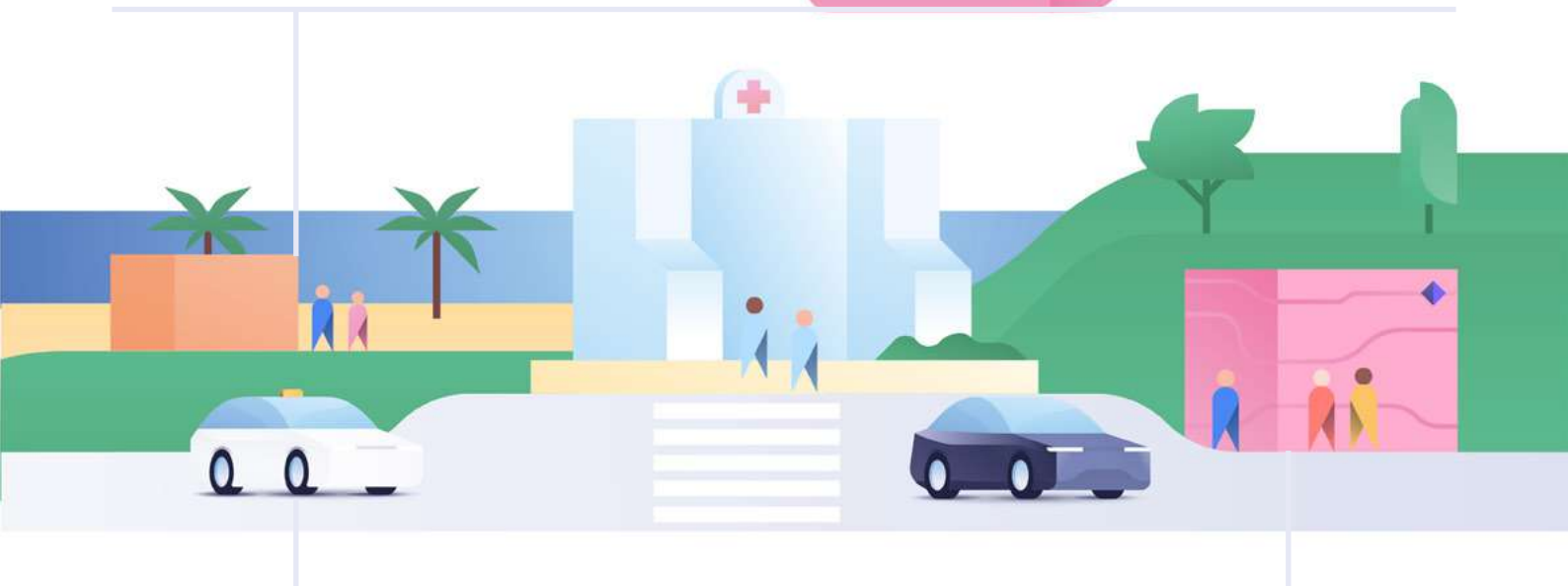
# 49 ~

## México

Durante las primeras semanas de confinamiento había mucho por hacer. Era necesario llevar suministros a diferentes puntos de las ciudades y hacerlo contra reloj. Pusimos todos nuestros esfuerzos en la iniciativa “Delivery donations” en la que colaboramos con PymoHub, Ayúdame a ayudarte y Solidaria. Realizamos más de 150 viajes para entregar equipos de protección y comidas con descuento a los sanitarios. De forma paralela, dimos la posibilidad a los socios conductores de solicitar créditos sin intereses a través de Lana<sup>39</sup> con la iniciativa “Tandas de bienestar”.

*“Colaborar con CABIFY en medio de la pandemia, nos permitió llegar a más personas en nuestro esfuerzo por mandar insumos de protección personal a doctores, enfermeros y camilleros que estaban atendiendo pacientes Covid en hospitales públicos en México. Son alianzas como estás las que en momentos difíciles de pandemia nos permiten seguir adelante.”*

Andrea Hernández, Cofounder & CEO de PymoHub



## Ecuador

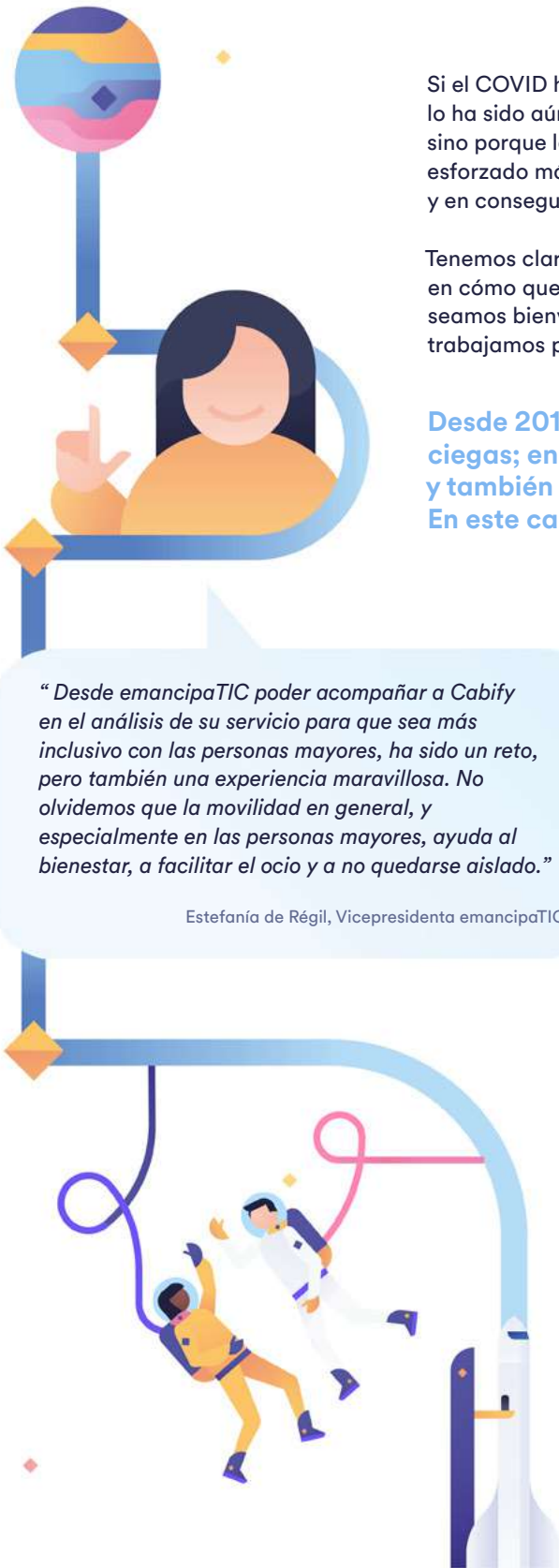
En Ecuador, el principal reto era facilitar la movilidad de los trabajadores esenciales y de las personas que debían trasladarse para adquirir productos de primera necesidad. Para ello pusimos en marcha la categoría “Cuanto antes”, con la que el usuario podía solicitar el vehículo más cercano a su ubicación, fuera Taxi o Lite. Hasta entonces, en los taxis no estaba disponible el pago con tarjeta, pero ahora, al tener que evitar el contacto con los pasajeros, se implementó por primera vez. También en este país pusimos en marcha una ayuda para los conductores colaboradores reduciendo nuestra comisión en los trayectos.<sup>40</sup>

## Colombia

- **Créditos libres.** Los ingresos de los socios conductores también se vieron afectados por esta nueva realidad de restricción en la movilidad. Por eso desde Cabify ayudamos a más de 300 conductores colaboradores con créditos libres de intereses.
- **Colaboración con la Universidad de los Andes.** Garantizar la salud de los taxistas que trabajan con Cabify era otra de nuestras prioridades, por eso realizamos más de 3.000 pruebas de COVID gratuitas a este colectivo.
- **Programa “Cabify Start”.** La excelencia se valora y se premia en Cabify; con este programa mensual ofrecimos una serie de beneficios a aquellos taxistas con valoraciones más altas como descuentos en educación y asistencia médica.
- **Entrega de alimentos.** De la mano de Fundación Fé, hicimos llegar alimentos a las familias más afectadas por las consecuencias del COVID.

# Todos a bordo; inclusión y accesibilidad

50 



Si el COVID ha sido un desafío para todos, para las personas con discapacidad lo ha sido aún más; no solo porque las desigualdades se han acentuado, sino porque la movilidad ha supuesto un reto aún mayor. Por eso, nos hemos esforzado más que nunca en adaptar nuestro servicio a todas las personas y en conseguir hacer las calles más accesibles e inclusivas para todos.

Tenemos claro cómo imaginamos las ciudades del futuro; ahora toca pensar en cómo queremos que la gente se sienta en ellas. Nos gustaría que todos seamos bienvenidos. Por supuesto, esto se aplica también a nuestro servicio: trabajamos por una movilidad urbana inclusiva al alcance de todas las personas.

**Desde 2019 nuestra app está adaptada al 100% para personas ciegas; en 2020 hemos puesto el foco en hacerla más segura y también accesible a personas mayores y a personas sordas. En este camino, tenemos unos grandes compañeros de viaje:**

*“Desde emancipaTIC poder acompañar a Cabify en el análisis de su servicio para que sea más inclusivo con las personas mayores, ha sido un reto, pero también una experiencia maravillosa. No olvidemos que la movilidad en general, y especialmente en las personas mayores, ayuda al bienestar, a facilitar el ocio y a no quedarse aislado.”*

Estefanía de Régil, Vicepresidenta emancipaTIC

## EmancipaTIC

A veces, cuando miramos alrededor da la sensación de que los contenidos, las ciudades, el consumo, el ocio... todo está pensado para los jóvenes. EmancipaTIC se centra en ayudar a los mayores de 50 años a participar de forma activa en la sociedad, mejorando su calidad de vida. Nos aliamos con ellos para entender las necesidades específicas de nuestros mayores y así poder adaptar nuestra aplicación y servicio.

## CNSE (Confederación Estatal de Personas Sordas)

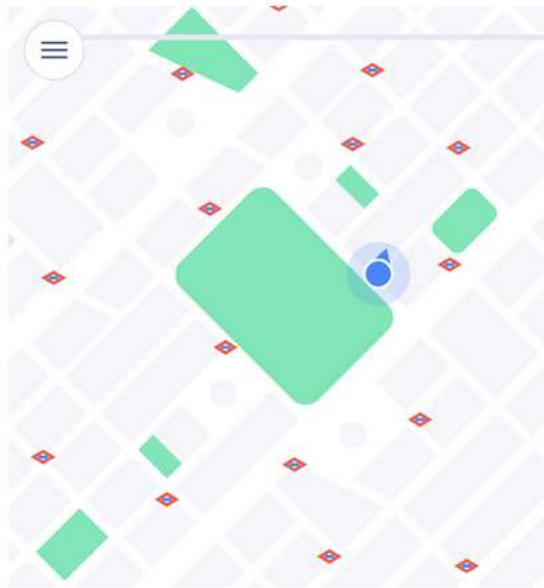
¿Te has parado a pensar la dificultad que tienen las personas sordas para moverse por la ciudad? ¡Nosotros sí! Y hemos querido facilitarles las cosas colaborando con CNSE para adecuarnos a ellas. Con el COVID, esto se ha hecho aún más necesario ya que a los inconvenientes existentes se suman otros como la dificultad para leer los labios con la mascarilla.

## Derechos Mayores

Esta organización busca contribuir desde Chile a la defensa de los derechos de las personas mayores en Iberoamérica. Juntos buscamos acercar nuestro servicio a los usuarios más seniors porque todos tenemos el mismo derecho a disfrutar de las ciudades y a desplazarnos por ellas.

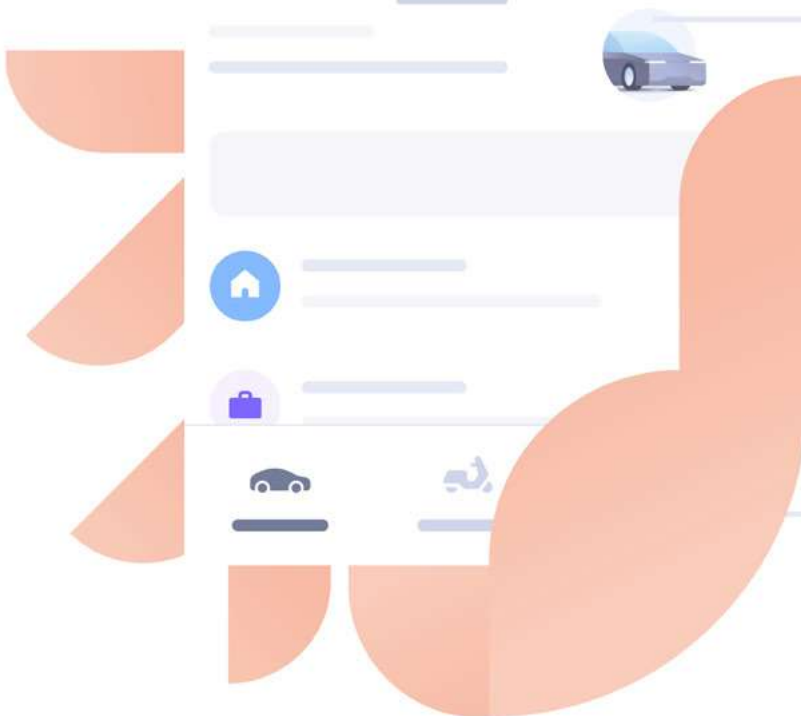
Este año hemos seguido apostando por la accesibilidad completa de nuestro producto implementando mejoras en nuestra aplicación:

# 51



Lanzamos un **menú de accesibilidad** para que el usuario pueda indicar si tiene alguna necesidad específica. Con esta información, el conductor puede ofrecer un mejor servicio al pasajero y conseguimos que la experiencia de ambos sea más satisfactoria.

En la interfaz de nuestra app, simplificando mensajes para mejorar la experiencia de nuestros usuarios, reestructurando nuestro menú lateral para que resulte más intuitivo a aquellos que no están familiarizados con las nuevas tecnologías, y modificando los tamaños de las letras para que las personas con problemas de visión no tengan dificultad en leerlas.



La aplicación de los socios conductores, permitiéndoles regular los sonidos y vibraciones adaptándolas a sus preferencias. Buscamos que la conducción les resulte más sencilla y cómoda, algo que a su vez va a repercutir positivamente en la calidad del servicio ofrecido y en su seguridad.

A algunos de nuestros usuarios les cuesta leer las notificaciones que les enviamos durante su viaje. Para ayudarles, hemos introducido la función "Text to Speak" con la que el teléfono lee las notificaciones por voz.

Un proyecto piloto para que cualquier persona pueda pedir un Cabify a sus familiares mayores o a cualquiera que requiera de nuestro servicio.

Con la nueva normalidad impuesta por el COVID, ¿qué pasa, por ejemplo, si alguien con problemas de movilidad tiene dificultades para entrar en el vehículo y hay que evitar en lo posible el contacto físico? Los socios conductores ahora tienen una serie de recomendaciones para poder atender las necesidades de accesibilidad de las personas que utilizan el servicio, al mismo tiempo que siguen las recomendaciones de seguridad marcadas por el COVID, garantizando que la experiencia no se vea afectada. Por supuesto, seguimos y seguiremos trabajando en hacer nuestros servicios más accesibles a todas las personas.

# 52

## Nuestros copilotos; colaboradores clave para un objetivo común

Llegados a este punto, seguro que ya te has formado una idea de todo lo que queda por hacer para mejorar los ecosistemas de transporte y movilidad de las ciudades. ¡Nada que no podamos conseguir buscando soluciones juntos! Ya hemos descubierto la fuerza que tenemos como sociedad y todo lo que somos capaces de superar. Para ello contamos con:



España

**Empresas movilidad sostenible**

Un punto de encuentro de empresas, instituciones y administraciones enfocado a lograr una movilidad segura, inclusiva y respetuosa con el medio ambiente.

**Madrid in Motion**

Iniciativa que genera soluciones destinadas a vencer los desafíos de la movilidad en Madrid generando un impacto positivo en las ciudades del futuro.

**AEGVE**

Sociedad centrada en las necesidades de los gestores de viajes de las principales empresas del país.

**Adigital**

Alianza que contribuye al crecimiento de la economía utilizando la tecnología y la digitalización.

**ASEVAL**

Asociación empresarial de alquiler de vehículos con y sin conductor en Madrid.



Latnoamérica

**Sociedad de Comercio Exterior de Perú**

Un gremio empresarial que busca contribuir, con propuestas de políticas públicas, a generar empleo, crear oportunidades y mejorar la calidad de vida del ciudadano.

**Alianza In**

Un gremio de Colombia que fortalece el trabajo de aplicaciones relacionadas con áreas como la mensajería, la movilidad alternativa o el desarrollo de software.

**Alianza para la Acción Climática del Área Metropolitana de la Ciudad de México (ACA-CDMX):**

Puesta en marcha por WWF México y el Gobierno de la CDMX con el respaldo de distintos sectores, busca empoderar actores clave a nivel local para acelerar la transición a sociedades bajas en carbono.

También formamos parte de [Endeavor](#), una organización global que apoya a emprendedores de alto impacto a maximizar su potencial mediante una red de mentores y aliados de alto nivel.

# Reparando baches; invirtiendo en una sociedad mejor

53 



## Un regalo de Navidad diferente

En España, cada Navidad hacemos un regalo a nuestros empleados, pero el de este año fue especial. Una de las consecuencias de la crisis del COVID es la situación de vulnerabilidad en la que se vieron muchas familias y todos en Cabify lo teníamos presente. Por este motivo, donamos al Banco de Alimentos el equivalente a una semana de comida para una persona por cada empleado de la compañía.<sup>41</sup> Nuestro equipo estaba igualmente deseoso de contribuir, por eso también pusimos a su disposición un código QR con el que podían aportar la cantidad económica que quisieran para la compra de alimentos. Lo llamamos la Campaña Kilo. Todo esto nos hizo sentirnos un poco más útiles en unas fechas que, este año, fueron más difíciles que nunca para muchas familias.



## Huchas Digitales

Vencer al COVID está siendo una batalla difícil, pero hay otra que no es menos dura y que también está llena de soldados valientes: se trata del cáncer. Este año, hemos colaborado con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) en el programa “Huchas digitales” ofreciendo a nuestros empleados la posibilidad de contribuir con donaciones. Les dábamos la mejor motivación para hacerlo porque por cada euro que ellos dieran, Cabify añadía uno más junto a una cantidad fija de 500 euros.



## Niños contra el cáncer

En España colaboramos con la Universidad Clínica de Navarra en la iniciativa “Niños contra el cáncer” trasladando a dos niños a la clínica para que pudieran realizar su tratamiento.

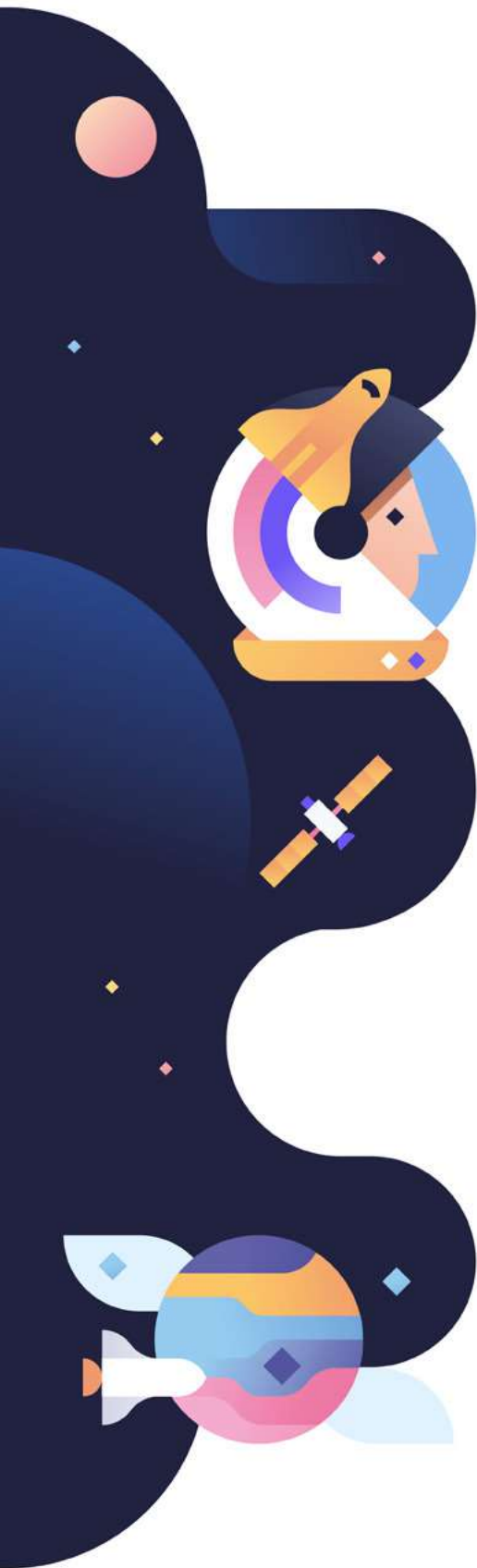


### Resumen de inversión social del 1 de Enero al 31 de Diciembre 2020

	Inversión	Inversión iniciativas COVID	Personas impactadas
España	\$326.562	\$123.947	35.646
Latinoamérica	\$242.975	\$574.910	22.310

# La tecnología al servicio del viaje; una gran aliada

54 

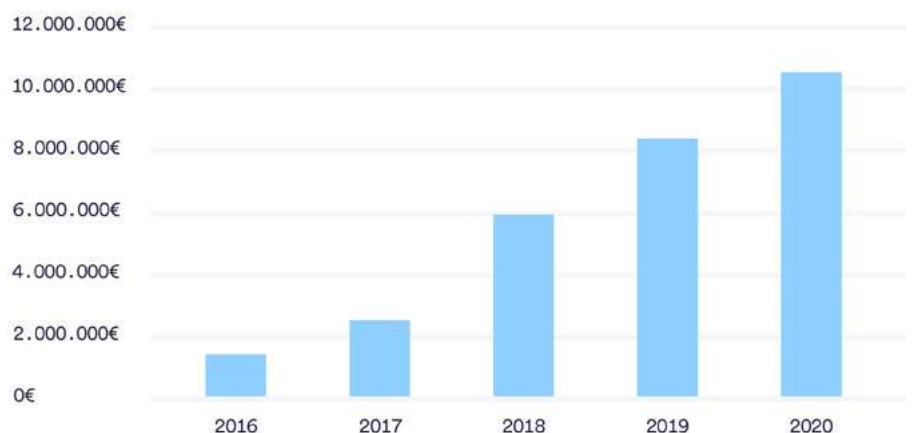


**Aunque eso de que se puede obtener un aprendizaje de cada obstáculo al que nos enfrentamos suene muy cliché, para nosotros realmente es así. La situación excepcional que hemos vivido nos llevó a adaptarnos rápidamente a las necesidades de nuestros usuarios. Gracias a ello hemos desarrollado prototipos que no habríamos concebido en circunstancias comunes y que, sin embargo, son necesarios para la sociedad.**

Pese a la dificultades ocasionadas por la pandemia, hemos seguido creciendo en cuanto a inversión en actividades de I+D e innovación con una cantidad por que supera los 10,5 Millones de Euros, lo que supone un 8,77% sobre el importe neto de la cifra de negocios del ejercicio.

