
LÓGICA

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
DE OPERADORES LOGÍSTICOS

El Sello de LÓGICA, un proyecto de éxito

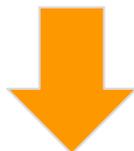
II Encuentro de intercambio Profesional CEDOL
Buenos Aires, 14 de Abril de 2010



- **Mercado Logístico Español**
- **Quién es LÓGICA?**
- **Código de Buenas Prácticas y Sello de Calidad**
- **Otras acciones**
- **Qué dicen las empresas certificadas?**
- **Conclusiones**

- **Mercado Logístico Español**

■ Headlines

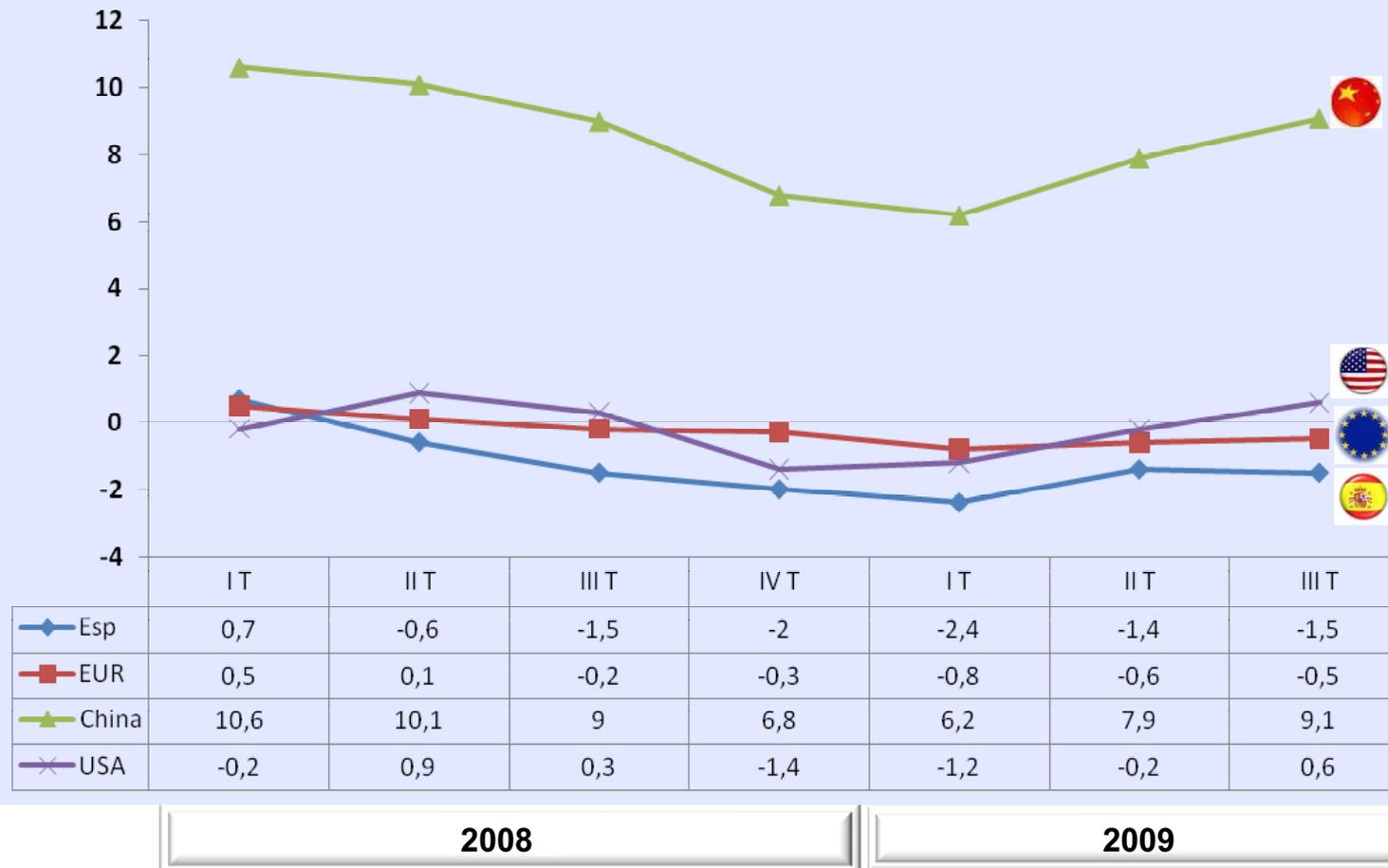
- ☑ Desde el año 2008, **empeoramiento drástico de la coyuntura económica**, debido a la crisis mundial
 - ☑ **Drástica caída del consumo, reducción del PIB y elevadas tasas de paro**
 - ☑ En España la crisis golpea **más fuerte** que en otros países
 - ☑ **En el sector de la Logística las perspectivas no son positivas**
 - ☑ **Cómo está afectando la crisis a los operadores logísticos?**
 - ▶ **Grandes bajadas de volúmenes**
 - ▶ **Los clientes piden bajadas de precios**
- 
- ▶ **Gran impacto en los márgenes de beneficio de las empresas!**