De acuerdo a los datos de los informes del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades relativos al periodo anterior al ejercicio 2019, nuestra inversión en actividades de investigación, desarrollo e innovación ha ascendido a 31,6 millones de euros en los últimos 5 años. En este tiempo hemos certificado 12 proyectos de Innovación Tecnológica (IT) y uno de Investigación y Desarrollo (I+D). Estas actividades nos han generado el derecho a una deducción fiscal del 12% al 42% de los gastos incurridos.

**Inversión en actividades de investigación, desarrollo e innovación**



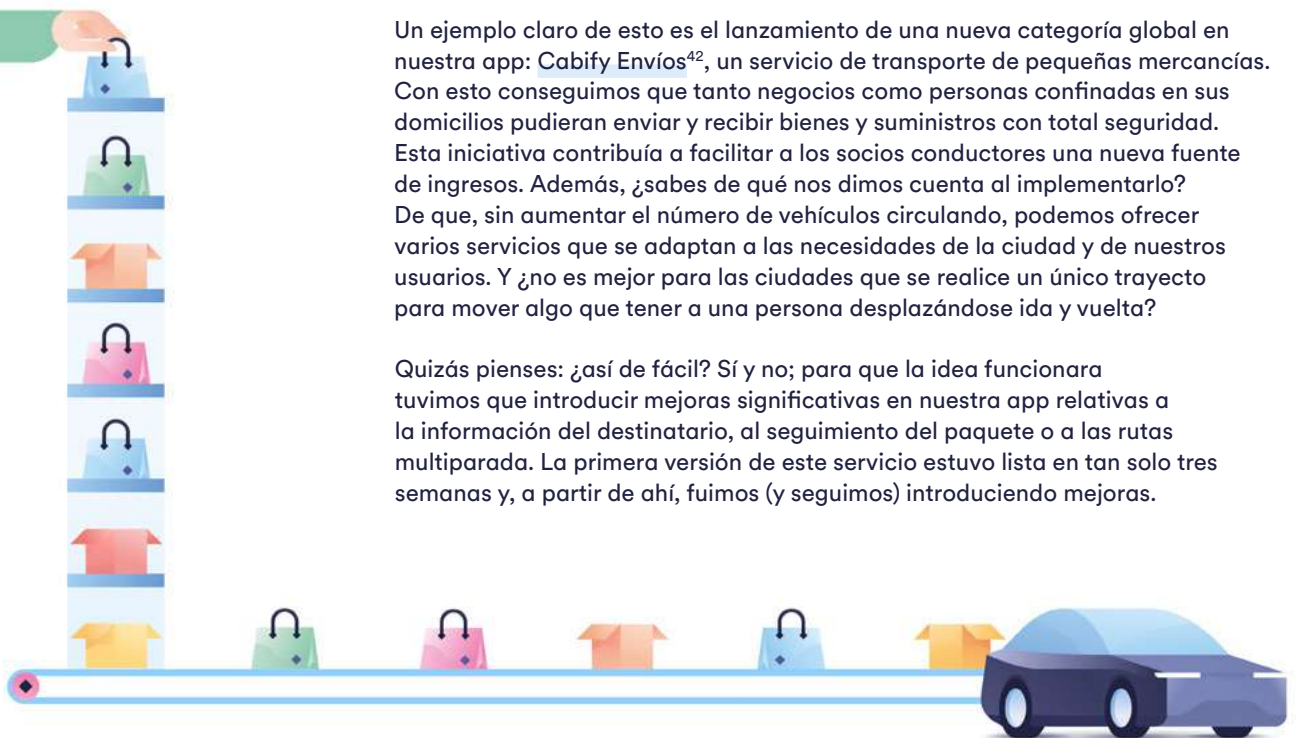
55



**Volviendo a 2020, nuestra inversión en I+D+i nos ha permitido desarrollar avances en tecnología enfocados a la mejora de nuestro modelo de negocio y la oferta de nuestros servicios de movilidad.**

Un ejemplo claro de esto es el lanzamiento de una nueva categoría global en nuestra app: Cabify Envíos<sup>42</sup>, un servicio de transporte de pequeñas mercancías. Con esto conseguimos que tanto negocios como personas confinadas en sus domicilios pudieran enviar y recibir bienes y suministros con total seguridad. Esta iniciativa contribuía a facilitar a los socios conductores una nueva fuente de ingresos. Además, ¿sabes de qué nos dimos cuenta al implementarlo? De que, sin aumentar el número de vehículos circulando, podemos ofrecer varios servicios que se adaptan a las necesidades de la ciudad y de nuestros usuarios. Y ¿no es mejor para las ciudades que se realice un único trayecto para mover algo que tener a una persona desplazándose ida y vuelta?

Quizás pienses: ¿así de fácil? Sí y no; para que la idea funcionara tuvimos que introducir mejoras significativas en nuestra app relativas a la información del destinatario, al seguimiento del paquete o a las rutas multiparada. La primera versión de este servicio estuvo lista en tan solo tres semanas y, a partir de ahí, fuimos (y seguimos) introduciendo mejoras.



**En Cabify siempre hemos sabido que para mejorar tenemos que escuchar a nuestros usuarios, pero nos encontrábamos con un “obstáculo” (con el que, por otra parte, estábamos encantados): la mayoría de nuestros clientes nos daban 5 estrellas, así que se nos hacía difícil saber en qué podíamos mejorar.**

**¿La solución? Desarrollar un nuevo sistema que nos da un feedback más completo, incluyendo información, por ejemplo, sobre la seguridad en la conducción y las medidas de protección frente al COVID que tienen los vehículos. Con estas mejoras hemos duplicado el número de valoraciones que recibimos de media por cada 100 viajes.**

Otros desarrollos que benefician a los socios conductores son nuevas funcionalidades, que te explicaremos más adelante, como la de cancelar viaje en ruta o la de rutas compartidas, dirigida a las empresas que contratan nuestros servicios.

56



**El objetivo es acercar el talento investigador a la empresa para resolver juntos los problemas relacionados con la movilidad.**

## Los ingenieros del presente ya están cambiando el futuro

Todos estos desarrollos que te hemos contado son posibles gracias a un estupendo equipo multidisciplinar en el que hay ingenieros de software, analistas o científicos de datos. Que las ciudades avancen depende, en gran medida, del trabajo de estas personas. Pensando en esto, durante el curso escolar 2019-2020 nos unimos con la Universidad Politécnica de Madrid para desarrollar una Cátedra de formación en áreas como la ingeniería, la programación, el análisis de datos o la innovación. El objetivo es acercar el talento investigador a la empresa para resolver juntos los problemas relacionados con la movilidad.

A los proyectos que se realizaron en 2019-2020 (una simulación de movilidad en bicicleta por Madrid o la mejora en la predicción de los tiempos de llegada de los autobuses de la EMT) sumamos los que ya tenemos planificados para el curso 2020-2021: el análisis de la relación entre las emociones y la conducción, el trazo de rutas alternativas basándose en la polución o la formación de conductores con realidad virtual. ¡Seguimos!



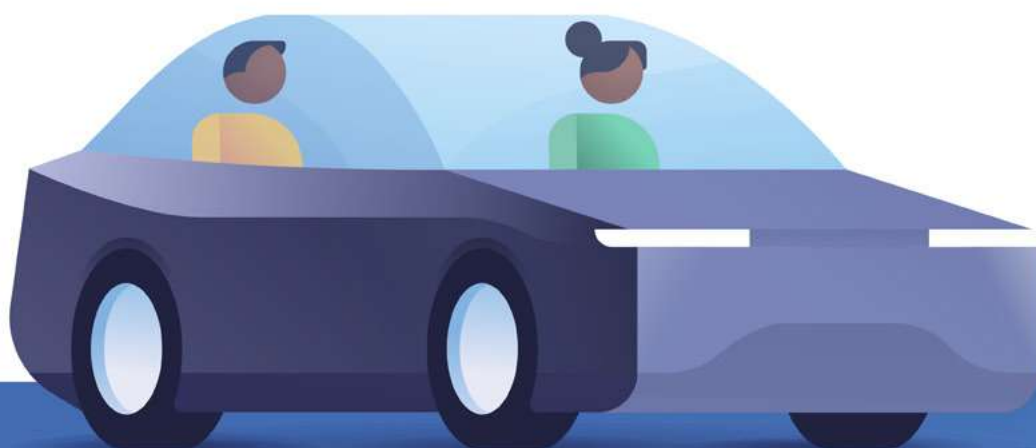
**Si algo hemos sacado en claro durante la crisis del COVID es que aprender de la experiencia es fundamental para no volver a cometer los mismos errores. Este año nos ha dejado lecciones importantes: la de unirnos como comunidad para superar retos, el valor de la ciencia para salvar vidas o el uso de la tecnología para vencer obstáculos y mejorar el entorno. Ahora ya no vale dar marcha atrás; ya no podemos retroceder y volver a lo que teníamos antes. Ahora toca avanzar y mirar hacia el futuro con estas lecciones como guía. Solo así construiremos un futuro mejor. En Cabify, estamos listos para el desafío.**



## 2.2

# Haciendo del viaje una experiencia

Ajustando retrovisores; un año difícil	58	Más garantías	61	Pasajeros seguros	66
Comprobando airbags; logros en medio de la incertidumbre	59	Socios conductores, los mejores acompañantes	63	Las empresas también se mueven	69
Prevenir y actuar	60	Promoviendo la inclusión y la diversidad en el sector del transporte	64		



Podríamos definir “Cabify” como un servicio, como una app, como una empresa, como una plataforma tecnológica, como un ecosistema de movilidad... Seguramente todas estas denominaciones sean válidas, pero en todas ellas nos falta algo porque, para nosotros, Cabify va de estar ahí, de facilitar las cosas, de dar un paso más y de construir relaciones basadas en la confianza.

**Detrás de Cabify hay una misión y es que todos los habitantes de las ciudades puedan decidir cómo moverse con seguridad y de forma sostenible. Los cimientos de esta misión son la transparencia y la escucha activa y en ellos nos enfocamos cuando tratamos tanto con los socios conductores como con pasajeros.**

## Ajustando retrovisores; un año difícil

En un año marcado por restricciones de movilidad nunca vistas hasta ahora, en Cabify se han realizado más de 50 millones de viajes en los que hemos trasladado a 5 millones de personas gracias a más de 260 mil socios conductores y taxistas colaboradores.<sup>43</sup> Cada uno de estos trayectos ha sido posible gracias a la confianza que nuestros usuarios han depositado en nosotros; nuestra responsabilidad desde el primer momento ha sido ser merecedores de esa confianza.

**El reto que planteó el COVID era de gran magnitud: había que evitar a toda costa la exposición y los contactos y por eso nuestra prioridad fue fortalecer la salud y la seguridad en todas nuestras operaciones.**

De forma paralela, hemos continuado ampliando nuestra cobertura en las ciudades con un triple objetivo: adaptarnos para estar donde se nos necesita, ofrecer una alternativa de movilidad en zonas sin acceso al transporte público y ampliar las alternativas de ingreso para los conductores y taxistas colaboradores.

Por otro lado, hemos mejorado la información que les ofrecemos, proporcionándoles certeza en momentos de gran incertidumbre; algo que les permite trasladar a los pasajeros de manera cada vez más profesional y eficiente. Todo esto se ha hecho integrando taxi, motos, patinetes y bicicletas eléctricas, car sharing, además de los vehículos de VTC o transporte privado de pasajeros.



# 59

## Comprobando airbags; logros en medio de la incertidumbre

En el ecosistema de Cabify entramos todos: pasajeros, socios conductores, empresas y empleados. Uno de los factores que mantienen unida a una comunidad es la seguridad de sus integrantes, por ello hemos sumado esfuerzos para que, especialmente en este año marcado por la inestabilidad, todos los miembros nos sintamos protegidos, cuidados, respetados y acogidos.

Enfocados en hacer del viaje una experiencia segura y accesible, buscamos cumplir los máximos estándares de calidad apostando por la tecnología y la innovación. Todo ello acompañado del desarrollo de relaciones basadas en la ética, el respeto y la honestidad. Con la pandemia este proceso pasaba por reforzar todo lo relacionado con la protección de la salud. Para eso definimos una serie de protocolos de actuación y recomendaciones a los socios conductores:



A medida que íbamos adaptándonos a las recomendaciones de la OMS o de las administraciones sanitarias de los países en los que trabajamos, facilitamos a los pasajeros toda la información disponible para que ellos también tomaran las precauciones necesarias durante su viaje.



~ 60



## Prevenir y actuar

Desde el momento en el que nos pusimos a gestionar la crisis del COVID, nuestro equipo de atención al cliente tenía identificadas todas las casuísticas que podían surgir así como las recomendaciones sanitarias de la OMS y los organismos competentes de cada país. Por su parte, los conductores colaboradores, además de los protocolos, recibieron recomendaciones, tanto para prevenir la posibilidad de contagio como para reportar cualquier caso de riesgo.

Pese a las precauciones que tomamos, sabíamos que podía haber casos de transmisión del virus y era imprescindible tener un plan de acción para monitorearlos de forma ágil y rápida. Lo hemos hecho con “Harvey”, una herramienta de Cabify diseñada anteriormente para gestionar cuestiones de seguridad como el acoso. “Harvey” permite gestionar de forma prioritaria casos que hayan llegado a través de cualquier canal relacionados con el COVID (ya sean diagnósticos confirmados o sospechas). Una vez detectados, nos comunicamos con usuarios que, en las últimas dos semanas, han tenido contacto con un positivo utilizando nuestro servicio para que procedan en función de las recomendaciones sanitarias. Paralelamente deshabilitamos el vehículo en cuestión de la plataforma para proceder a su desinfección.

**En definitiva, todo el equipo de Cabify dio lo mejor de sí a la hora de definir y poner en marcha nuestra actuación frente al COVID. Hemos certificado toda la operativa relacionada con dicha actuación y AENOR<sup>44</sup> ha acreditado que contamos con las máximas garantías higiénico-sanitarias tanto para nuestros usuarios como para los socios conductores en España, Chile, Colombia, Perú y Argentina (servicio corporativo).**



# 61 ~

## Más garantías

Velar por la salud de los usuarios ha sido vital este año, pero para nosotros “seguridad” es mucho más. Creemos que solo en una comunidad libre y accesible que esté basada en la confianza y en el respeto y que se apoye en la tecnología y en los buenos hábitos es posible sentirse seguro al cien por cien.

### Dimensiones de la seguridad

01.



#### Usuarios de confianza

Utilizamos la tecnología para verificar la identidad de nuestros usuarios y la información que comparten con nosotros.

02.



#### Libertad e integridad

Tomamos todas las medidas necesarias para evitar comportamientos violentos o amenazantes tanto en los coches como en nuestros canales digitales.

03.



#### Cultura del respeto

Diseñamos políticas encaminadas a mantener y proteger una comunidad diversa sancionando el acoso y la discriminación.

04.



#### Conducta segura al volante

Apostamos por una conducción prudente y evitamos el uso de los coches en condiciones inseguras para prevenir accidentes.

05.



#### Pagos y datos protegidos

Garantizamos pagos seguros y protegemos la información personal de nuestros usuarios.

06.



#### Tecnología fuerte y fiable

Gestionamos las posibles interrupciones del negocio o incidentes cibernéticos poniendo foco en la protección de datos de nuestros usuarios.

07.



#### Acceso para todos

Gestionamos las posibles interrupciones del negocio o incidentes cibernéticos poniendo foco en la protección de datos de nuestros usuarios.

Este 2020 hemos incrementado las medidas para garantizar esta visión integral de la seguridad en cada viaje:

62



### Para pasajeros

- Monitoreo de los viajes en tiempo real con opción de compartir trayecto para nuestros usuarios.
- Test psicométricos<sup>45</sup> para los socios conductores.
- Validación de documentos personales y vehiculares del socio conductor.
- Detección de comportamientos inapropiados a través de un proceso semi-automático para identificarlos en momentos estratégicos como la recogida. El objetivo es sensibilizar a los socios conductores para evitar malas conductas sin llegar a penalizaciones.
- Nuevo sistema de Ratings, a través del cual obtenemos más información sobre los detalles del viaje de nuestros usuarios, pudiendo así implementar mejores soluciones en nuestro servicio.

### Para conductores colaboradores

- Bloqueo de zonas peligrosas en acuerdo con los gobiernos regionales.
- Límite de zonas para evitar trayectos largos que puedan comprometer la seguridad de los ocupantes del vehículo.
- Kit de seguridad disponible en la app para contactar directamente con Cabify o con los servicios de emergencia en caso de necesidad.
- Función Phonemasking<sup>46</sup> para proteger los datos personales del conductor impidiendo que el pasajero tenga su número de teléfono personal.<sup>47</sup>
- Implementamos un sistema inteligente para validar la identidad de los pasajeros y que así los socios conductores se sientan más seguros durante el viaje.<sup>48 49</sup>
- Funcionalidad “Cancelar viaje en ruta” para que, ante los posibles incidentes en carretera, los conductores colaboradores puedan desvincularse del trayecto mientras asignamos otro chófer al pasajero.

Además hemos llevado a cabo iniciativas que impactan en ambos:



Sistema “Voz del Cliente” con el que hemos mejorado la comunicación con nuestros usuarios. Desde mediados de 2019 hasta mitad del 2020, nuestro equipo de operaciones ha estado trabajando en mejorar la clasificación de los casos que nos entran en forma de tickets a través de la app. Esta mejora nos permite identificar con más precisión las inquietudes y quejas de socios conductores y pasajeros y, por tanto, ofrecerles a ambos un mejor servicio.

Guía de principios éticos basada en unos criterios de comportamiento que afectan a toda la comunidad Cabify (socios conductores, pasajeros y empleados) y encaminada a lograr comunidades más éticas y sostenibles.

Herramienta Harvey para agilizar la gestión de posibles casos de acoso, objetivando su análisis y mejorando su seguimiento.

## 63

## Socios conductores, los mejores acompañantes

**Cuando subes a un Cabify, el conductor es mucho más que la persona que maneja el volante. Los socios conductores son quienes acompañan a los pasajeros en su experiencia y los que nos ayudan a construir una movilidad inclusiva, accesible y segura. Su labor es esencial y por eso ponemos a su alcance todas las opciones posibles para facilitar su trabajo y que ellos también disfruten del viaje.**

Para nosotros, la experiencia del socio conductor comienza mucho antes de subirse al vehículo; por eso este año hemos llevado a cabo iniciativas y mejoras que abarcan todos los puntos de la misma. En primer lugar, implementamos un modelo que nos permite atender con más rapidez las dudas que los candidatos puedan tener durante el proceso de registro. Pueden comunicarse con nosotros de la forma que más les convenga, ya sea por la web, por la app, enviándonos un correo electrónico o escribiéndonos a Whatsapp. Integrar nuevos canales nos permite ofrecer oportunidades de colaboración a una mayor cantidad de conductores.



### Nuestra estrategia de atención a conductores colaboradores se basa en cuatro pilares:

- 1 Una experiencia homogénea para todos los socios conductores adaptándonos a las necesidades de cada uno.
- 2 Resolver contactos lo más rápido posible buscando siempre la excelencia.
- 3 Anticiparnos a sus necesidades identificando los puntos de mejora y aprendiendo de los errores. Eficiencia y flexibilidad como actitudes fundamentales en el desarrollo del trabajo.
- 4 Eficiencia y flexibilidad como actitudes fundamentales en el desarrollo del trabajo.

Una vez que el socio conductor se sienta al volante, la transparencia es la clave del éxito. Este año hemos incluido información sobre el destino del trayecto, detalles generales del pasajero, si es un viaje corporativo, así como un desglose detallado del precio para que pueda saber qué ganancia estimada obtendrá en cada recorrido. También en 2020 incorporamos la funcionalidad de 'modo destino' que ya han utilizado más de 125.000 socios conductores<sup>50</sup> y que sirve para recibir viajes solo de camino a una dirección que previamente han seleccionado (por ejemplo de regreso a casa). Todas estas iniciativas consiguen que el conductor sepa más sobre el servicio que va a realizar, mejorando así la experiencia para ambas partes.

64

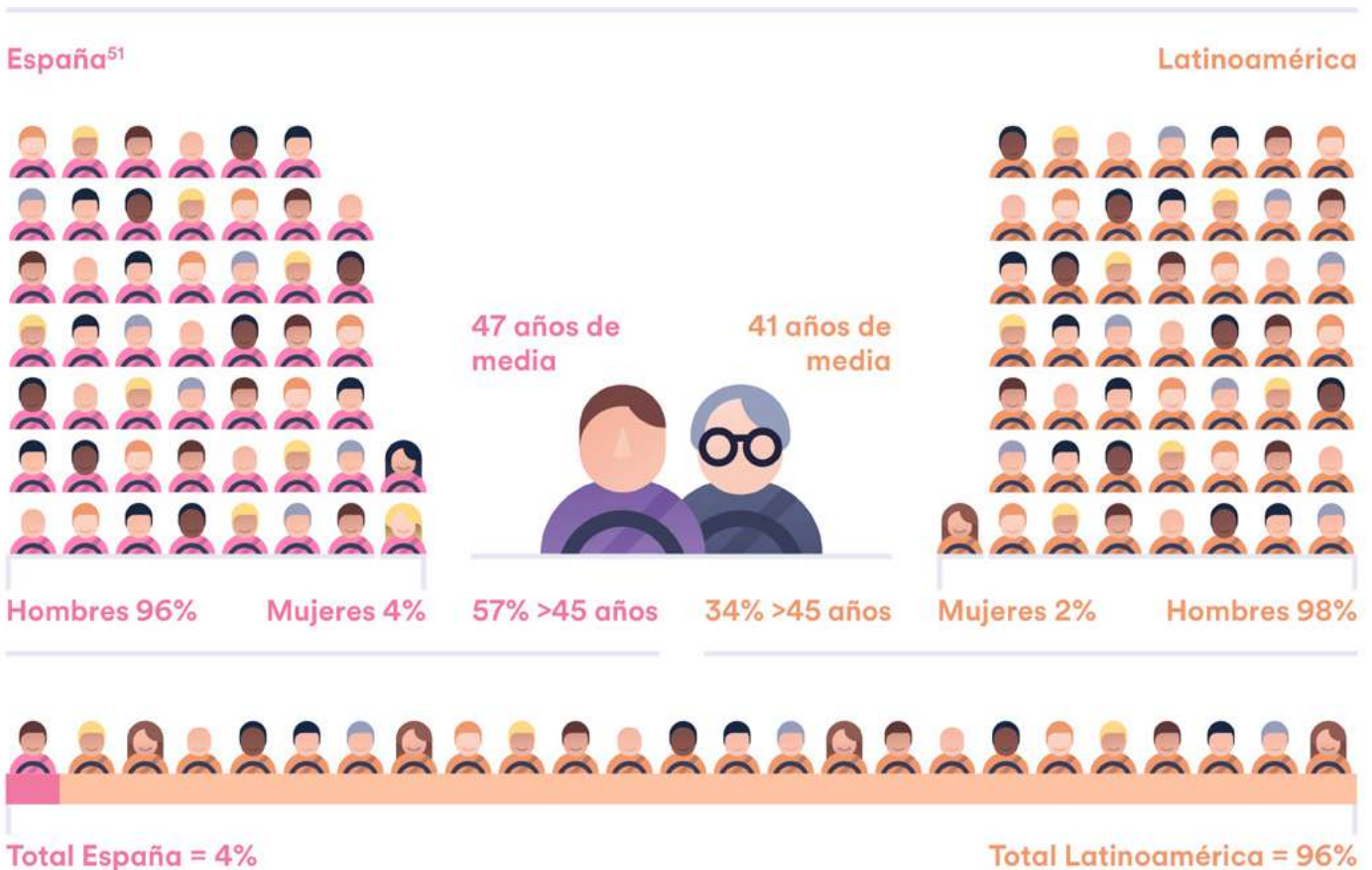
De forma paralela, hemos perfeccionado la experiencia de usuario en la aplicación de los gestores de flotas. Ahora pueden realizar su labor de forma más sencilla y acceder a información en tiempo real.

Por último, hemos incrementado el número de taxistas que colaboran con nosotros (¡más de 45.000!) ofreciendo este servicio a nuestros clientes corporativos. En Colombia y en Chile hemos puesto a disposición de los taxistas colaboradores la opción de tener más ganancias; éstos reciben una propina en los viajes que realizan en horas punta.

## Promoviendo la inclusión y la diversidad en el sector del transporte

Ya te hemos contado lo importante que es la inclusión para nosotros, por eso estamos trabajando para promover una mayor diversidad de perfiles en el mundo de la movilidad. Buscamos que grupos menos presentes en el sector puedan encontrar en Cabify oportunidades de ingresos: mujeres, personas inmigrantes, parados de larga duración, personas de más de 50 años, etc.

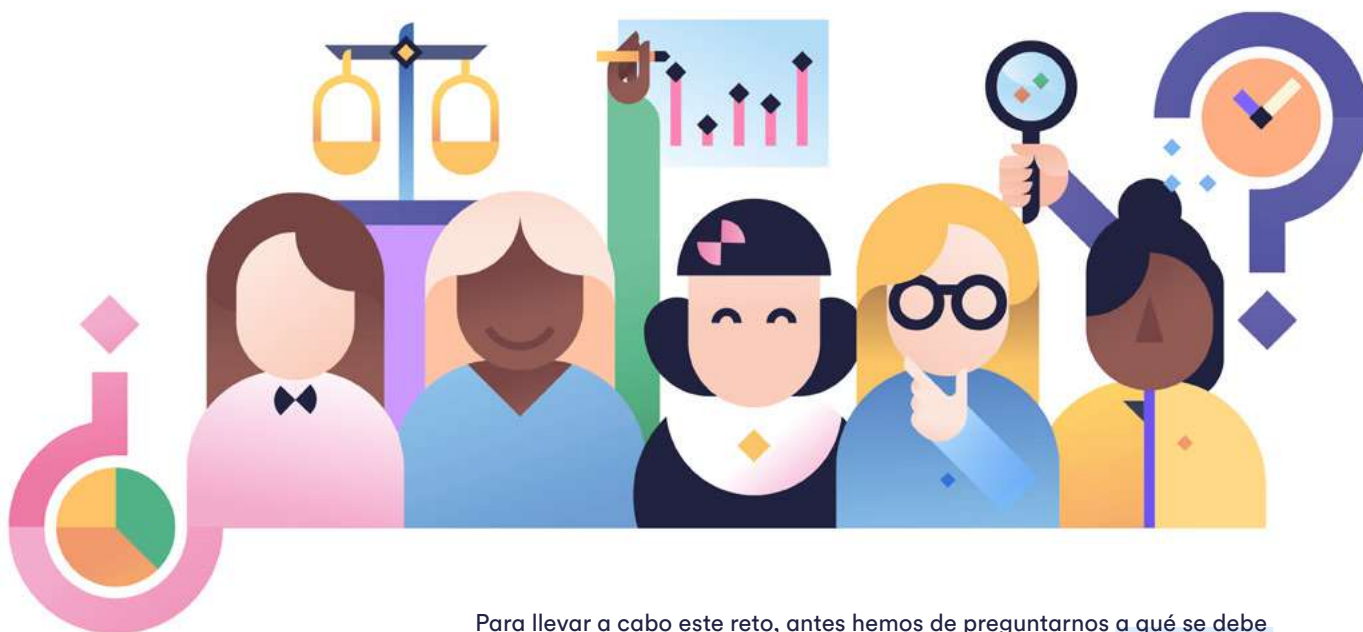
### Perfil de los más de 260 mil conductores y taxistas colaboradores:





65

Si la movilidad es un agente transformador en las ciudades y nosotros tenemos presencia en más de noventa en el mundo. ¿Por qué no facilitar entonces que el transporte sea una alternativa de ingreso para las mujeres que viven en ellas? Seguro que estás pensando lo mismo que nosotros: no hay motivos para no hacerlo y sí muchos para poner en ello todo nuestro empeño.



Para llevar a cabo este reto, antes hemos de preguntarnos a qué se debe la baja participación de la mujer en este sector. Los motivos pueden ser muchos: el contexto socioeconómico, la percepción de seguridad, el acceso a un vehículo propio en ciertos países, el rol social de la mujer... Diferentes realidades que estamos dispuestos a transformar desde que nos comprometimos con esta causa en 2019. En 2020 el COVID ha impactado más en algunos colectivos y muchas de las mujeres conductoras han tenido que ocuparse de sus hijos o de personas dependientes.

En esta situación era necesario comprender cada mercado para conseguir mejorar nuestros datos en los países donde operamos con estrategias adaptadas a cada realidad. En el caso de Colombia, hemos optado por un programa de referidos, en España, junto con los gestores de flotas, nos hemos unido al [Programa Incorpora de la Caixa](#) y en Argentina nos aliamos con [Mujeres al Volante](#) para un proyecto conjunto que arrancará en 2021. Queda mucho por hacer, pero sabemos que es solo cuestión de tiempo que todo nuestro trabajo vea sus frutos.



Tener en cuenta la legislación de cada país es imprescindible a la hora de intentar cambiar las cosas. Nos gusta hacerlo bien. En el caso de las personas sordas, éstas pueden dedicarse profesionalmente a la conducción en países de Latinoamérica como Argentina, Brasil, Chile o Colombia. En España, sin embargo, aún no es posible. Lo que tenemos claro es que, cuando la ley lo permita, estaremos preparados. En 2020 hemos optimizado nuestra app para adaptarla a todas las personas con discapacidad auditiva. Por ejemplo, un conductor ya tiene la opción de elegir si prefiere recibir notificaciones de voz o mediante vibración y también puede definir si, en lugar de recibir llamadas del pasajero, quiere comunicarse a través del chat.

# 66

## Pasajeros seguros

Normalmente, cuando nos desplazamos de un sitio a otro el recorrido es un mero trámite; lo que tenemos en mente es llegar cuanto antes y seguros. En Cabify, sin embargo, queremos que los pasajeros disfruten del viaje; que, además de seguros, se sientan cómodos y se despreocupen. Queremos ser para ellos un paréntesis dentro de una ajetreada rutina, brindarles una ocasión para disfrutar de las vistas de su ciudad y de su emisora favorita. Para lograr todo esto, lo primero que tenemos que hacer es escucharlos.

Tanto los socios conductores como los pasajeros pueden contactarnos mediante:



También tenemos disponible un asistente virtual llamado Abi que, gracias al uso de inteligencia artificial, nos ayuda a agilizar las respuestas a nuestros usuarios. A lo largo de 2020, Abi gestionó 85.811 solicitudes de conductores colaboradores y resolvió 49.881 dudas de pasajeros.

En total hemos recibido 97.000 tickets de socios conductores en España y más de 200.000 tickets de pasajeros, herramientas como las anteriores hicieron posible que, de todas las incidencias recibidas este año, el 95% recibiera una respuesta en menos de 24 horas y el 78% se resolvieran dentro de este plazo. La mayoría de ocasiones (72%) no es necesario que el usuario reabra la incidencia y consecuentemente el índice de recomendación NPS de los socios conductores y pasajeros es del 25,17.

67

### Tiempo de respuesta de las dudas recibidas en 2020

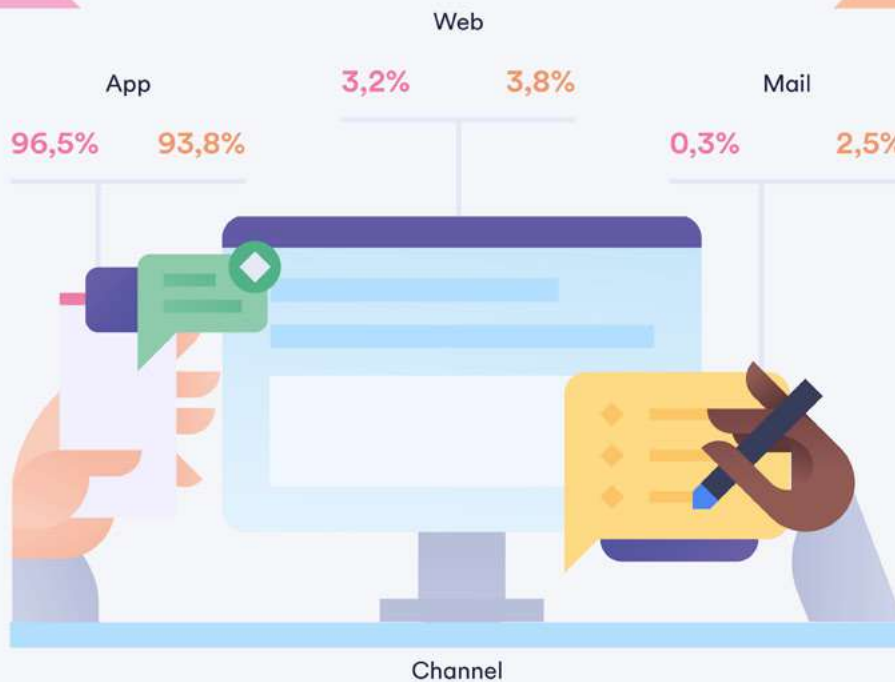
España

Latinoamérica

14.496

Media contactos al mes

45.513



86,0% resueltas antes de 48h

86,4% resueltas antes de 48h



Media 30,07h



Media 31,7h

78,1% resueltas antes de 24h

Resolución (horas)

78,9% resueltas antes de 24h

# 68 ~



## Quejas recibidas en 2020 a través de los diferentes canales

	Conductores		Usuarios	
	España	Latinoamérica	España	Latinoamérica
<b>Cargos o facturas</b>	23.93%	22.44%	43.91%	38.59%
<b>Cuenta / Métodos de pago / Descuentos</b>	4.90%	22.63%	7.50%	8.83%
<b>Problemas relacionados con el viaje del Pasajero</b>	5.55%	1.49%	14.12%	17.50%
<b>Dudas sobre Cabify</b>	4.05%	13.68%	8.26%	9.16%
<b>Problemas relacionados con el viaje del Conductor</b>	27.11%	5.16%	3.51%	2.33%
<b>Error en el sistema/App</b>	4.58%	3.53%	1.38%	2.30%
<b>Redes sociales</b>	6.28%	2.17%	0.01%	0.02%
<b>Coronavirus</b>	2.42%	1.63%	1.07%	1.00%
<b>Tickets Informativos</b>	4.31%	0.99%	0.53%	0.58%
<b>Conducta Inapropiada</b>	1.65%	1.09%	1.32%	1.55%
<b>Problema no encontrado</b>	4.57%	1.30%	1.87%	1.49%
<b>Pagos y Fraude</b>	0.17%	0.13%	0.41%	0.64%
<b>Spam</b>	0.74%	0.59%	0.05%	0.11%
<b>Apple Store</b>	1,14%	1,27%	0,04%	0,11%
<b>Duplicados</b>	5.52%	16.09%	12.00%	11.34%
<b>Cumplimiento legal</b>	0.30%	0.01%	0.00%	0.00%
<b>Otros</b>	2.79%	5.80%	4.02%	4.45%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%

En la tabla anterior podemos ver que un porcentaje muy bajo de las consultas recibidas en 2020 fueron en relación al COVID. Esto es algo de lo que estamos especialmente orgullosos porque pusimos mucho empeño en sensibilizar e informar a nuestros usuarios sobre este tema desde el inicio de la pandemia. Nos enfocamos de forma prioritaria en transmitirles certeza y tranquilidad poniendo en marcha planes y protocolos de comunicación adaptados a las medidas de aislamiento y restricciones de movilidad aprobadas en los diferentes países y regiones donde operamos.

**Informamos sobre cada paso que dábamos en pro de garantizar la seguridad y paliar los efectos de la pandemia.**

Y realmente fueron muchas: iniciativas en términos de seguridad (Security Pioneers), contribución social (Social Contributors), mejoras en la calidad del servicio, recomendaciones sanitarias, nuevas categorías (Cabify para Héroes o Envíos)... Cada nueva medida era una pequeña conquista para todos que debíamos compartir.

69

## Las empresas también se mueven

Este ha sido un año extremadamente difícil para las empresas grandes y pequeñas de todos nuestros mercados y, más que nunca, sentimos la responsabilidad de ayudarles en todo lo posible. Adaptando nuestro producto a la nueva situación global, pudimos ofrecerles un servicio con estrictos protocolos de higiene y seguridad para que sus empleados pudieran viajar siempre con seguridad. Por su parte, nuestra nueva categoría Envíos ayudó a las empresas a reaccionar ante un nuevo mundo físicamente distanciado, ofreciendo entregas inmediatas y profesionales.

**Para cualquier negocio, definir una estrategia de movilidad en un contexto como el actual no solo es algo rentable, sino también necesario. Con Cabify para empresas, compañías y autónomos acceden a tarifas competitivas y tienen a su disposición una serie de herramientas que les permiten gestionar y controlar el gasto.**



70 

Sabíamos que el COVID imponía necesidades diferentes, por eso nos centramos en reforzar la seguridad, manteniendo los estándares de calidad y reforzando nuestra propuesta de valor:



### Cabify Envíos

Esta propuesta ha sido especialmente necesaria cuando cada vez más negocios encontraron dificultades para hacer llegar sus productos a los clientes debido a las restricciones de movilidad.<sup>52</sup>

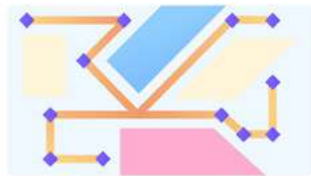


### Vales Cabify

Las empresas tienen la posibilidad de comprar una cantidad de vales y dárselos a sus clientes o empleados para que éstos puedan desplazarse hasta sus oficinas. Esto es algo que facilita la celebración de eventos privados y que contribuye a la fidelización de los empleados.



Antes



Después

### Rutas Compartidas

Esta funcionalidad nos ha permitido agrupar viajes de empleados de una misma compañía reduciendo el kilometraje hasta en un 70% (menos km recorridos es igual a menos emisiones y menos congestión en las ciudades). Reducimos la huella de carbono entre el 20% y el 40%, en una ruta de tres viajeros combinada en un vehículo similar. Además, ayudamos a las empresas a reducir sus costes un 48%.<sup>53</sup>



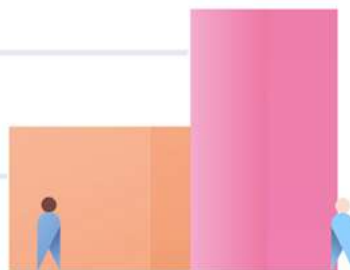
### Help center para administradores en la app

En octubre lanzamos el módulo “administrador de empresas” dentro del centro de ayuda de nuestra app y web. En él, nuestros clientes corporativos pueden ver temas relacionados con facturas, pagos, altas y bajas de usuarios u otras reclamaciones comunes.

España  
> 26.000 empresas

Latinoamérica  
> 14.000 empresas

Clientes España  
y Latinoamérica



### Compensación de la huella de la movilidad

Ya te contamos que compensamos todas nuestras emisiones pero, además, hemos querido ir un paso más allá. Somos pioneros en el desarrollo de un sistema automatizado para la emisión de certificados de compensación de carbono y está destinado a los usuarios de Cabify para empresas. Este certificado incluye información de los proyectos a los que se destinan los fondos, del hash blockchain de la transacción, de la cantidad exacta de CO<sub>2</sub> compensada y de los kms a los que corresponde. Gracias a esto, las empresas pueden conocer al detalle el impacto climático de los viajes realizados por sus empleados o clientes.