■ Headlines

- ☑ Un aspecto positivo es el bajo **grado de externalización** del mercado español en comparación con otros de Europa
- ☑ El sector en España se caracteriza por un creciente grado de **concentración**, no obstante, sigue muy fragmentado y todavía existen muchas pymes
- ☑ Las empresas multinacionales se ven menos afectadas por la crisis ya que la **caída de volúmenes** en Europa y América del Norte se ve compensada por la subida de Asia y América del Sur. Las pymes están mucho más afectadas por la situación
- ☑ En cuanto a **sectores de actividad** se refiere, destaca especialmente el negativo comportamiento en los sectores de automóvil y gran consumo, con cierta estabilización en la alimentación

Producto Interior Bruto (PIB)

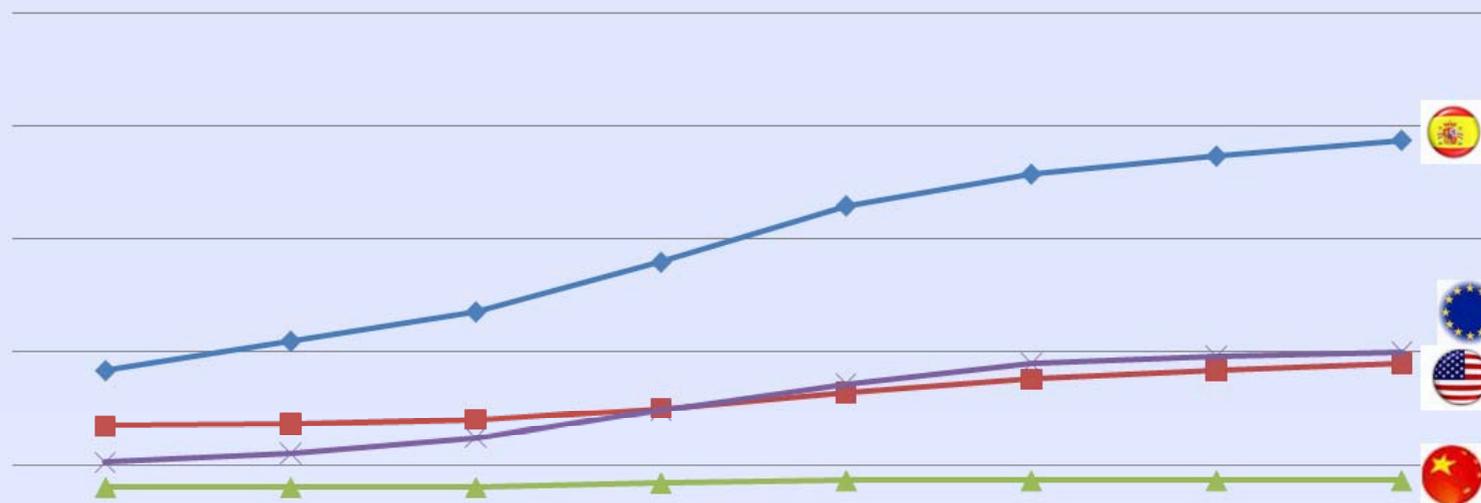
Las cifras indican la variación respecto al mismo periodo del año anterior en %