**La seguridad en el terreno de la salud ha sido la prioridad y el gran reto de este año, pero no hemos dejado atrás el refuerzo de la comunidad que hemos construido gracias a nuestros principios éticos. Nos seguiremos adaptando para ofrecer las mejores alternativas de movilidad y no vamos a perder de vista que el camino correcto pasa por la cercanía, la escucha y la transparencia. En Cabify queremos que todos disfruten del viaje; da igual el lugar que ocupen dentro del vehículo.**

## 2.3

# Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo

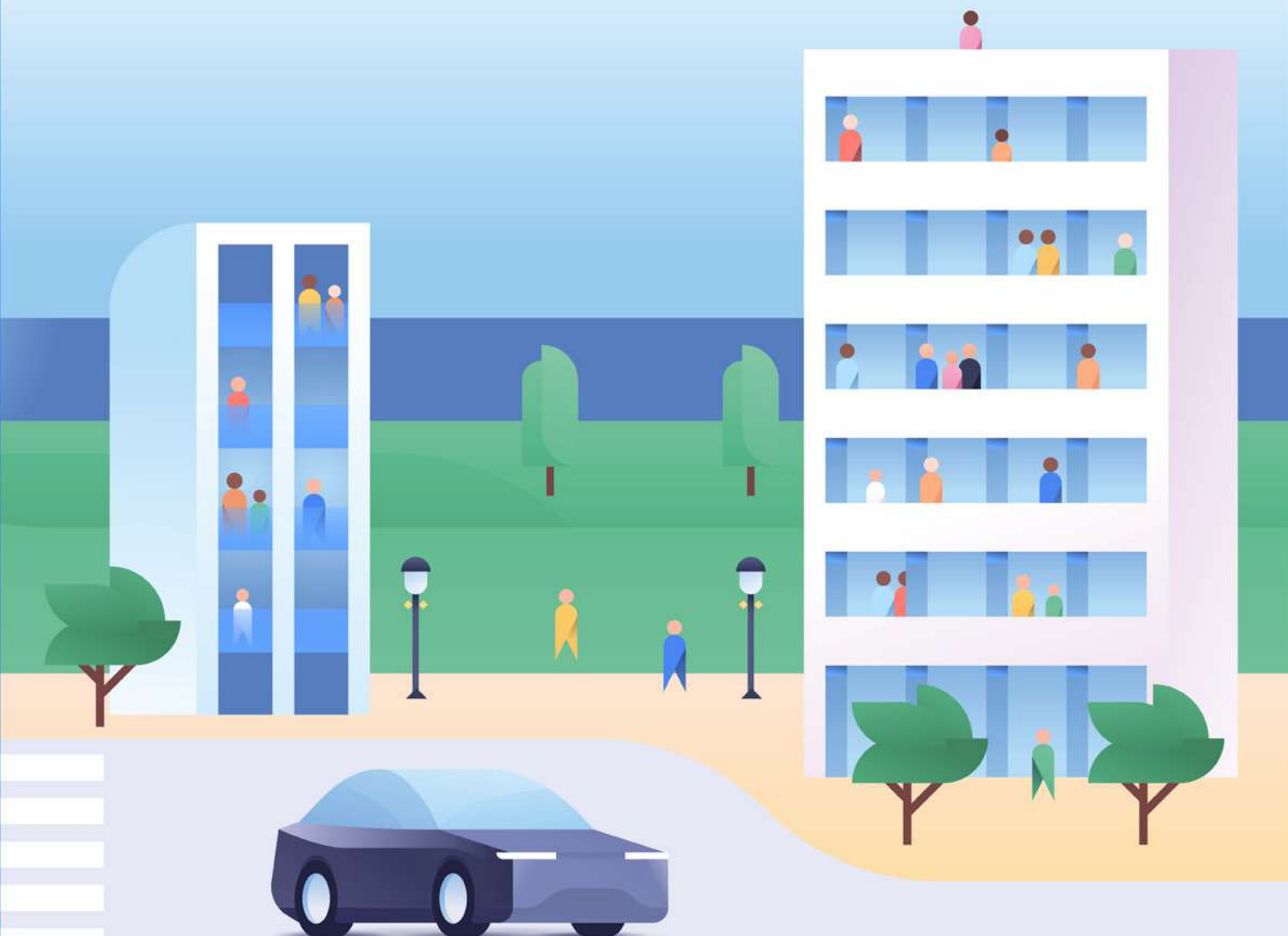
Así somos	73	La energía para llegar a la meta; mirando por nuestros empleados	81
Todos igual de diferentes: promoviendo la diversidad	79	Pisando el acelerador; adaptándonos al COVID	92



72

Esa joven que cada semana llevaba la compra a los más mayores de su edificio para que no tuvieran que salir, ese vecino que animaba el aplauso de las ocho con un espectáculo para los balcones de alrededor, ese enfermero que después de doblar turno sacaba un rato para llamarte y decirte cómo seguía tu familiar, ese amigo que te notaba deprimido y te mandaba un paquete sorpresa a casa, esa compañera que aprovechaba las videollamadas para sacaros una sonrisa a todos... Si duda el año 2020 lo han salvado las personas. En Cabify, ya sabíamos que en nuestro equipo **está nuestra esencia; simplemente lo hemos reafirmado.**

Para nosotros, las personas en las que ponemos el foco a diario no son solo las que nos eligen para moverse por la ciudad. Son también nuestros empleados, los cuales permiten con su talento y dedicación que la compañía siga creciendo adaptándose a situaciones tan complejas como la que nos ha tocado vivir este año.





# Así somos

73 

- 
- 01.  **Actúa como co-propietario** 

Siéntete orgulloso de lo que has ayudado a crear

---

  - 02.  **Mejora nuestras ciudades** 

Nuestra misión es tener un impacto positivo en ellas

---

  - 03.  **Confía, comunica y desarrolla** 

Juntos llegamos más lejos

---

  - 04.  **Innova e impulsa el cambio** 

Así es como se generan las oportunidades

---

  - 05.  **Analiza y simplifica** 

Aborda el problema desde la raíz y sin perder el foco

---

  - 06.  **Contribuye y comprométete** 

No pierdas nunca de vista el porqué de las cosas

---

  - 07.  **Produce un impacto** 

Busca siempre el valor añadido

---

  - 08.  **Sé humilde y positivo** 

Aprende de los errores
-

# 74

## Así nos ven

Creemos que el mejor reflejo de nuestra organización son las opiniones de nuestros empleados. Al ver que la mayoría de ellos recomiendan Cabify como una buena empresa para trabajar, sabemos que lo estamos haciendo bien.

### Resultados del NPS<sup>54</sup>



*Cabify es para mi una gran familia, somos todos muy cercanos, estamos todos integrados y cada paso que damos, lo damos juntos.*

*Los principios de la empresa se ven en cada colaborador y eso hace que sea una empresa digna de recomendación.*

*Es una empresa donde puedes proponer, crecer y además tiene un equipo humano excelente que hace que te sientas feliz trabajando en ella.*

*No hay un día en el que no aprendas algo.*

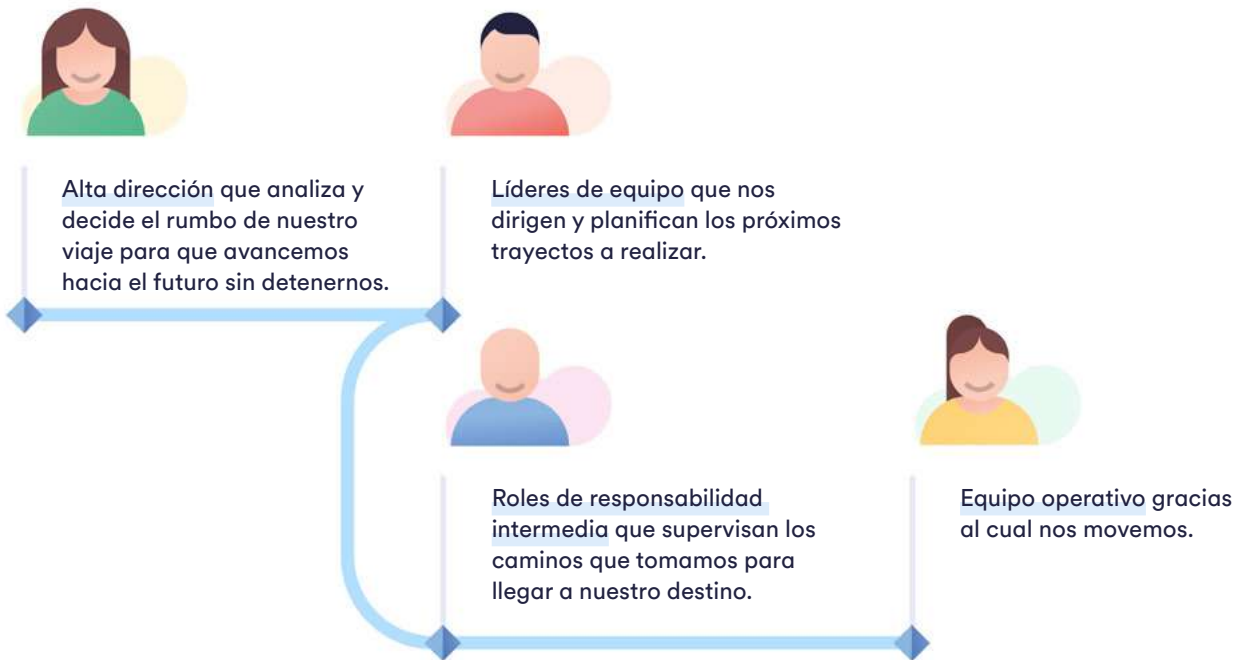
# 75

## Así nos organizamos

**Conoces el resultado, pero ¿sabes cómo lo hacemos? Si alguna vez te has preguntado cómo nos organizamos en Cabify, en estas líneas está la respuesta.**

Lo que comenzó como una metodología de trabajo del equipo de Ingeniería y Producto, desde 2019 es el modo de proceder en diferentes departamentos dentro de la compañía. Segmentamos nuestros proyectos por audiencias (socios conductores, pasajeros, empresas...) y a partir de ahí nos organizamos en equipos multidisciplinares. Esto nos permite ver un mismo problema desde diferentes puntos de vista y atajarlo teniendo en cuenta todos ellos. De esta forma, logramos una mayor agilidad a la vez que evolucionamos con el producto y crecemos profesionalmente.

Cada uno de nosotros tiene un papel dentro de la compañía, pero todos vamos en la misma dirección. Nuestra estructura se compone de:



Dentro de esta estructura, apostamos por un **liderazgo local** porque creemos que es clave que los altos mandos pertenezcan a aquella comunidad con la que están trabajando.<sup>55</sup> Otro punto muy importante dentro de nuestra estructura es la estabilidad y por eso proporcionamos empleos de calidad.

**99% de contratos indefinidos<sup>56</sup> en España y un 98% en Latinoamérica, números que mantenemos desde 2019.**

Tipo de contrato	España	%	Latinoamérica	%	Total	%
<b>Indefinido</b>	440	99,77%	414	96,28%	854	98,05%
<b>Temporal</b>	1	0,23%	16	3,72%	17	1,95%
<b>Total</b>	<b>441</b>	<b>100%</b>	<b>430</b>	<b>100%</b>	<b>871</b>	<b>100%</b>

# Diferentes generaciones trabajando por un mismo objetivo

76

## Distribución total de la plantilla por generación y género

### Generación X: 68 (7,81%)

Marcados por la necesidad de adaptarse a las nuevas tecnologías

España: 45 (10,20%)

9 ♀ 36 ♂

Latinoamérica: 23 (5,35%)

17 ♀ 6 ♂

### Generación Z: 104 (11,94%)

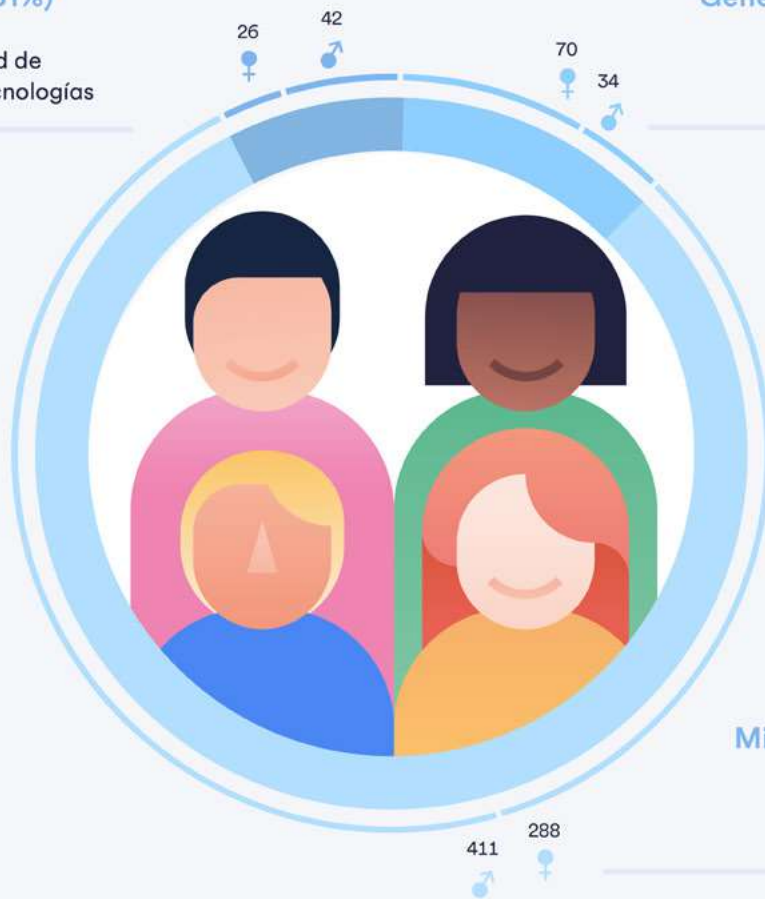
Marcados por la expansión masiva de Internet

España: 16 (3,63%)

6 ♀ 10 ♂

Latinoamérica: 88 (20,47%)

64 ♀ 24 ♂



### Millenials: 699 (80,25%)

Marcados por el inicio de la digitalización

España: 380 (86,17%)

128 ♀ 252 ♂

Latinoamérica: 319 (74,19%)

160 ♀ 159 ♂

# Trabajando por la igualdad de género

77

## Distribución total de la plantilla por género

Mujeres: 384 (44,09%)

Hombres: 487 (55,91%)

España: 143 (32,43%):

Sector tecnológico en España  
32% de mujeres (por encima  
de la media Europea (30%)  
y de la mundial (20%))

Latinoamérica: 241 (56,05%)

27,51% más de mujeres,  
incrementando el % de mujeres  
en todas las categorías  
salvo en Alta Dirección

España: 298 (67,57%)



Latinoamérica: 189 (43,95%)



Plantilla total 871 (21,15%)

Brecha Latinoamérica: 430 (-27,15%) Brecha España: 441 (52,01%)

-37% 2020

2019

+10% 2020

2019

78

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

#### Alta dirección: 26 (2,99%)

#### Directivos: 90 (10,33%)

España: 20 (4,54%)

4 ♀ 16 ♂

Latinoamérica: 6 (1,40%)

0 ♀ 6 ♂

154 ♀  
241 ♂

4 ♀ 22 ♂ 18 ♀ 72 ♂

España: 59 (13,38%)

10 ♀ 49 ♂

Latinoamérica: 31 (7,21%)

8 ♀ 23 ♂

121 ♀  
239 ♂

#### Puestos operativos: 395 (45,35%)

#### Mandos intermedios: 360 (41,33%)

España: 119 (26,98%)

56 ♀ 63 ♂

Latinoamérica: 276 (64,19%)

185 ♀ 91 ♂

España: 243 (55,10%)

73 ♀ 170 ♂

Latinoamérica: 117 (27,21%)

48 ♀ 69 ♂

♀ Mujeres    ♂ Hombres

🇪🇸 España    🇱🇹 Latinoamérica

# Todos igual de diferentes: promoviendo la diversidad

79 

En Cabify tenemos muy claro que las diferencias enriquecen y por eso nos encanta tener un equipo diverso. [La Política de Diversidad, Igualdad y Respeto de Cabify](#) garantiza la tolerancia cero ante cualquier acto discriminatorio y considera la diversidad un valor que fomenta la creatividad y la innovación en la empresa.



## Promoviendo la igualdad de género




Nos hemos organizado en dos comités formados por miembros voluntarios: el [Comité Global de Diversidad e Igualdad de Género](#) y el [Comité de Mujeres en Producto](#).

Actualmente en España tenemos a más mujeres en las categorías de Alta Dirección, Mandos Intermedios y Puestos Operativos de las que teníamos en 2019, gracias a las diferentes iniciativas que hemos llevado a cabo en 2020 para impulsar la igualdad de género.

En España presentamos nuestro Plan de Igualdad para el periodo 2020/2022 que queremos adaptar también al resto de nuestras sedes incluidas aquellas en las que no se requiere legalmente. El Comité Global de Diversidad e Igualdad de Género es el que vela por su cumplimiento a través de medidas como el seguimiento del número de mujeres en puestos directivos, la revisión del lenguaje inclusivo en las ofertas de empleo o la integración de un módulo relacionado con la igualdad en el proceso de onboarding de la compañía.

Puesto que somos una empresa tecnológica, surgió un comité más específico para abordar la igualdad en este campo. Aunque sabemos que estamos por delante de otras compañías del sector en este ámbito, queremos hacer aún más. El Comité de Mujeres en Producto, llevó a cabo una serie de acciones encaminadas a seguir creciendo con un equipo diverso. Por ejemplo, nos enfocamos en dar visibilidad y fomentar las publicaciones escritas por mujeres en [el blog de producto](#).

Además de estas iniciativas, a lo largo de 2020 hemos realizado talleres y conferencias sobre igualdad de género en nuestras oficinas de Buenos Aires, Lima y Montevideo. También nos unimos al proyecto del Pacto Mundial de Naciones Unidas [Target Gender Equality](#), que establece objetivos para las empresas relacionados con la presencia de mujeres en puestos directivos.

80 



## Trabajando por la inclusión

En Cabify creemos en las ciudades sin barreras y esto lo aplicamos también a nuestra plantilla. Por este motivo apostamos por la inclusión de las personas con discapacidad en el mercado laboral. Actualmente contamos con tres miembros en nuestra plantilla con algún tipo de discapacidad. A comienzos de año, iniciamos una colaboración con la [Fundación Prodis](#)<sup>57</sup> y gracias a su esfuerzo, pudimos incorporar a Javi en nuestra plantilla, a través del Programa Empresa. Aunque los efectos de la pandemia no nos lo han puesto fácil, queremos que este número siga creciendo en 2021 tanto en España como en Latinoamérica. Para ello colaboramos con el programa INSERTA de la ONCE a través de la plataforma [Portalentos](#). En nuestras oficinas contamos con una rampa para personas con movilidad reducida y ascensores con inscripciones en braille. ¡Y seguimos implementando mejoras!

**Si te estás preguntando qué más hacemos para ser inclusivos en Cabify, la respuesta está en la actitud: tratamos las situaciones cotidianas con la mayor normalidad posible y con un poco de humor.**



**Nuestros empleados se toman muy en serio nuestra política de diversidad; este año no hemos recibido ningún caso de discriminación interna y esto es porque todo el equipo comparte los mismos valores y tiene claro los beneficios de una comunidad diversa.**



# La energía para llegar a la meta; mirando por nuestros empleados

81 

A principios de 2020, llevamos a cabo una serie de revisiones salariales y la retribución fija de la plantilla se vio incrementada en promedio en un 7,24% en España y en un 8,34% en Latinoamérica.

## Recompensando la excelencia

**Pese a las dificultades con las que hemos tenido que lidiar este año, seguimos mejorando nuestras prácticas retributivas.**

Asimismo, tenemos una nueva política de revisión salarial y promoción en la que los mandos intermedios tienen más peso en la toma de decisiones, hemos lanzado una nueva política de Stock Options<sup>58</sup> ampliando la lista de beneficiarios y se han ajustado las bandas salariales en los diferentes países adaptándonos a sus políticas.<sup>59</sup>

Además, aunque nos queda mucho por hacer, la brecha salarial entre los diferentes niveles de la compañía se ha reducido en 2020 en nuestros puestos directivos (12.11 puntos) y mandos intermedios (3,61 puntos) en España, así como en los puestos operativos (1,4 puntos) y directivos (2,75 puntos) de los países de latinoamérica en los que estamos presentes.<sup>60 61</sup>



### Salarios promedio en España (en euros)

	Mujeres	Hombres	Promedio	Brecha
Alta dirección	95.174	132.799	125.274	28,33%
Directivos	64.700	65.618	65.463	1,40%
Mandos intermedios	41.578	45.340	44.210	8,30%
Puestos operativos	26.294	29.353	27.913	10,42%

### Salarios promedio en Latinoamérica (en USD)

	Mujeres	Hombres	Suma total	Brecha
Alta dirección	—	95.837	95.837	—
Directivos	53.265	51.531	51.978	-3,36%
Mandos intermedios	23.855	26.449	25.385	9,81%
Puestos operativos	7.742	9.697	8.387	20,16%

# 82

## Salarios promedio en España por generación (en euros)

	Mujeres	Hombres	Suma total	Brecha
Generación X	37.183	61.686	56.786	39,72%
Generación Z	23.501	32.880	29.363	28,53%
Millennial	39.529	48.999	45.809	19,33%
<b>Total</b>	<b>38.709</b>	<b>49.990</b>	<b>46.332</b>	<b>22,57%</b>

## Salarios promedio en Latinoamérica por generación (en USD)

	Mujeres	Hombres	Promedio	Brecha
Generación X	19.670	40.582	25.125	51,53%
Generación Z	7.105	10.352	7.991	31,36%
Millennial	13.840	25.005	19.405	44,65%
<b>Total</b>	<b>12.463</b>	<b>23.638</b>	<b>17.375</b>	<b>47,28%</b>

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

	Sexo	% Incremento	Promedio salario	Ratio Max VS Promedio
España	Mujer	9,35%	\$47.463,05	5,42
	Varón	6,28%	\$60.857,25	
	<b>Total</b>	<b>7,24%</b>	<b>\$56.654,62</b>	
Latinoamérica*	Mujer	6,77%	\$11.964,90	7,93
	Varón	10,13%	\$20.314,70	
	<b>Total</b>	<b>8,34%</b>	<b>\$15.861,47</b>	
<b>Suma total</b>		<b>7,91%</b>	<b>\$31.868</b>	



Internamente, las decisiones se toman de forma democrática; realizamos encuestas de manera recurrente donde el equipo puede proponer, opinar y votar.



