Source: European Commission, Global Economics Research

Tasa de paro

Las cifras indican la tasa de paro en %



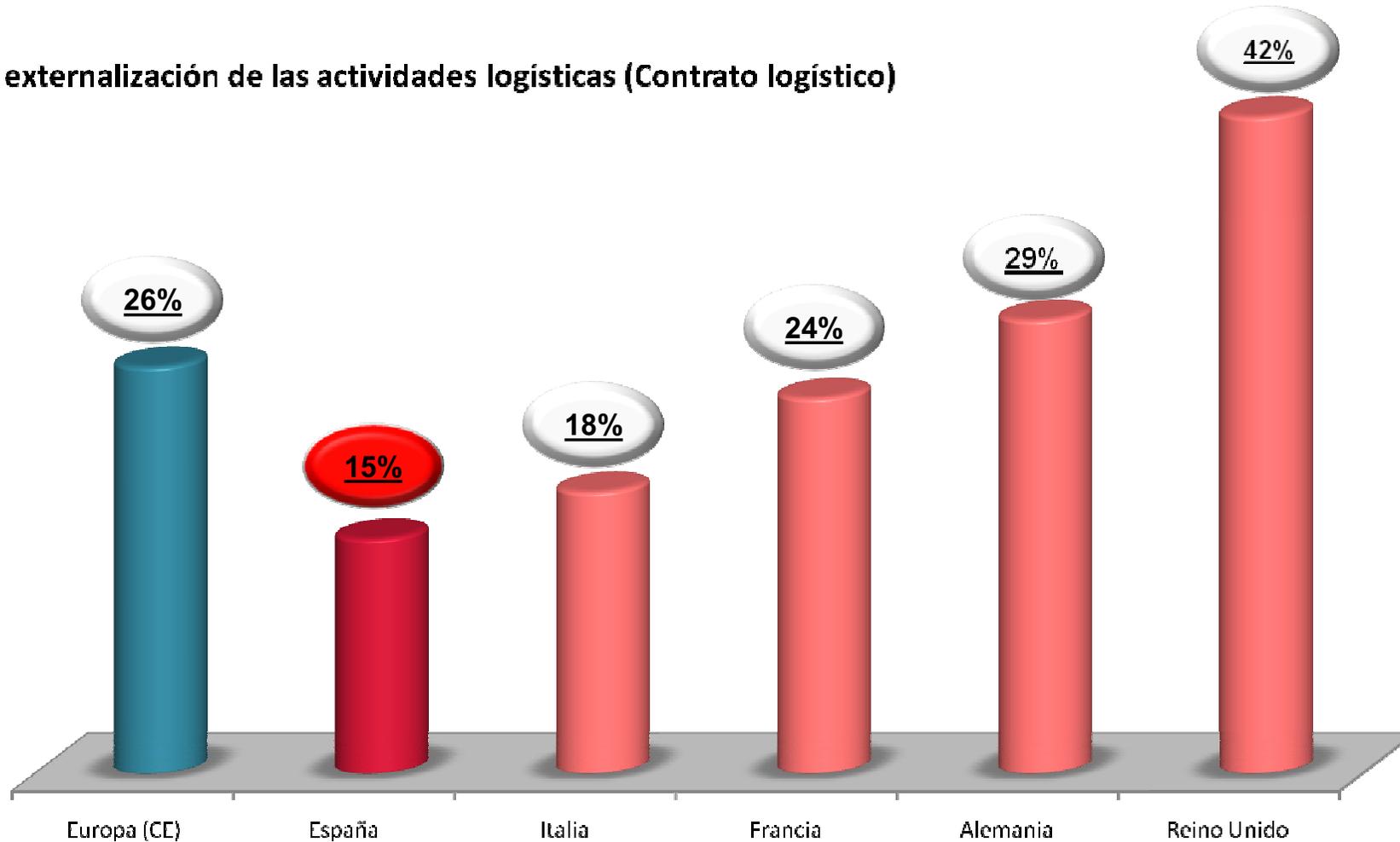
	I T	II T	III T	IV T	I T	II T	III T	IV T
—◆— Esp	9,2	10,5	11,8	14	16,5	17,9	18,7	19,4
—■— EUR	6,7	6,8	7	7,5	8,2	8,8	9,2	9,5
—▲— China	4	4	4	4,2	4,3	4,3	4,3	4,3
—×— USA	5,1	5,5	6,2	7,4	8,6	9,5	9,8	10