En España tenemos un ratio de compensación fija total anual de 5,42. Esto significa que el salario de nuestro CEO es 5 veces mayor al del promedio de los empleados<sup>62</sup> (11,48 veces el sueldo de un trabajador de Nivel 1). En Latinoamérica<sup>63</sup>, el trabajador de mayor sueldo tiene un ratio de casi 8 con respecto al promedio salarial de todos los países Latinoamericanos (18,82 veces el sueldo de un trabajador de Nivel 1).

Todas las personas que componen nuestra plantilla están cubiertas por las condiciones mínimas que recoge cada convenio colectivo<sup>64</sup> de aplicación. Entre todos los que formamos parte de Cabify, construimos una cultura colaborativa en la que respetamos el derecho a la asociación y a la negociación colectiva.



## Más allá del sueldo

En Cabify los beneficios forman parte de la compensación total de nuestros empleados. Uno de nuestros objetivos es crear un ambiente motivador en el que el equipo trabaje a gusto; para eso es imprescindible tener en cuenta aspectos tan importantes como la salud o la conciliación familiar. Este año se han mantenido la mayoría de los beneficios que se disfrutaron durante el año anterior:

- |   |   |   |
|---|---|---|
|  <p>Programa de retribución flexible (ticket restaurante, guardería, transporte y seguro de salud).*</p> |  <p>Seguro médico opcional, con las mismas coberturas para familiares.</p>                                 |  <p>Crédito mensual de viajes para testear el servicio y la aplicación (Journeys for All)</p>        |
|  <p>Descuentos especiales en BIVE*</p>   |  <p>Bajas por enfermedad complementadas al 100%.</p>   |  <p>Horario flexible de entrada y salida.</p>  |
|  <p>Café gratis en todas nuestras oficinas y espacio de “Kantina” para el autoconsumo.</p>               |  <p>Programa de fidelización para recompensar a los empleados que llevan más de dos años con nosotros.</p> |  <p>Ampliación excepcional de días libres para descanso (cotizado al 100% y retribuido al 50%).*</p> |
|  <p>Dos días de teletrabajo a la semana y trabajo en remoto para algunas áreas y posiciones.*</p>        |  <p>Jornada intensiva todos los viernes, el 24 y 31 de diciembre y en los meses de verano.*</p>            |  <p>Medio día libre en el cumpleaños del empleado o de sus hijos.*</p>                               |
|  <p>Un día libre por el matrimonio de un familiar directo.</p>   |  <p>Dos días extra de vacaciones en Navidad.*</p>  |  <p>Servicio de biblioteca.*</p>   |
|  <p>Envío de regalo por nacimiento de hijos o matrimonio.</p>  |  <p>Descuentos y promociones en gimnasios y otras empresas locales.</p>                                    |  <p>Semana extra 100% retribuida en caso de nacimiento o adopción.</p>                               |

\*Solo disponible en España.



En 2020, en España se amplió el permiso de paternidad a 12 semanas y a partir del 1 de enero de 2021 ambos progenitores pueden disfrutar de 16 semanas de permiso. A este periodo, Cabify añade una semana más. Aunque en Latinoamérica hay una gran diferencia con España respecto a los permisos parentales, en Cabify se mejoran estas licencias a través de políticas internas.

Por ejemplo, en Argentina<sup>65</sup> Cabify cuenta con dos políticas más flexibles a las estipulaciones de ley con el objetivo de que los empleados puedan contar con una mejor conciliación de vida profesional y personal. En Perú y en Ecuador, Cabify ofrece dos días adicionales al permiso de paternidad.

En el año 2020, hubo un total de 26 personas que fueron padres o madres en España y 16 en Latinoamérica.

### Permisos de maternidad y paternidad

	España		LATAM	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Licencias mejoradas por Cabify	Si		Si	
Permisos disfrutados en 2020	4	22	7	9

### Otros permisos\*

	Mujeres	Hombres
Excedencia por cuidado de menores	1	—
Reducción de jornada por cuidado de menores	1	1
Permiso extraordinario de descanso	1	2

\*Información de España

85

Por otro lado, en Cabify siempre hemos tenido muy presente lo importante que es mantener unos estándares de seguridad en el terreno laboral y por eso durante dos años consecutivos en España recibimos la bonificación estatal correspondiente a las empresas que utilizan medidas preventivas para reducir la siniestralidad en los centros de trabajo.<sup>66</sup>

Este año en España solo hemos registrado un accidente sin baja de una trabajadora.<sup>67</sup> Si en los años anteriores el Índice de Absentismo por Accidentes de Trabajo era bastante bajo con respecto a los datos del sector, durante el año 2020 este dato fue del 0%. El índice de siniestralidad del sector es de 0,58.<sup>68</sup> Respecto a la tasa de absentismo general, a continuación se puede observar el nº total de incapacidades temporales en función del tipo de ausencia que ha habido en 2020 en España.

### España

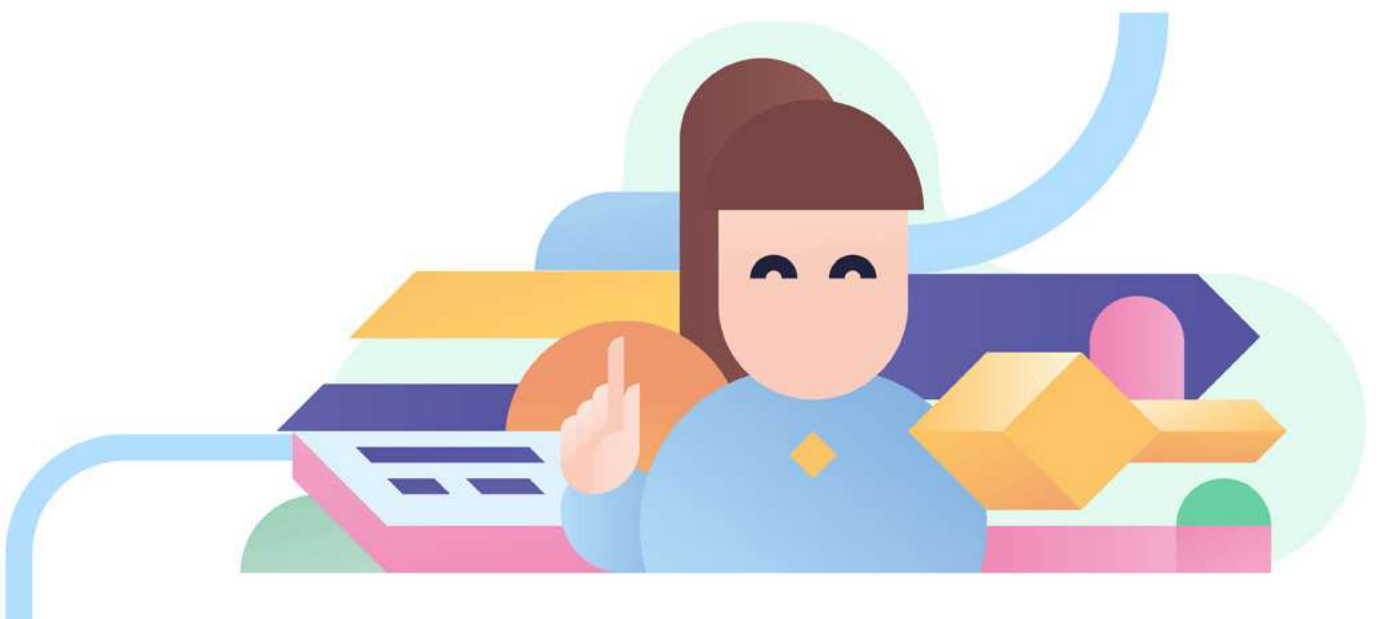
	Mujeres	Hombres	Total
Total trabajadores en It por Enfermedad	13	9	22
Total trabajadores en It por Accidente Laboral	5	5	10
Total trabajadores en It por Nacimiento (Total)	4	22	26
Total trabajadores en It por Recaída Enfermedad	2	0	2
Total trabajadores en It por Nacimiento (Parcial)	0	4	4

	España		Latinoamérica		% Bajas laborales
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	
Accidentes	1	0	1	0	0,22%
Enfermedades profesionales	0	0	11	7	4,88%



## Creemos juntos: formación y desarrollo profesional

Para todos los que formamos parte del equipo Cabify es fundamental aprender durante el camino que nos lleva a lograr nuestros objetivos. Por eso, durante 2020 hemos fortalecido las estrategias de talento.



A través del programa interno Cabify Campus, seleccionamos a empleados de nuestra compañía expertos en habilidades estratégicas para el negocio y les pedimos que las transmitieran al resto de compañeros. Compartir el conocimiento interno es algo que consideramos fundamental. Estas sesiones fueron impartidas en formato e-learning durante la pandemia y a día de hoy las mantenemos con el propósito de ampliarlas a los equipos de Latinoamérica en 2021.

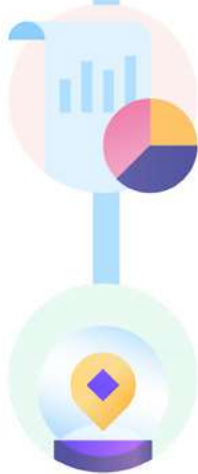


Hemos seguido desarrollando procesos destinados a evaluar el talento de nuestros empleados que nos permiten orientar mejor las acciones de aprendizaje y desarrollo dentro de la organización. Un ejemplo de ello es la Performance Review, con la que recibes feedback tanto de tu manager como de dos de las personas que más trabajan contigo en el día a día.



Una gran apuesta este año ha sido el Plan de Carrera. En este proyecto transmitimos lo que supone cada nivel jerárquico de la organización alineándonos con nuestros principios. Para poder adaptarnos a cada uno de nuestros empleados, hacemos primero un rastreo de talento dentro de un proceso que llamamos Talent Mapping y en función de los resultados adaptamos este Plan de Carrera a cada uno de ellos.

87



Estas iniciativas se han puesto en marcha a nivel global, pero durante 2020 también se han realizado acciones formativas puntuales para reforzar y ampliar conocimientos específicos. Este año en España se han impartido 2205 horas de formación, lo que supone una media de 4 horas y media por empleado. En Latinoamérica se llevaron a cabo un total de 6.193 horas de formación, una media de 14 horas por empleado.

Llevamos a cabo una capacitación online obligatoria de Ética y Compliance. El objetivo de esta formación ha sido seguir trabajando para ser una organización ética, transparente e inclusiva que cuenta con la representación de todos los colectivos. Queremos que todos los empleados compartan los compromisos y principios de la empresa y de esta forma minimizar al máximo los casos de mala práctica ética.

### Horas de formación en España divididas por categoría profesional y género

	Mujer			Hombre			Total	
	Plantilla	Total horas	horas/Mujer	Empleados	Total horas	horas/Hombre	Plantilla	Total horas
Alta dirección	4	13.5	3.38	17	51	3.00	21	64.5
Directivos	14	65	4.64	60	203.5	3.39	73	268.5
Mandos intermedios	78	335	4.29	202	890.5	4.41	280	1225.5
Puestos operativos	64	305	4.77	77	342	4.44	141	647
<b>Total</b>	<b>159</b>	<b>718.5</b>	<b>4.52</b>	<b>356</b>	<b>1487</b>	<b>4.18</b>	<b>514</b>	<b>2205.5</b>

### Horas de formación en España divididas por generación y género

	Mujer			Hombre			Total	
	Plantilla	Total horas	horas/Mujer	Empleados	Total horas	horas/Hombre	Plantilla	Total horas
Generación X	11	56	5.1	43	202.5	4.7	54	258.5
Generación Z	7	27.5	3.9	13	54.5	4.2	20	82
Millennial	141	635	4.5	300	1230	4.1	440	1865
<b>Total</b>	<b>159</b>	<b>718.5</b>	<b>4.5</b>	<b>356</b>	<b>1487</b>	<b>4.2</b>	<b>514</b>	<b>2205.5</b>



Todos estos procesos tienen como objetivo crear mejores profesionales y por eso van alineados con una política de movimientos internos que fomenta que las nuevas vacantes que surgen en la compañía sean cubiertas por los empleados que ya forman parte de la misma, proporcionándoles así oportunidades de crecimiento.

## Las políticas que nos guían

Con un equipo grande pasa lo mismo que con las ciudades: es necesario establecer un orden y unas normas que favorezcan el respeto y la convivencia.

A principios de año teníamos activas diferentes políticas para facilitar el desarrollo de nuestra actividad:

Política de seguridad de equipos móviles

Política Medioambiental y de Seguridad y Salud Laboral

Política de Uso de Cuentas Personales y Corporativas

Políticas Trayectos Intercompany

Política de anticorrupción

Política de movimientos internos internacionales

Política Antifraude

En 2020 hemos lanzado las siguientes:

Política de viajes

Política de revisión salarial y promociones

Procedimiento de viajes

Política de conflicto de Intereses

Política de organización y tiempos de trabajo

Procedimiento de compra de activos para empleados

Política de movilidad interna

Política de vuelta a la oficina

Procedimiento de solicitud de periodo excepcional de descanso

Política de excedencias

En Cabify tenemos un Canal Ético interno en el que de manera anónima y confidencial recibimos denuncias internas (37 en 2020), las estudiamos y tomamos las acciones necesarias para resolverlas. En este canal también se reportan casos de fraude o corrupción.<sup>69</sup>



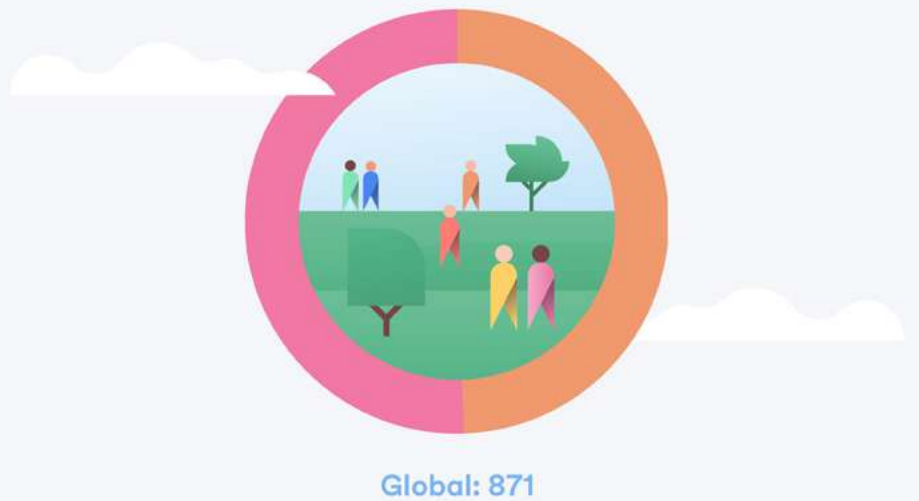
## Afrontando situaciones difíciles

Hay ocasiones en las que mirar por el conjunto de la plantilla implica tomar decisiones difíciles. En Cabify trabajamos adaptándonos al cambio de forma continua porque consideramos que es el camino correcto para crecer y seguir avanzando. Hay veces que esto conlleva que reorganicemos la forma en la que trabajan los equipos y también su dimensión.

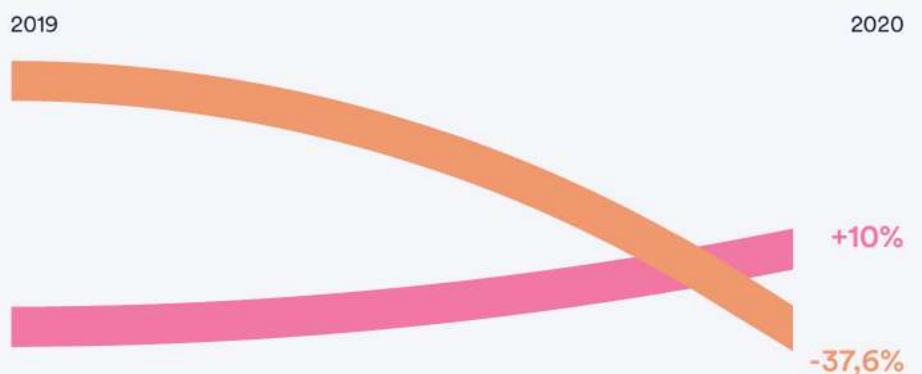
Cuando esto ocurre, lo primero que hacemos es buscar una reubicación interna, pero no siempre es posible. Hemos cerrado el año con un 10% más de personas en nuestro equipo de España y Global; sin embargo, en América Latina nuestra plantilla se ha visto reducida en un 37,6%. Esta reducción ha estado marcada en cada momento por la legislación vigente en cada país.<sup>70</sup>

España: 441 (50,63%)

Latinoamérica: 430 (49,37%)



### Fluctuación de nuestro equipo en España y Latinoamérica 2019-2020



 España  Latinoamérica

90

## Contrataciones, desvinculaciones y rotaciones de la plantilla a nivel global

### Contrataciones: 168

España: 84  
20 ♀ 64 ♂

Latinoamérica: 84  
41 ♀ 43 ♂

107 ♂  
61 ♀



### Desvinculaciones involuntarias: 207

España: 6  
2 ♀ 4 ♂

Latinoamérica: 201  
97 ♀ 104 ♂

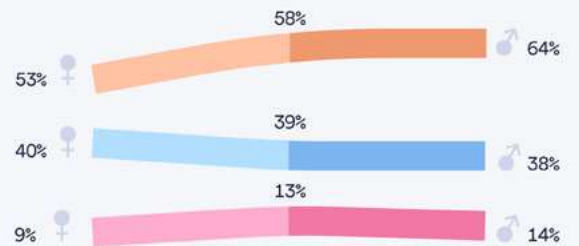
### Desvinculaciones voluntarias: 189

España: 47  
10 ♀ 37 ♂

Latinoamérica: 142  
76 ♀ 66 ♂

86 ♀  
103 ♂

### Rotación\*: 39%



\*Incluye ceses voluntarios e involuntarios

♀ Mujeres    ♂ Hombres

■ Total    ■ España    ■ Latinoamérica

91

## Ceses involuntarios por género, clasificación profesional y generación

Desvinculaciones involuntarias: 207

### Por generación

Generación X: 13



Generación Z: 45



Millennial: 144



### Por clasificación profesional

Alta dirección: 2



Mandos intermedios: 30



Directivos: 6



Puestos operativos: 169



👩 Mujeres   👨 Hombres

🇪🇸 España   🇱🇹 Latinoamérica



# Pisando el acelerador; adaptándonos al COVID

92 



**En Cabify siempre hemos intentado adaptarnos a las condiciones de nuestro entorno; al fin y al cabo, las ciudades para las que trabajamos cambian y se desarrollan cada día. Esta capacidad de adaptación se ha puesto este año especialmente a prueba con la aparición de la crisis sanitaria. No ha sido fácil, pero sabemos que, a pesar de todo, hemos salido reforzados a como equipo.**

Aunque ahora nos parece algo muy lejano, si echamos la vista atrás recordamos cómo a principios de 2020 todo eran planes, objetivos y ganas. En poco más de dos meses todo cambió: el mayor reto pasó a ser adaptarse a una situación que era nueva para todos. El 13 de marzo, después de realizar satisfactoriamente un piloto unos días antes, toda la plantilla de Cabify recibió un comunicado: era nuestro último día en la oficina. Pasábamos a trabajar en casa.

## A distancia pero conectados



Ya habíamos teletrabajado.<sup>71</sup> Sin embargo, nunca tuvimos que hacerlo el 100% de la plantilla y de forma continuada. Cuando sucedió, echamos de menos esos momentos de oficina en los que un compañero nos provocaba a todos un ataque de risa y nuestro característico afterwork de los jueves. En cualquier caso, había que acostumbrarse y el equipo de People se puso a trabajar a un ritmo frenético para facilitar la transición de los empleados a esta nueva realidad laboral. Se facilitaron documentos informativos sobre el entorno en el que nos movíamos y una guía de buenas prácticas de teletrabajo. Seguíamos al pie del cañón.



Por otro lado, el confinamiento ha sido especialmente duro para aquellos con niños en casa. Afortunadamente, en Cabify gozamos de esa flexibilidad tan necesaria en estos momentos. En septiembre con la apertura de los colegios, surgieron nuevos problemas así que pusimos en marcha un programa de préstamos de equipos informáticos para que los niños en edad escolar pudieran seguir las clases de forma virtual en caso de contagio y, como nos pareció una buena idea y tuvo buena acogida, finalmente ampliamos la medida a todos nuestros empleados.