2008

2009

Source: European Commission, Global Economics Research

% externalización de las actividades logísticas (Contrato logístico)

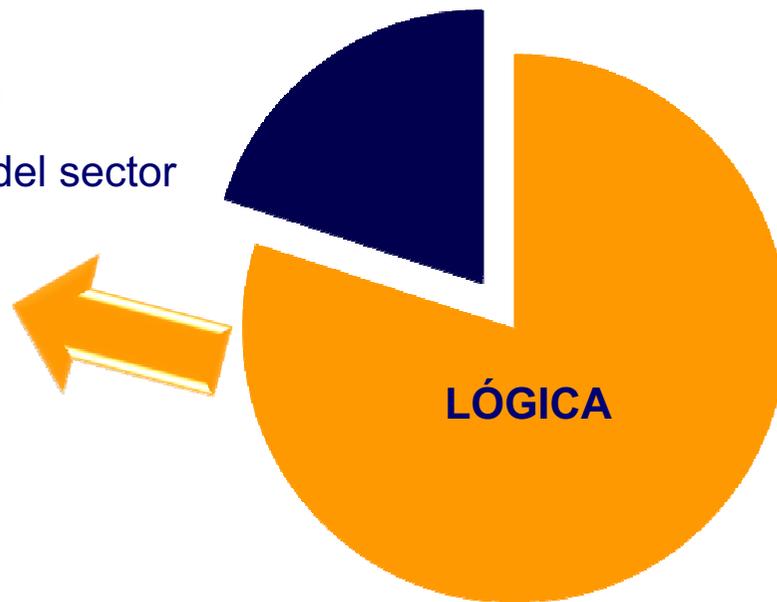


Source: European Commission, Global Economics Research

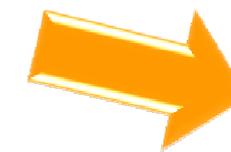
- **Quién es LÓGICA?**

LÓGICA: Más de 25 años en el sector de los Operadores Logísticos (OL)

Actuando como **referente** del sector



Para facilitar la adaptación de las empresas a la **nueva realidad logística**



Impulsando cambios necesarios a nivel legislativo, tecnológico, de infraestructura, económico, laboral y social.

■ Misión

- **PROMOVER** un clima de mercado donde se propicie la libertad de emprender el crecimiento sostenible y rentable de las empresas y la transparencia en las relaciones entre las partes
- **IMPULSAR** los cambios necesarios tanto legislativos como tecnológicos, de infraestructuras, económicos, sociales y laborales
- **ALCANZAR** el reconocimiento del sector por la aportación de valor a los clientes y a la comunidad en general y por contribuir a hacer más EFICIENTE el “Sistema Logístico Español”

■ Principales Objetivos

- ✓ Aportar mayor **transparencia** al sector logístico
 - Código de Buenas Prácticas
 - Sello de Calidad
 - Índice de Precios de Servicios Logísticos
- ✓ **Adaptar la legislación actual** a la nueva realidad de la logística
- ✓ **Formación** logística
- ✓ **Representatividad** de los intereses de los OL en los diferentes ámbitos

■ Algunos de nuestros Socios

- ACCIONA LOGÍSTICA
- ACTIVIDADES LOGÍSTICAS CENTRALIZADAS
- ADONAY LOGÍSTICA
- AGILITY SPAIN
- ALFIL LOGISTICS
- ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE (ADT)
- AZKAR
- CAFIVE
- CARRERAS ALMACENAJE Y DISTRIBUCIÓN
- CENTRO DISTRIBUIDOR DE EUSKADI (CEDIS)
- CHEP ESPAÑA
- DHL EXEL SUPPLY CHAIN SPAIN
- DISAYT
- DISPATCHING
- DISTRICENTER
- FCC LOGÍSTICA
- FIEGE IBERIA
- FITOTRANS
- FM LOGISTIC IBÉRICA
- GEFCO ESPAÑA
- GEODIS IBERIA
- GRUPO JOSÉ SALVAT