La compañía sabía que eran momentos muy duros y por eso se ofreció apoyo económico a los empleados con circunstancias más complicadas a través de anticipos.

## Más cambios

La situación se alargaba y la reducción de la movilidad impactó de lleno en el negocio. Llevamos a cabo un ERTE en España y se redujeron las jornadas laborales en el resto de países. Nuestro equipo directivo se redujo de forma voluntaria su salario durante los meses más complicados de la pandemia llegando en algunos casos a disminuciones de más del 70%.

También se adaptaron los planes de retribución variable dirigidos al equipo comercial para que, a pesar de la dificultad de la situación, nuestros empleados continúen motivados para alcanzar los objetivos. Desde el primer momento hubo transparencia en relación a la gestión de la crisis provocada por el COVID.

Todo esto hizo más llevadera la situación, pero hubo un factor decisivo que nos ayudó a todos a sobrellevar el día a día.

## Un equipo unido a pesar de la distancia

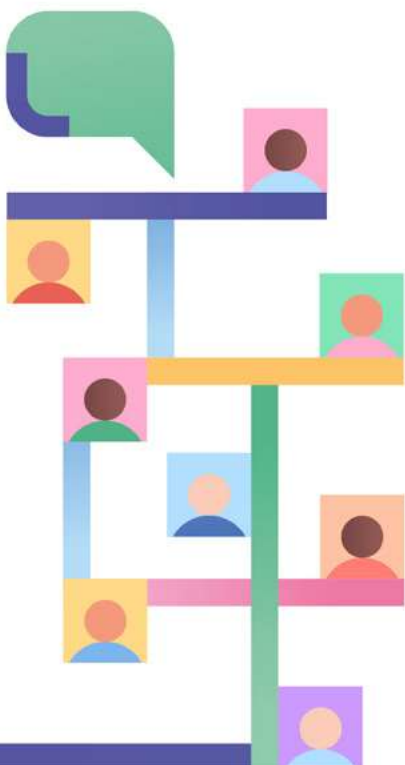
Uno de los mayores riesgos de la pandemia era perder la cercanía y por eso pusimos en marcha una serie de iniciativas para vencer la distancia que imponía la pantalla. Hubo grandes ideas en el equipo que consiguieron sacarnos a todos más de una sonrisa y con las que pudimos sobrellevar anímicamente la situación.

Por ejemplo, bajo el hashtag [#SomosCabify](#), cada semana realizábamos vídeos con una temática diferente (música, deporte, niños, viajes...) que nos llevaban a conocernos más entre nosotros y a sentirnos más cerca.

De forma paralela, se creó el canal de comunicación [#WeAreTogether](#) dedicado a poner en común descubrimientos, risas y anécdotas que nos ayudaran a salir de la rutina.

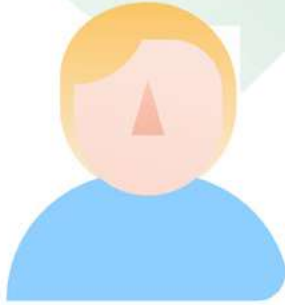
También tuvimos clases de yoga online para relajarnos y compartir un momento juntos fuera de la rutina laboral.

Además, la salud de las personas que trabajan en Cabify siempre ha sido una prioridad y para garantizarla en esta situación se activó el programa [Solidarify](#) que ofrecía apoyo emocional y psicológico a los compañeros que más afectados podían estar por la situación que estábamos atravesando (aislamiento, dificultades psicológicas, problemas de salud propios o de familiares, etc).



94

*“La campaña SOMOS, en la que tuve la suerte de trabajar, me sirvió para estrechar lazos con mis compañeros. Tuve la oportunidad de charlar con ellos y conocer mejor su día a día. Recuerdo ese ambiente de ayudar y aportar tu granito de arena como algo muy positivo pese a la inestabilidad de la situación. Nos movíamos en un clima de solidaridad que personalmente nunca había experimentado antes.”*



Álvaro



Lluis

*“Empecé a trabajar en Cabify en enero de 2020. Me trasladé a Madrid y mi mujer y mis hijos se quedaron viviendo en Asturias. Cuando en marzo quise volver, las autoridades sanitarias me recomendaron que me quedase aislado durante dos semanas. La situación fue muy dura y el canal #wearetogether me ayudó mucho psicológicamente a sobrellevarla.”*

*“Cuando nos confinaron en casa y no podíamos ir a la oficina, todas las tardes teníamos un breve status con el equipo y era el mejor momento del día. Dejar de ver a las personas con las que compartes más horas que con nadie a lo largo de la semana fue duro pero esos 15 minutos al inicio de la jornada nos ayudaron a mantener el contacto, a recuperar algunas risas y a vernos y sentirnos más cerca.”*



Norma

*“Nunca antes nos habíamos enfrentado como equipo a una adversidad tan grande. No sabíamos qué iba a pasar pero fue mágico sentir a todo el equipo tan cerca a pesar de la distancia. Esto fue el resultado del maravilloso trabajo de engagement que se hace internamente en Cabify. Especialmente recuerdo los videos de “Somos” como mucha ilusión ya que nos proporcionaban un entretenimiento extra en una situación tan difícil.”*



Natalia

95 

**Volvimos a la oficina de forma escalonada, con un modelo dividido en dos equipos que trabajaban de forma presencial en semanas alternas.**

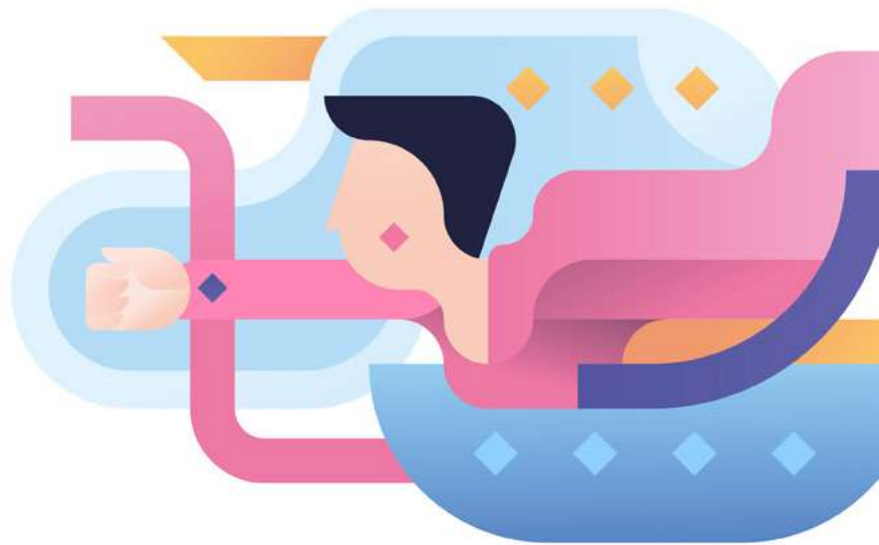


## Nuestra nueva normalidad

Pasaron los meses y, afortunadamente, la situación sanitaria mejoró. Era el momento de volver poco a poco a las oficinas, pero había mucho por hacer. La prioridad era la seguridad de todos los empleados; esto pasaba por controlar el aforo, señalar las áreas comunes, habilitar zonas para comer con espacio interpersonal y reforzar las medidas de higiene y distancia social. Desde diferentes áreas establecimos protocolos internos de actuación en todos los centros de trabajo que incluían la detección y comunicación de contagios en casos de sospecha de COVID.

También se facilitó a aquellas personas que quisieran ir fuera del periodo asignado un formulario para solicitarlo. En todo momento hubo un registro de asistentes actualizado. Como resultado de todo este trabajo AENOR ha certificado las buenas prácticas en la gestión del COVID en nuestras oficinas en España.

De forma paralela, durante 2020 desarrollamos una política de desconexión digital.<sup>72</sup> Debido a la situación del trabajo en remoto, nuestro objetivo prioritario en 2021 es adaptarla a la regulación vigente del teletrabajo publicada por el Gobierno de España a finales de 2020.



**En definitiva, el 2020 ha sido uno de los años más difíciles que hemos atravesado en Cabify a nivel profesional y personal. Sin embargo y a pesar de todo, decidimos quedarnos con lo bueno: con las oportunidades que han surgido de trabajar con otros compañeros en diferentes proyectos, con cambios en nuestro servicio que llegan para quedarse, con un sentimiento de equipo reforzado y con el orgullo de haber podido ayudar a los que más lo necesitaban.**

**Pero sobre todo, la pausa a la que nos hemos visto obligados por la pandemia nos ha hecho reflexionar y valorar lo verdaderamente importante: que somos personas y que juntos podemos superar cualquier reto.**

96



## Notas al pie

34. Desde el 23 de marzo al 17 de mayo

35. El estudio de Ingeniería Social donde se muestran estos cálculos se puede descargar aquí <https://ingenieriasocial.es/por-que-calcular-el-valor-social-integrado/>

36. 25% de descuento en nuestro servicio

37. 20% de descuento en nuestro servicio

38. Este préstamo tenía un período de gracia de 5 semanas y un pago en 3 meses con una tasa efectiva mensual del 4%

39. Lana es una plataforma de pagos y servicios financieros para que los trabajadores de aplicaciones puedan manejar mejor su dinero y tener acceso a los servicios que necesitan.

40. Reducción de la comisión al 5%.

41. Esta equivalencia es información propia del Banco de Alimentos en la web: <https://www.donar.bamadrid.org/donaci%C3%B3n-de-alimentos>

42. Servicio activo en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, México, Uruguay, España y Brasil.

43. En España se han realizado más de 11 millones de viajes, en los que hemos trasladado a más de 2 millones de personas gracias a más de 4 mil socios taxistas y conductores.

44. El certificado de AENOR de protocolos frente al COVID es un aval externo de idoneidad y efectividad de las medidas aplicadas por las organizaciones frente al coronavirus. La metodología desarrollada por AENOR está basada en las recomendaciones de organismos nacionales e internacionales, que supone un abordaje completo de la gestión por las organizaciones de los riesgos derivados del COVID, con un completo registro de campos como salud y seguridad laboral, limpieza, formación, gestión de residuos, riesgos específicos de las organizaciones, y se alinea con la revisión de sus planes de contingencia y continuidad de negocio.

45. Chile no contaba con ese procedimiento en 2019. Brasil lo delega a instancias gubernamentales como parte de la solicitud del carnet para este tipo de servicios.

46. En Ecuador, por disposición legal y en Uruguay actualmente no disponemos de este servicio

47. Para evitar contactos indeseados, el número que el pasajero verá para

comunicarse con el conductor antes del trayecto será el de un intermediario.

48. En todo momento respetamos el derecho a la privacidad y la protección de datos de los pasajeros colaborando con empresas locales especializadas

49. Actualmente este sistema está activo en Argentina, Chile, Perú y Colombia.

50. En el período de Octubre a Diciembre de 2020

51. En España Cabify presta un servicio de intermediación para la reserva de vehículo de conductor. Cabify tiene contratos de prestación de servicios para el transporte de terceros con empresas que cuentan con licencias VTC.

52. El servicio de Envíos PyL para empresas se lanzó en España el 8 de abril y se activó a empresas de los segmentos SMB y Micro. A las empresas grandes se les comunicó esta opción y podían escoger activarla si así lo requerían.

53. Fuente: <https://revistatravelmanager.com/cabify-empresas-lanza-un-servicio-de-trayectos-compartidos-corporativos/>

54. *Net Promoter Score* es una herramienta para medir la lealtad de los clientes de una empresa, respondiendo a la pregunta ¿Cuán probable es que recomiende la empresa a un familiar o amigo? Bajo una escala del 1 al 10. Para obtener el resultado se restan los detractores ( han puntuado 6 o menos) a los promotores (9 o 10 puntos), este resultado se divide entre el total de respuestas y se multiplica por cien. El índice NPS puede ser tan bajo como -100 (todo el mundo es un detractor) o tan alto como 100 (todo el mundo es un promotor). Un NPS superior a 0 se percibe como bueno y un NPS de 50 es excelente.

55. En España el 90% de la alta dirección pertenece a la comunidad local y en Latinoamérica un 100%.

56. Contratos indefinidos a tiempo completo. Durante 2020 solo hemos tenido 3 personas con contrato a tiempo parcial, una de ellas de prácticas que después ha sido contratada de manera indefinida.

57. Su misión es contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad intelectual, apoyando y promoviendo su plena inclusión

58. Las stock options son un derecho a comprar un cierto número de acciones de la compañía

59. En España, el salario anual bruto de los

empleados está por encima de lo que marca el convenio colectivo para cada categoría.

60. La brecha salarial de Alta Dirección (quitando C-Level: (CEOs, CFO y CTO) es de 11,8% (95.174 USD en mujeres y 106.407 USD en Hombres).

61. Durante 2020, se ha realizado un ejercicio de ajuste de niveles y categorías con respecto a 2019. Mientras en 2019 se reportó el nivel L3 como un Puesto Operativo, este 2020 se reporta dentro de la categoría Mando Intermedio. La nueva distribución queda así: L1-L2 Puestos Operativos, L3-L4 Mandos Intermedios, L5-L6 Directivos, L7-L8 Alta Dirección.

62. Los máximos directivos de las empresas del IBEX 35 cobran de media 123 veces más que el salario medio de sus empleados, según el informe de Oxfam Intermón.

63. Los CEO de las 350 compañías más grandes del mundo reciben salarios 278 veces más altos que la media de sus empleados, según un estudio del [Economic Policy Institute](https://www.economicpolicyinstitute.org/)

64. Nuestro convenio es el de Consultoría y Estudios de Mercado.

65. Permiso de paternidad: La ley ofrece 2 días y la empresa da 5 días (retribuidos). Permiso de maternidad: El beneficio se otorga en la posibilidad de volver con una jornada reducida (con salario proporcional a esa jornada) y la posibilidad de ir incorporando más horas de trabajo hasta completar las 09 hs hasta el año del bebe.

66. Para los ejercicios 2019 y 2020 el Consejo de Ministros acordó suspender esta bonificación.

67. Según los datos facilitados por la Mutua de Accidentes de Trabajo y Enfermedades.

68. Fuente: [Fremap](https://www.fremap.es/)

69. Durante 2020 no hemos recibido ninguna denuncia por vulneración de derechos humanos.

70. En Cabify respetamos el período mínimo establecido por ley para informar al personal sobre los cambios en sus condiciones contractuales. En función de la regulación de cada país, este período varía entre una y tres semanas.

71. Esta práctica se llevaba a cabo en España

72. Un tema regulado en España a través de la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal y Garantía de los Derechos Digitales



# 3.0

# Un viaje rentable; nuestro desarrollo económico

Nuevos retos,  
nuevas rutas 102

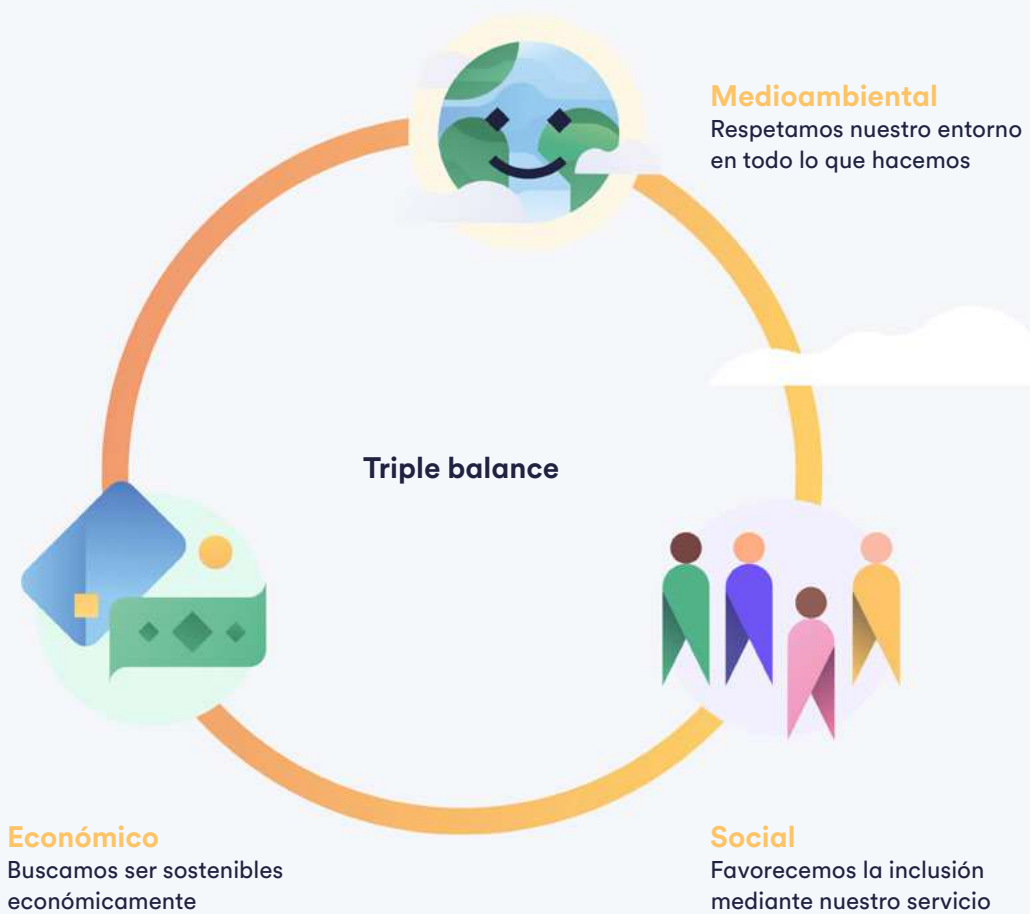
---

Siempre transparentes;  
lo que ves es lo que hay 104

---



Todos los que formamos Cabify trabajamos con un objetivo en mente: mejorar la calidad de vida de las ciudades impulsando el progreso económico y social. Para lograrlo, apostamos por un modelo de gestión de triple balance:



Y es que somos conscientes de que el crecimiento de Cabify no solo nos beneficia a nosotros como empresa, sino a toda la comunidad que nos rodea: a los conductores y taxistas colaboradores, a nuestro equipo y a aquellos que nos utilizan para moverse por la ciudad. Por este motivo, cuando llega el momento de hacer balance, no perdemos de vista esta responsabilidad.



## El impacto económico del COVID

Más allá del impacto sobre la vida de millones de personas en todo el mundo, la pandemia del nuevo COVID también ha supuesto un duro golpe para la evolución de la economía a nivel global.<sup>73</sup>

El contexto ha sido complejo pero en Cabify, veníamos de cerrar nuestro mejor año en 2019. En el último trimestre de 2019 alcanzamos la rentabilidad presentando a nivel consolidado un ebitda<sup>74</sup> positivo de 4 millones de dólares y en España logramos la rentabilidad en el ejercicio completo. Esta base sólida nos ha permitido superar los momentos más difíciles dedicando recursos a mejorar la calidad y seguridad de nuestro servicio, incluso durante los meses más duros.

Cada ciudad tiene su energía y en función del país la tasa de recuperación está siguiendo su propio ritmo, pero de media se ha recuperado un 75% de la demanda. Como compañía, hemos sido capaces de adaptarnos a cada momento, previendo los movimientos y necesidades de la demanda en cada mercado donde operamos.

El ritmo de las ciudades se ralentizó y, como consecuencia, también la demanda de nuestros servicios.

### España

Según cifras oficiales en España, el confinamiento y las restricciones hicieron que la demanda de servicios de transporte disminuyera casi un 50%.<sup>75</sup> A partir del mes de marzo, todos entendimos que teníamos que quedarnos en casa, incluso muchos de nosotros, que nos dedicamos a la movilidad. Reaccionamos rápidamente minimizando nuestros costes de forma eficiente, pero lo sucedido en nuestro entorno tiene su reflejo en el comportamiento de nuestro negocio.



#### Importe neto de la cifra de negocios\*



\*Datos de MMS y Negocio Ride Hailing<sup>76</sup>

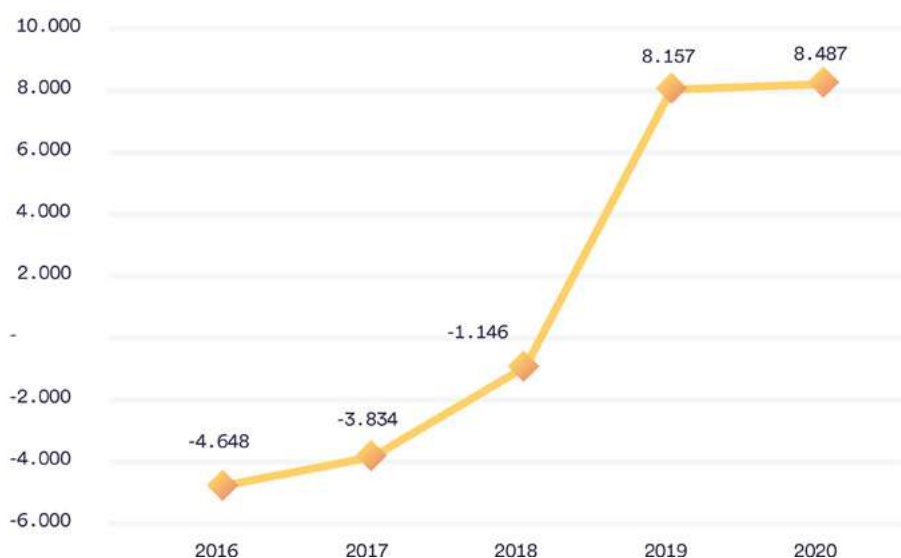


### Resultado bruto de explotación vs. INCN\*



### Resultado de explotación + Amortización de inmovilizado

### Resultado bruto de explotación\*



El Instituto de Crédito Oficial (ICO) puso a disposición de empresas que lo solicitaran (y cumplieran ciertos requisitos), líneas de financiación para paliar los efectos del COVID 19 en los negocios más afectados. Cabify en España solicitó esta ayuda de circulante que le fue finalmente concedida en el segundo trimestre de 2020.