■ Algunos de nuestros socios

- HAVI LOGISTICS FSL
- ID LOGISTICS ESPAÑA
- LAFTUR
- LAMAIGNERE LOGÍSTICA
- LOGISLAND
- LOGISTA
- LOGIVAL
- LUIS SIMOES LOGÍSTICA INTEGRADA
- SEUR INTEGRACIÓN LOGÍSTICA
- SOLATRÓN LOGÍSTICA
- TRANSFESA DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA
- MOLDSTOCK LOGÍSTICA
- NEUTRAL PARTNER LOGISTICS
- NORBERT DENTRESSANGLE
- NUÑEZ LOGISTIC
- ONE 2 ONE LOGISTICS SOLUTIONS
- ORGANIZACIÓN FARMACEÚTICA (OFSA)
- PALLETWAYS IBERIA
- SERVICIOS DE DISTRIBUCIÓN FRIGORÍFICA
- (S.D.F.)
- TRUCK AND WHEEL PARTS
- UNBOX LOGIDEA

- **Código de Buenas Prácticas y Sello de Calidad**

■ Antecedentes

☑ Falta de regulación del Sector de los Operadores Logísticos en el Ordenamiento Jurídico Español

- No existe la figura del Operador Logístico
- No existe el Contrato de Servicios Logísticos
- No existe un Convenio Colectivo nacional de Operadores Logísticos

☑ Qué hace la patronal?

1. Definición de la figura del Operador Logístico:

Aquella empresa que diseña, organiza, gestiona y controla los procesos de una o varias fases de la cadena de suministro (aprovisionamiento, transporte, almacenaje, distribución, e incluso ciertas actividades del proceso productivo), utilizando para ello infraestructuras físicas, tecnología y sistemas de información, propios o ajenos. El operador logístico responde ante su cliente de los servicios acordados y es su interlocutor directo”.

- **Qué hace la patronal?**

2. El Código de Buenas Prácticas

- El Código de Buenas Prácticas supone establecer un **marco de actuación común para el sector**
- Proporciona unas **reglas generales** para que todos los operadores compitan en **igualdad de condiciones**
- Es el instrumento que **autorregula** y favorece la **transparencia** del sector
- 13 principios clave que impulsan el **reconocimiento del sector** y que cuenta con el apoyo del **Ministerio de Fomento**.

■ Qué hace la patronal?

2. El Código de Buenas Prácticas

Principios del Código de Buenas Prácticas:

0. Independencia
1. Respeto a las normas de la libre competencia
2. Sostenibilidad
3. Establecimiento de estándares de servicio
4. Compromiso de calidad
5. Dignificación de la subcontratación
6. Cumplimiento de las normas laborales y mercantiles
7. Cobertura de riesgos y responsabilidades
8. Respeto al medio ambiente
9. Cumplimiento de los criterios de prevención de riesgos laborales, salubridad y seguridad
10. Transparencia
11. Confidencialidad
12. Autocontrol



- **Qué hace la patronal?**

3. El Sello de Calidad

- Es el instrumento que acredita y garantiza el **cumplimiento de todos** y cada uno de **los principios incluidos en el Código de Buenas Prácticas**
- Es un **certificado empresarial** que acredita el **compromiso** de las empresas que lo ostentan con **prácticas responsables** en el desarrollo de su actividad
- Es una **distinción** de las mejores empresas y un **elemento de valor** y de prestigio dentro y fuera del sector
- Es un **reconocimiento de la excelencia** de las empresas logísticas que apuestan por la **mejora constante** y la contribución activa en el desarrollo económico y social del sector

3. El Sello de Calidad

- n Es una marca de **garantía reconocida por el Ministerio de Industria** que asegura la validez de todos los procedimientos de análisis y evaluación empleados para su concesión.
- n La sello tiene un periodo de validez de 3 años prorrogable, con revisiones anuales
- n **Auditoría** por parte de dos empresas independientes y de reconocido prestigio

¿Cómo conseguir el Sello de LÓGICA?