\* Datos de Cabify España S.L

## Valor económico distribuido

101 

La contribución fiscal de Cabify en 2020 ha superado los 14 millones de Euros en todos los mercados en los que opera. Debido a la caída de facturación producida por los confinamientos y medidas restrictivas de la movilidad, se ha ralentizado la tendencia de años anteriores de incrementar la recaudación por Impuestos Indirectos (IVA) e Impuestos sobre Sociedades (IS).

Esta situación también se ha traducido en una menor contribución fiscal en las distintas filiales pese a una notable mejora en el último trimestre del año. A pesar de esto, se ha mantenido la recaudación por el IRPF retenido a los empleados del grupo.

De este modo, la recaudación realizada por las entidades españolas ha ascendido a 8,8 Millones según el siguiente detalle<sup>77</sup>:

### España<sup>78</sup>

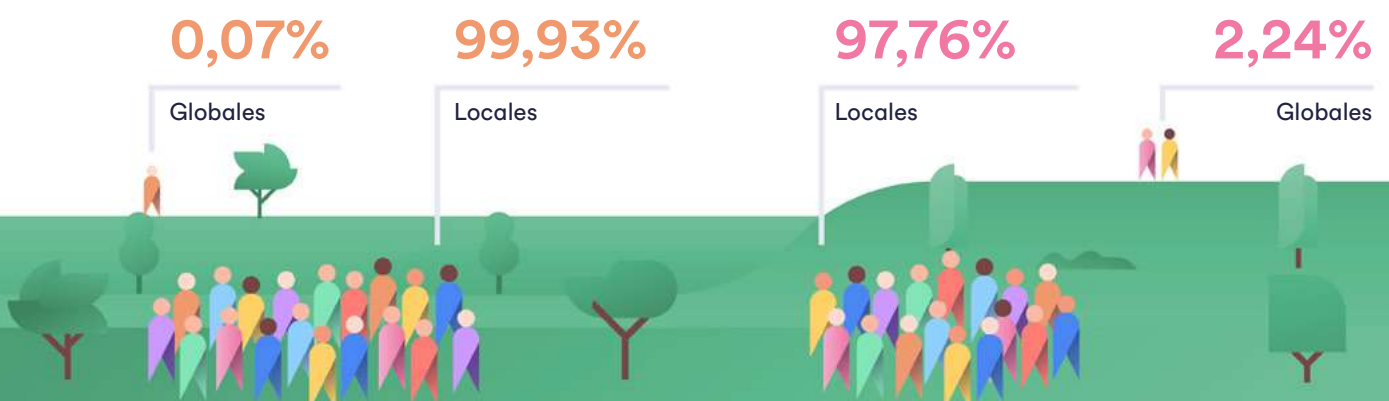
	2016	2017	2018	2019	2020
IRPF y SS	4.421.839 €	4.257.763 €	5.914.814 €	8.319.156 €	8.202.186 €
IVA ingresado	—	59.416 €	2.078.048 €	4.268.306 €	608.259 €
Impuesto sobre Sociedades	—	—	—	322.839 €	—
<b>Total</b>	<b>4.421.839 €</b>	<b>4.317.179 €</b>	<b>7.992.862 €</b>	<b>12.910.301 €</b>	<b>8.810.446 €</b>

### Latinoamérica

	2019	2020
<b>Total</b>	<b>14.771.754</b>	<b>5.582.280</b>

 España  Latinoamérica

Otra forma de contribuir con el desarrollo económico de las comunidades donde tenemos presencia, es la contratación de proveedores locales. Tanto en España como en Latinoamérica más de un 97% de nuestros proveedores son locales.<sup>79</sup>



## 3.2

## Nuevos retos, nuevas rutas



103



Como ya te contamos el año pasado, en 2019 llevamos a cabo nuestro primer análisis de materialidad<sup>80</sup>, un estudio donde analizamos los temas que más impacto tienen para nosotros y los que más importan a nuestros grupos de interés y que nos permitió desarrollar nuestro Plan Director de Sostenibilidad 2019-2021.

Este año, el COVID ha cambiado las prioridades y expectativas de todos nosotros trastocando todos nuestro esquemas, por lo que hubo que recalibrar este análisis. En Cabify, más que nunca, hemos escuchado a usuarios, socios conductores, empleados, empresas y organismos reguladores para tener presente qué es lo que preocupa a cada uno de ellos con el objetivo de seguir adaptándonos. Para esto hemos echado mano de herramientas internas como el Global Survey<sup>81</sup> o el NPS<sup>82</sup> y, por supuesto, hemos consultado los principales informes e iniciativas que se han llevado a cabo en materia de sostenibilidad económica, social y ambiental. Este es el resultado:

	Usuarios	Empleados	Sociedad <sup>83</sup>
Salud y seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>La prevención del COVID se convierte en prioridad.</li> <li>La seguridad económica también cobra importancia, tanto a nivel conductores y pasajeros como a nivel sociedad.</li> </ul>	Las personas que forman parte de Cabify consideran importante: <ul style="list-style-type: none"> <li>El ambiente</li> <li>El aprendizaje dentro de la compañía</li> <li>La posibilidad de desarrollo interno</li> </ul>	A raíz del COVID han aparecido nuevas tendencias y preocupaciones en la sociedad: <ul style="list-style-type: none"> <li>Demanda de acciones que garanticen la salud y la seguridad de los usuarios en los diferentes medios de transporte</li> </ul>
Medioambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Preocupación por minimizar el impacto medioambiental en las ciudades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La compensación de la huella de carbono de su trabajo.</li> <li>La alineación con expectativas y proyectos internacionales en términos ambientales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumenta la conciencia sobre el impacto de la crisis climática y se apuesta por reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>.</li> <li>Surge la <b>Recuperación verde</b> post Covid</li> <li>Preocupación por la transición energética.</li> </ul>
Ética	<ul style="list-style-type: none"> <li>Importancia del ambiente laboral.</li> <li>Los usuarios buscan fomentar la igualdad de género, la diversidad y la ética en el trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La lucha contra el fraude y la corrupción.</li> <li>La igualdad de oportunidades y diversidad.</li> <li>La privacidad de los datos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se ha fortalecido el papel de las personas como agentes de cambio.</li> <li>La sostenibilidad, la transparencia, la humanización y la flexibilidad son pilares de la nueva cultura empresarial</li> <li>Las alianzas serán esenciales</li> </ul>
Innovación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se busca promover la innovación y el acceso a las nuevas tecnologías.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MaaS (Mobility as a Service)</li> <li>Los nuevos modelos de empresa: flexibilidad y cultura interna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inteligencia artificial para aprovechar el poder de los datos.</li> <li>Reducción del tiempo de viaje y gestión de la congestión.</li> <li>Electromovilidad</li> <li>Cobra importancia el vehículo compartido</li> <li>Auge de la hiper personalización en el transporte</li> </ul>

Ahora toca mirar hacia el futuro y actuar en consecuencia. Por eso durante 2021, como hacemos cada año, seguiremos teniendo en cuenta las necesidades y prioridades de todos aquellos que confían en Cabify para que, juntos, lleguemos más lejos.

3.3

**Siempre  
transparentes;  
lo que ves es  
lo que hay**







**Si has llegado hasta aquí, queremos darte las gracias y la enhorabuena; ya tienes la insignia LPC (Lector Premium y Constante) avalada por el equipo de Cabify.**

Seguro que algunos puntos de nuestra Memoria de Sostenibilidad te han resultado tan interesantes como a nosotros. La hemos hecho con mucho cariño y sin perder de vista estándares internacionales de reporte que nos han servido para contarte, de forma transparente, nuestra contribución a ese concepto del que tanto te hemos hablado en estas páginas: el desarrollo sostenible. Estos estándares son:

**Directrices de la Global Reporting Initiative (GRI)**

Representan las mejores prácticas a nivel global para informar públicamente de los impactos económicos, ambientales y sociales de una organización.

**Cumpliendo estándares**

La legislación vigente en términos de reporte de Información No Financiera Ley 11/2018 del 28 de diciembre

**Pacto mundial de las Naciones Unidas**

Las pautas de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (a la que nos adherimos en 2018) y sus objetivos de la Agenda 2030. En 2020 renovamos un año más nuestro compromiso con esta iniciativa y con sus Diez Principios. En este reporte abordamos los diferentes proyectos llevados a cabo de forma transversal en toda la organización aplicando los Principios del Pacto Global, sirviendo como reporte para la Comunicación de Progreso del Pacto Global.

**El alcance de esta Memoria es el siguiente: en España reportamos la información relativa a 2020 para la sociedad Cabify España S.L<sup>84</sup> y en Latinoamérica la operación de la región como mercado consolidado. Esta Memoria formará parte del informe de gestión presentado ante el Registro Mercantil para MMS.**

106



## Notas al pie

73. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/impacto-economico-del-covid19.html>

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

75. Según las cifras del transporte de viajeros divulgadas por el Instituto Nacional de Estadística (INE) la demanda del servicio de metro en Madrid disminuyó un 48,4 % y el uso del autobús un 45,1% con respecto a 2019.

76. El cálculo del Importe Neto de la Cifra de Negocios, Resultado Bruto de Explotación vs INCN y Resultado Bruto de Explotación incluyen Cabify España

S.L y el negocio de intermediación generado por Prestige y Miurchi.

77. Nota: las cifras aquí mostradas son preliminares. Tras las respectivas auditorías pueden realizarse modificaciones de los datos presentados.

78. Considera los impuestos propios y los recaudados en nombre de terceros e incluye el negocio de intermediación generado por la entidad legal Cabify España S.L. y sus filiales Prestige y Miurchi.

79. Entendemos por proveedor local aquellos con origen y operación en las ciudades donde tenemos presencia.

80. Análisis de Materialidad 2019, 05. Nuestra estrategia de sostenibilidad, página 21.

81. Estudio de tipo ómnibus cuyo principal objetivo es entender cómo nuestra propuesta de valor es percibida por los riders y si está alineada con sus expectativas y necesidades. Esto nos permite tomar decisiones basadas en el conocimiento y la experiencia de forma medible y continuada en el tiempo.

82. Encuesta de satisfacción a empleados.

83. Reguladores, empresas, competencia, principales estándares de sostenibilidad y estudios sectoriales.

84. En España el servicio de intermediación tecnológica de la plataforma se realiza a través de Miurchi S.L, Prestige & Limousine S.L y Cabify España S.L.

# ¡Gracias equipo por este 2020!

107



Emilia, Noussair, Jenny. M, Agustin, Victoria. E, Gina, Crystian. Y, Leidy. A, Carolina, Joan, Rene, Dor, Oscar. L, Luis. E, Francisco. J, Sebastian, Isabella, Andres. F, Jhon. F, John. A, David, Esteban, Oscar, Alejandro. V, Andrea. P, Cristina, Kevin, Helen, Efrain, Jesus. M, Fernando, Miguel Angel, Mauricio, Angie. L, Edsel, Pamela, Luisa. F, Paola, Montserrat, Eliana. M, Matias, Marcelo, Ilaria, Sandro. F, Maria. J, Agustin, Diana. M, Esperanza, Alvaro, Julieta, Santiago, Paula. A, Nelson, Alberto, Luis. C, Santiago, Fernando, Jose. L, Nieves, Daniel, Lorena, David, Alberto, Catalina. F, Jackeline, Laura. A, Paula, Cristian, Maria, Hector. L, Blanca, Alejandra, John. F, Sergio. I, Aditya, Danilo, Andres, Cherly. M, Teodoro, Antonio, Veronica, Johann. S, Johana. M, Andre. E, Veronica. G, Quentin, Fabian. D, Albert, Edgar. L, Pablo, Vanessa, Christian. C, Juan. D, Milagros, Monica, Harold, Mauro, Camilo. A, Carlos. A, Santiago, Stephanie, Santiago, Paula, Gary, Carla, Lucas. D, Beatriz, Duban, Karla. G, Karime, Selene, Paula, Erika, Franco, Montserrat, Alvaro, Jose. I, Maira, Juan. S, Mercedes, Fernando. M, Diego, Andres. S, Maritza, Kelly. J, Augusto, Yesenia, Tayna, Maria, Tania. G, Luis. F, Ludwing, Nathaly, Jairo, Rafael, Jean, Paula. A, Rayo, Oscar. J, Tom, Julio, Juan, Ruben. D, Irene, Iñiqui, Miguel, Carlos, Daniel. M, Ana. T, John, John. A, Lucas, Issac, Luz. M, Rebeca, Felipe. E, Patricia, Jhon, Ricardo, Rosa. M, Alicia. C, Angie. P, Julieth, Alfonso, Edwin. D, Cristina, Fabián. A, Jonathan, Brenda. K, Daniela, Rosa. C, Miguel. I, Maria. C, Leonardo, Lara, William. A, Carlos. A, Angie, Jennifer, Jiseth, Gaston, Lucas, Maria. F, Victor. J, Lucas, Maria, Ruth, Alice. V, Jacobo, Jose. L, Luciano, Liane, Paloma, Leidy. J, Vanessa, Laura. K, Marta, David, Pierre Eze, Hanny, Hector, Laura, Diana. M, Alvaro, Jhonatan. A, Christian, Javier, Pedro, Lidia, Diego. A, Sebastian, Jose. M, Diego. I, Yuli, Alberto, Melissa. M, Juliana, Jenny. K, Jesus, Ricardo. A, Jorge. I, Carlos, Pablo, Johan, Monica. J, Luis. I, Oleg, Deisy. M, Natalia, Gabriel. A, Lelia, Lina. M, Pedro. I, Tania. C, Abel, Vanessa. A, Martin, Camilo, Juan. M, Karen. T, Alejandra, Borja, Laura, Leonor, Carolina, Giselle, Marie, Sergio, Enrique. M, Sonia. M, Monica. V, Wilfrido, Mavel, Jose. G, Cristina, Adryah, Saul, José, Varinia, Manel, Wilson. A, Alejandro, Marcela, Paula. A, Isabel. C, Laura. M, Andre. M, Juan. C, Laura, Arie, Lady. K, Nicole, Ignacio, Isabel, Isaac, Alberto, Nelsy. V, Jessi, Amanda. P, Juanan, Victor. M, Maira, Claudia. P, Anay, Luis. F, Luis. C, Camila, Juan. C, Ignacio, Ana. M, Luiza, Eduardo, Odalis, Adriana, Jorge. J, Manuel, Pablo, Eloi, Yesika, Eduardo, Angel. D, Alba, Felix, Michael. S, Daniel, Nora, Ana. M, Daniel, Anderson. J, Maria. P, Antonio, Moises, Ana. M, Ignacio, Alvaro, Veronica. E, Yury, Henrique, Alvaro, Sandra. P, Ilya, Cesar, Federico, Roberto, Sebastian. D, Laura. M, Jenny. P, Erika. L, Miguel Angel, Jose. I, Enrique, Carolina, Alejandro, Andres, Bruno, Luis. M, Diana. F, Ana. G, Alejandra, Antonio. J, Edwin. Y, Noelia, Alvaro. G, Gabriel. A, Carlos, Rocio. A, Omar. G, Laerke, Vanessa. A, Sebastian. I, Jose. L, Carlos, Andrés, Eliana, Lizvanessa, Oscar. M, Diego. F, Giovanna. J, Rodrigo. J, Daniela, Jesus, Wendy. J, Julian. C, Sharon. G, Katherine, Seidy, Carlos, Francisco. J, Abigail, Marisol, Vanessa, Mariano, Natalia, Kelly. T, Hector, Francisco. G, Vinicius, Philipe, Gonzalo, Jason, Leidy. C, Mariano, Jorge, Maria, Tania, Rodrigo, German, Guillermo, Rosa. M, Stephanie. L, Maria. A, Evelyn, Ana. T, Bruno, Lady, Aldo, Pablo, Victoria, Cinthya. J, Karen. A, Lorena, Andrea, Juan. I, Jaime, Luis. A, Juan. M, Michaelle, Edisson. M, Florencia, Milagros, Javier, Natalia, Gloria. M, Paula. A, Ilse, Juan. S, Carolina, Jose. M, Laura. K, Steven, Andres. C, Jhonatan, Xabier, Sergio, Rafael, Andrea, Darío. O, Sebastian, Rodrigo. A, Yaqueline, Yuly, Andres. F, Julio, Antonio. J, Mariano, Daniela. C, Angela. V, Christian. M, Laura. C, Julián, Eva, Gerardo, Leidy. N, Angie. P, Victor. J, Mercedes, Juliette, Pedro. P, Maria. I, Blanca, Belen, Leonardo. D, Andres, Maicol, Gina. A, Roberto. I, Cinthya. T, Luisa, Willian, Monica. A, Diana. V, Ricardo, Oscar. D, Diego. F, Sebastian. C, Fede,

# 108 ~



Lisabel, Antonio, Brandon, Rocio. P, Paula, Cynthia, Diego, Bibiana, Fernando, Maria. F, Carlos, Mario, Maria, Cristina, Raul, Jacobo, David, Piangella, Kleber, Estefania, Roberto, Juan. D, Daniel, Javier. A, Carolinne, Hernan, Andrea. P, Julieta, Luz. A, Angie. P, Daniela. A, Silvia, Josue, Genesis. O, Carlos, Renny, Jose. I, Constanza, Sara, Elio, Aaron, Juan. S, Agustin, Ricardo, Nathalia, Margareth, Thiago, Luis, Cindy. C, Andrea, Danny. A, Susana, Alejandra, David. A, Carlos, Rebeca, Jaime. D, Victor. M, Melissa, Andrea, Brigida, Fabio. A, Rafael, Leire, Cindy. X, Elizabeth, Jesus, Lucas, Eduardo, Lina. M, Leidy. V, Anguely, Leydi. J, Harvey, Gabriel, Lenilson, Sandra. B, Vanessa, Dana, Tula, Susana. D, Jonathan. C, Mariana, David, Daniel, Hevin, David. S, Raquel, Maria. F, Diego. A, Adriana, Karol. L, Lisette, Camila. A, Maria. J, Lia, Alfredo, Bia, Magdiel, Carlos, Carlos, Alejandra. M, Alejandra, Samara, Giovanni, Armando, Marcela, Jesus. A, Carlos, Alberto, Daryi, Juan. J, Sara. J, Adrian, Gustavo, Kamil, Maria, Jonathan. C, Maria, Juan. I, Isidora, Arturo. A, Veronica, Francisco, Alex, Yineth, Laura. M, Victor, Ana. K, Victoria, Alejandro. E, Lorena, Daniela, Luis, Beatriz, Marcos, Yessica, Jose. L, Marta, Vladimir, Diana. C, Eloy. J, Marta, Cindy. J, Keyvan, Leire, Maria. V, Miriam, Maria. C, Andiry, Laura. C, Mariela, Alberto, Miguel Angel, Adela, Javier, Bruno. R, Vanessa, Robinson, Miguel, Camila, Javier. A, Carlos, Jilber, Arlette, Liliana, Victor, Dioni, Luis. C, Amaury, Laura, Manuel, Klaus, Miguel Angel, Gabriela, Martin, Rodrigo, Johanna, Eloy, Felipe, Teresa, Julio. C, Thiago, Jonathan, Yessica, Carlos, Alejandro, Rodrigo, Nathalie, Oscar, Dahiana, Karen. N, Celia, Diego. A, Alex, Manuela, Jaime, Joao. P, Alvaro, Jhon. A, Angelica, Camila. A, Jehison, Raul, Almudena, Clara, Cristian. F, Mariam, Jeisson, Andrea, Jackelyn, Karolay, Danilo, Alfredo, Matej, Juan. A, Marc, Victor, Maria. C, Sylvia, Gustavo. A, David, Leonardo, Martha. Y, Carolina, Mariana, Yudy, Barbara, Francisco. M, Tomas, Jairo, Julia, Ismael, Ana, Melanie, Diego. S, Guillermo, Willian, Eduardo, Carlos, Elena, Maria. C, Iago. A, Florencia, Olga, Estefany. A, Paulo, Angie. P, Bernardo, Gustavo, Borja, Beatriz, Eveling. Y, Guillermo, Julian, Diego. F, Alvaro, Natalia, Jessica. M, Jorge, Yesica. A, Alison. N, Miguel, Eder, Cesar. A, Katherine, Adriana, Miriam, William, Cristina, Luis, Miguel, Miguel, Jonathan. M, Yessica. J, Fernando, Carolina, Derly. J, Sophia, Juan. A, Luisa. F, Yiceth, Yago, Sandra. E, Guillermo, Yanilu, Adja, Stephanie, Pia, Nil, Ana. S, Nerea, Alberto, Giovanna. I, Jara, Oscar. E, Yolanda, Clara, Francisco. J, Jeison, Pablo, Allison. D, Sergio. I, Andrea, Daniela, Carlos. M, Maria, Miguel, Nicolas, Erika, Angeles, Julio. C, Julio, Jose, Jose, Endika, Nayda, Alejandro, Roberto, Max Lukas, Juan. A, Anderson, Fabio, Arian, Lole, Federico, Elizabeth, David, Viviana, Carlos. A, Laura. E, Alejandro, Jessica. V, Jesus. L, Gina. S, Marta, Julian, Saulo, Celia. M, Sandra. M, Denisse. N, Ilia, Carla. E, Manuel, Tomas, Paco, Giovanni, Marco, William. A, Lucas. E, Jennifer, Fabiola, Oscar, Jonas, Carolina. A, Andres. R, Karen, Esther, Juan, Alberto, Alvaro, Juan. C, Leonardo, Jose. D, Marcelo. A, Magnolia, Elizabeth, Borja, Juan, Alvaro, Scarlet, Andre, Pablo, Gerardo, Ivan. D, Joaquin. N, Enrico, Gonzalo, Ralph, Jorge, Killian, Gina. L, Gema. M, Ronny. A, Carlos, Federico, Luis. M, Brighith. Y, Cristian. D, Luis, Francisco. J, Jeferson, Lucia, Maigo, Ingrid. A, Leonardo. J, Santiago, Pelayo, Carlos. D, Hussam, Beatriz, Solange, Diego, Claudia, Enrique, Francis, Zulvi, Diego. A, Maria. T, Ana, Michelle. S, Michael. Y, Eduardo, Herwing, Carla. C, Natalia, Alejandro, Manuela, Amelyn. C, Marcos, Luisa. F, Luciana, Jonathan, Jhimy, Luis. E, Marianela, Maria. F, Miguel Angel, Sandra. P, Alvaro. A, Javier, Fernando, Cesar, Yaniber, Alejandro, Cristina. D, Antonio, Judy, Nickol, Fatima, Andreas, Alvaro, Aparecida, Nancy, Norma, Jeel, Karen. L, Marina, Dennis. E, Javiera, Juan. J, Brenda. C, Vanessa, Caroline, Carlos. D, Jose, Fabian, Angie. L, Jennifer, Ricardo. M, Constanza, Diego, Mario, Camilo. A, Ever, Daniel, David. A, Leydi. C, Tiago. D, Paula, Marta, Juan. D, Robert, Erika. G, Eduardo,



Virgilio, Tomas, Sebastian, Marcela, Diana. C, Alexandra. V, Yohana, Juanita, Gonzalo, Gaston, Paola, Valeria, Ana. B, Margi, Helene, Maria, Laura, Jaqueline, Yessika. M, Nathalia, Luis. C, Alexandra, Jair, Alejandro, Ludmila, Camilo, Angie. R, Ignacio, Eduardo, Jose. M, Alina. J, Fredy, Simon, Laura. V, Carla, Ana, Brayan. D, Mario, Andrea. L, Heidi, Leonardo. A, Diana, Marco. X, Ruben, Criss, Daniel, Sofia, Pedro, Rosselis, Javier, Dibson, David. A, Miguel, Omar. A, Nicolas. A, Magda, Rebeca, Borja, Jesus. M, Patricia, Camila, Judith, Sandy. I, Diana. M, Luis. G, Catherine, Daniela. A, Gonzalo, Jose Luis, Pilar, Arlette, Miguel. S, Wilson. D, Facundo, Daniel. A, Carlos. A, Julieth. V, Daniele, Martha. A, Juan. F, Esteban, Edison. E, Gremy, Jorge. G, Gloria. M, Yudi. A, Maria. A, Victor, Pablo. S, Martin, Juliana, Maria. M, Angela. M, Arabella, Silvia, Juan, Diana, Ernesto. J, Antonio, Nidia, Carlos. A, Diego. M, Stivenson, Marta. S, Hector, Priscila, Leidy, Marcela, Rafael, Abel, Andres, Miriam, Andersson, Francy. A, Javier, Samuel, Andrea. C, Javier, Angel, Covadonga, David, Lara, Paula, Filipe, Manuel. A, Gonzalo. A, Lourdes, Anna, Maria. A, Jose. A, Carolina, Oriol, Karen. L, Sebastian, Javier, Juan, Cecilia. M, Sindy, Estefani.g, Carolina, Laura, Javier. A, Siyar, Marcos, Nordwald, Daniela. F, Melanie, Tania.e, Daniel, Julieth. V, Manuel, Alejandro, Franco, Sandra, Mario, Yenifer, Victoria, Ricardo, Ana. I, Javier, Irene, Anair. V, Samya, David. F, Izaskun, Eva. E, Alejandra, Jessica. L, Nuria, Constanza, Felipe, Manuela, Roberto, Santiago, Angelica, Ximena, Luis, Gonzalo, Maria, Melizabeth, Dennis, Caroline, Jeremie, Alexandra, Antonio, Lucas, Julian. M, Eduardo. P, Ivan. D, Camilo, Yimer, Karen, Álvaro. J, Jossira, Edurne, Katheryn, Natalia, Paola. A, Joao. C, Alberto, Gina. C, Sebastian. R, Angie. P, Estefania, Leidy, Yeimy. T, Juan. I, Diego, Andrea. E, Maria, Juan. J, Lucas, David, Jose. D, Hiromi, Cristhian. C, Andrea. L, Yeimy. E, Zulma, Mario, Nelsy. Y, Aura, Fabio. E, Sergio. A, Gema. M, Silvia, Claudia. X, Yuliet, Paula, Esteban. A, Joaquin, Marta, Paula, Joao. C, Angie, Nathalia, Pablo, Alvaro, Dante. R, Tomas, David. G, Daniel, Annie, Zuly, Sergio. A, Rafael. I, Yovan, Isaac, Jose, Raquel, Laura. N, Andres, Nicolas, Diego, Erika, Natalia, Luis. F, Lorena. C, Ivan, Gabriela, Maria, Rodrigo, Janeth, Manuel. F, Fernando, Fernando, Denisse. A, Jeronimo, Jose, Guilherme, Martha. P, Johana. P, Dora. E, Fabian, Denisse, Felipe, Danilo, Jonh. F, Saul, Alvaro, Darling, Indriani, Juan. I, Timothy, Angel. F, Maria. I, Santiago, Sheila, Arturo, Juliana, Evelyn. M, Alejandro, Nerlim, Blanca. C, Maira, Naza, Stylianos, Maria, Luis. A, Jabeich, Diego. F, Lorena, Yerel, Maria, Isaías, Alvaro, Carlos. L, Vicente, Rafael, Julia, Luisa. F, Ana. M, David, Bastian, Andrea. M, Gabriel, David. J, Marcos, Karen. J, Ricardo, Liliana, David. J, Julieta, Vicente, Julian. D, Javier, Sergio. A, Alberto, Ernesto, Pedro, Cesar. A, Germán.c, Lara, Larissa, Gabriela. A, Wendy, Laura, Giovanna, Catalina, Víctor. A, Anderson, Francisco. J, Oscar. J, Federico, Edwin, Luis. E, Matias. E, Galo, Pablo, Rodrigo, Arturo, Thiago, Victor. D, Sergio.d, Viviana, Julie. E, Gonzalo, Ivonne, Luis, Angela. J, Elizabeth, Ingrid. C, Jesus, Iñigo, Sandra, Juan. E, Sergio, Edward, Astrid, Cintia, Ivan. D, Alfonso. J, Jairo, Jinneth, Nayibe, Caterine, Juan. M, Alejandra, Deborah, Ricardo, Stephanie, Sharon. W, Jonathan, Johana, Miguel, Ricardo. J, Marcelo, Luka, Carolina, Ramaiane, Guillermo, Stefanny, Valentin, Andres. F, Mariaan, Yellin. D, Tymon, Eduardo, Alfonso, Natalia. S, Victor, Paloma, Brenda, Camilo, Maria, Bania, Juan. F, Diego, Claudia. M, Alane, Elkin, Vanessa, Zeus, Vicente, Manuel, Juan. C, Oscar, Viviana, Keli. J, Angela. R, Paula, Cristhian, Fernanda, Mauricio, Heider, Sonia, William, Estela, Oscar. L, Paola, Lina. S, Carolina, David, Johanna, Juan. I, Itsaso, Jose. M, Aider, Tamires, Andres, Gladys, Alvaro, Evelyn. N, Marisol, Natalia, Juan. P, Monica. A, Joaquin, Juliana, Juan, Sergio. D, Justo, Enrique, Jaime. M, Roy, Miguel. E, Manuel. O, Ivan. D, Keli, Pablo. S, Deivis, Andreas, Andres, Anderson, Valerio.

# 110



## 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 del grupo, que incluirá su entorno empresarial, su organización y estructura, los mercados en los que opera, sus objetivos y estrategias, y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución</b>	GRI 102-1 Nombre de la organización		Somos Cabify	10
	GRI 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios		Somos Cabify	13-14
	GRI 102-3 Ubicación de la sede		Somos Cabify	15
	GRI 102-5 Propiedad y forma jurídica		Somos Cabify	15
<b>Mercados en los que opera</b>	GRI 102-6 Mercados y servicios		Somos Cabify	15
	GRI 102-7 Tamaño de la organización		Somos Cabify	16
	GRI 102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales		Carta CEO: Reflexionando sobre el pasado para cambiar el futuro	6-8
			Nuevos retos, nuevas rutas	103
GRI 102-4 Localización de las actividades		Somos Cabify	15	
<b>Objetivos y estrategias de la organización</b>	GRI 102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones		Carta CEO: Reflexionando sobre el pasado para cambiar el futuro	6-8
<b>Principales factores y tendencias que pueden afectar su futura evaluación</b>	GRI 102-15 Principios impactos, riesgos y oportunidades		Nuestra hoja de ruta: el planeta, las personas y la economía	19-22
<b>Marco de reporting utilizado</b>	GRI 102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI		Siempre transparentes; lo que ves es lo que hay	105
<b>Principio de materialidad</b>	GRI 102-46 Proceso de definición del contenido de la memoria.		Siempre transparentes; lo que ves es lo que hay	105
	GRI 102-47 Lista de temas materiales		Nuevos retos, nuevas rutas	103

111



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»	Conservando el paisaje; hablemos de la crisis climática	26-28
	GRI 103-2 Enfoque de Gestión	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente»  <b>Principio 9</b> «Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	29
<b>Información general detallada</b>				
<b>Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente 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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	30-33
<b>Procedimientos de evaluación o certificación ambiental</b>	GRI 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	30
<b>Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales</b>	GRI 103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	34-40
	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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	34-40
<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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	34-40
<b>Contaminación</b>				
<b>Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; 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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	32
	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Efluentes y residuos)	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	33-40
	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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	33-40

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>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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	32 y 38
<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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	39
<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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	33
<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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	32
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	38
	GRI 103-2 Enfoque de gestión (Energía)	<b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	35
<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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	33
<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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	35
<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 medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	35







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**

<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>	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>	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	30
	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>	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	31 y 34
	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>	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	31 y 34
	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>	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	31 y 34

**Protección de la biodiversidad**

<b>Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático</b>	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>	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	34
	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>	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	26-28



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>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>	GRI103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	<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»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	30-40
	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Reducción de las emisiones GEI)	<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»	Muchos viajes y un único planeta; comprometidos con el movimiento sostenible	30-40
<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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	72-25
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	72-75
<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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	76-78
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	76-78
<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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	75
<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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	79-80

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>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 6</b> «Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	90
<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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	81-82
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	81
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	81
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	79
<b>Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad, la remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo, implantación de políticas de desconexión laboral, empleados con discapacidad.</b>			Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	81-82
<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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	83-84
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	95
<b>Organización en el trabajo</b>				
<b>Organización del tiempo de trabajo; número de horas de absentismo; 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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	83-85
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	84

# 116



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>Relaciones sociales:</b> organización del diálogo social, procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos; porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo, entre otros			Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	82
<b>Salud y seguridad</b>				
<b>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo; accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.</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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	85
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	89
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	82
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	85
<b>Relaciones sociales</b>				
<b>Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos; porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país; el balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo</b>		<b>Principio 4</b> «Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	82
<b>Formación</b>				
<b>Políticas implementadas en el campo de la formación</b>	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Formación y enseñanza)		Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	86-88
	GRI 412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos		Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	87
<b>Cantidad total de horas de formación por categoría profesional y por sexo</b>	GRI 404-1 Horas medias de formación anuales por empleado		Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	87
<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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	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>Igualdad</b>				
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	79
Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y Nodiscriminación)	<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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	79
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	88
	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y Nodiscriminación)	<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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	79-80
<b>RESPECTO POR LOS DERECHOS HUMANOS</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	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	88



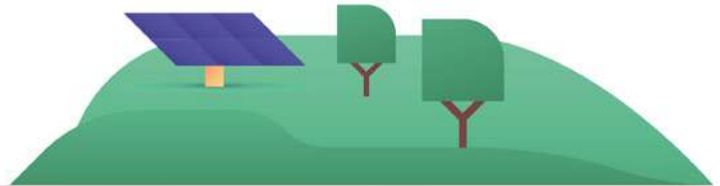
Información solicitada por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre	Criterio de reporte GRI	Principios Pacto Global	Sección en el reporte	Página en el reporte
<b>Aplicación de procedimientos de diligencia debida</b>				
<b>Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos y prevención 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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	73
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	80
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	86-87
	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»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	38
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	88
<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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	88
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	88





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 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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	80
	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»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	38
	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»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	38
	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»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	38
	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»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	38
<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»	Nuevos retos, nuevas rutas	103
	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»	Nuevos retos, nuevas rutas	103
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	88
<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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	88
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	88
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	88
	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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	87

# 120



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 para luchar contra el blanqueo de capitales, 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»	Reparando baches; invirtiendo en una sociedad mejor	53
--	--	--	---	----

## INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD

<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 102-3 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»	Nuestro GPS; el compromiso de un gran equipo	88
---	------------------------------	---	--	----

### Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible

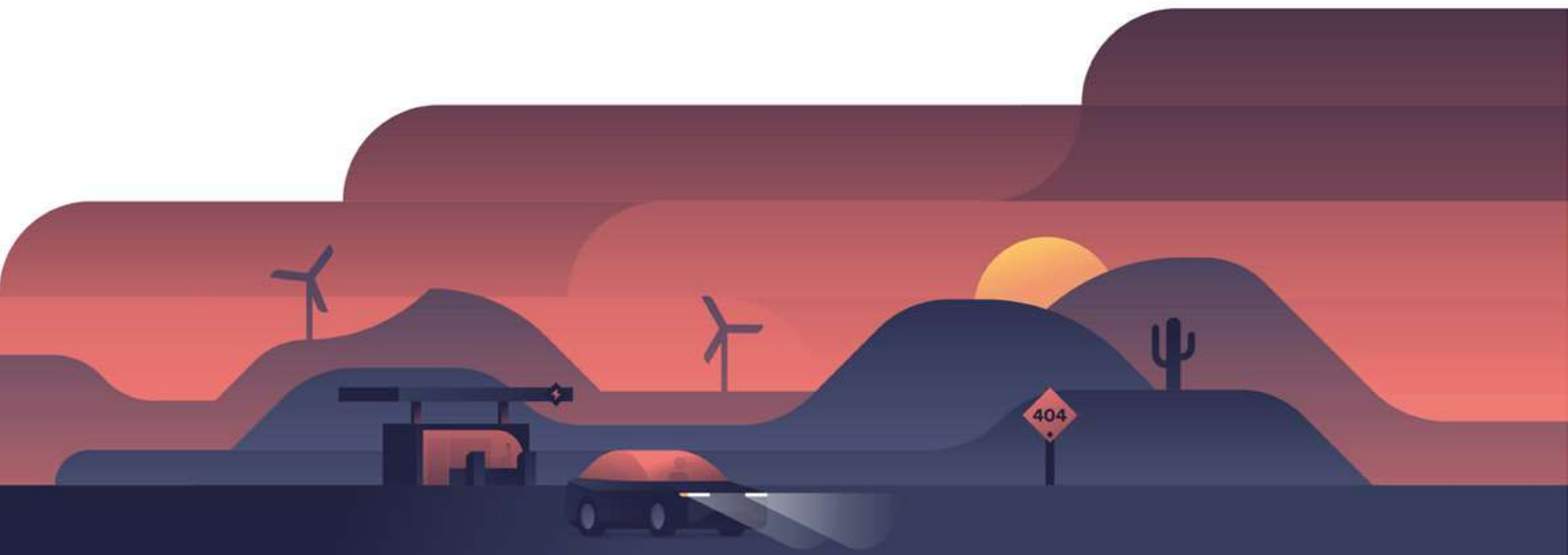
<b>El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local</b>	GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	<b>Principio 1</b> «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia»	Promoviendo la inclusión y la diversidad en el sector del transporte	64-65
	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»	Un viaje rentable; nuestro desarrollo económico	101
	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»	La tecnología al servicio del viaje; una gran aliada	54-55
<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»	Conservando el paisaje; hablemos de la crisis climática	26-27



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 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»	Nuestro destino: mejores ciudades para vivir	45-54
	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»	Nuevos retos, nuevas rutas	103
<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»	Nuestro destino: mejores ciudades para vivir	52

**Subcontratación y proveedores**

<b>Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales</b>	GRI 103-3 Enfoque de Gestión (Evaluación ambiental y social de proveedores)	<p><b>Principio 5</b> «Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil»</p> <p><b>Principio 2</b> «Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos»</p> <p><b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»</p>	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	38
--	---	--	--	----

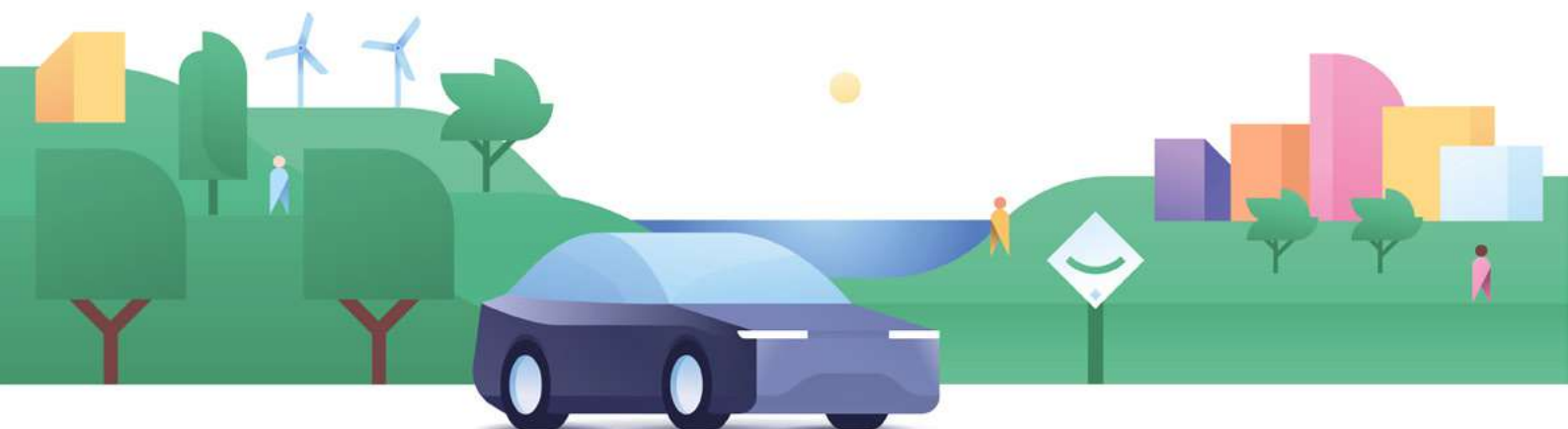


# 122



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>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»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	38
	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 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»  <b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	38
	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»	Compensando nuestra huella de carbono mientras alcanzamos nuestra meta	38
<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»  <b>Principio 7</b> «Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente»	No reportamos esta información	
	GRI 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de valor y acciones desarrolladas	<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»	No reportamos esta información	

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>Consumidores</b>				
<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»	Haciendo del viaje una experiencia	58-62
	GRI 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o 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»	Haciendo del viaje una experiencia	58-62
	GRI 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado 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»	Haciendo del viaje una experiencia	58-62
<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»	Haciendo del viaje una experiencia	66-68
	GRI 418-1 Denuncias substanciales relacionadas con brechas en la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de 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»	Haciendo del viaje una experiencia	62
<b>Información fiscal</b>				
<b>Los beneficios obtenidos en cada mercado</b>	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	<b>Principio 10</b> «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»	Un viaje rentable; nuestro desarrollo económico	99-101
<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»	Un viaje rentable; nuestro desarrollo económico	99-101



# AENOR

**CABIFY ESPAÑA, S.L.U.**  
**(anteriormente MAXI MOBILITY SPAIN, S.L.U.)**



# AENOR

# AENOR

- 
- 
- 
- 
- 
- 

-

# AENOR

- 
- 
-