- n Puede solicitar el Sello cualquier empresa, asociada o no a LÓGICA, que certifique que su núcleo central de actividad es la logística.

- n **Proceso:**
 - **Solicitud a LÓGICA.**
 - Envío de **Guía de Autoevaluación** para la empresa.
 - **Auditoría** por parte de dos empresas independientes y de reconocido prestigio
 - **Informe de evaluación**, a partir del cual LÓGICA decide conceder o no el Sello.



Objetivos planteados en el Plan Estratégico de Lógica 2008 - 2011

1. Reforzar la difusión del CBP y SC en TODOS los grupos de interés del mercado
2. Conseguir la adhesión al CBP del 100% de los asociados
3. Conseguir la implantación del sello de calidad en todos los asociados de Lógica en un plazo de 2 a 3 años y en concreto exigir los siguientes plazos:
 - **90% Junta Directiva a finales 2009**
 - **Resto de asociados en 2010**
 - **Nuevos asociados**, para ser aceptados compromiso en firme de obtener sello en 2 años y si es empresa de nueva creación se amplía a 3 años

Dónde estamos hoy?

- n El 100% de las empresas asociadas a Lógica están adheridas al Código de Buenas Prácticas
- n Actualmente **¡18 empresas ya tienen el Sello de LÓGICA!** Esto representa un 70% de las empresas de la junta directiva
- n Otras 8 empresas más están en proceso actualmente

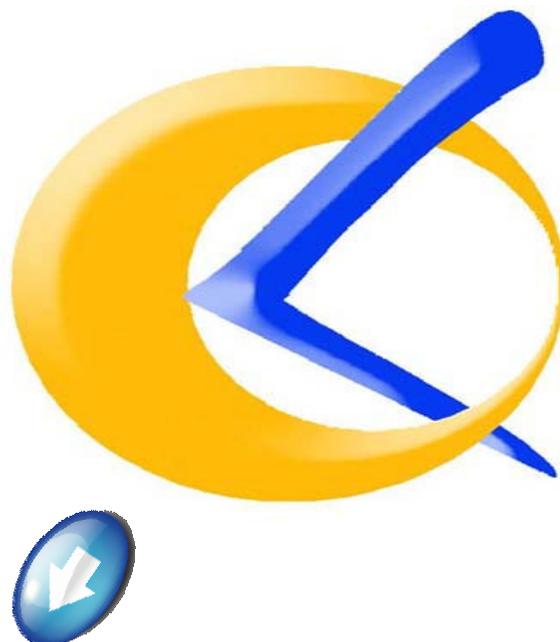


- **Otras acciones**
 - **Plan de comunicación**
 - **Nueva imagen, nuevo nombre**
 - **Comité de vigilancia del Código de Buenas Prácticas**
 - **Proyecto Responsabilidad Empresarial del Sector del Transporte y la Logística**

➤ Plan de Comunicación del Sello

- A mediados de 2009 Lógica planteó un tender con el objetivo de lanzar una **campaña de publicidad** y comunicación para promocionar el sello en el mercado.
- Se esperó a hacer esta inversión a tener un **número suficiente de empresas certificadas** que pudieran apoyar en el mercado la existencia del sello
- Se eligió un **Plan de Comunicación** muy agresivo que fue aprobado por la Asamblea General de Socios. No se aprobó gasto en publicidad
- El plan es **financiado** íntegramente **por los socios** mediante una derrama extraordinaria y supone un incremento de un 50% de la cuota anual.

Plan de Comunicación del Sello: objetivos marcados



Poner en valor el sello de Lógica y sus valores a través de los medios de comunicación



Despertar el interés de las empresas del sector por el sello de Lógica y convertirlo en referencia, en el “valor añadido”, en una necesidad



Incrementar el prestigio de las compañías “certificadas” y de Lógica como institución que lo promueve



Convertir el sello en un factor relevante y determinante para los clientes y potenciales clientes de los asociados de Lógica a la hora de contratar un operador logístico

Plan de Comunicación del Sello: Cómo?

2009-2010

2010-2011

Generar notoriedad sobre el sello
de Lógica y sus valores

Comenzar a consolidar la notoriedad y
seguir incrementándola



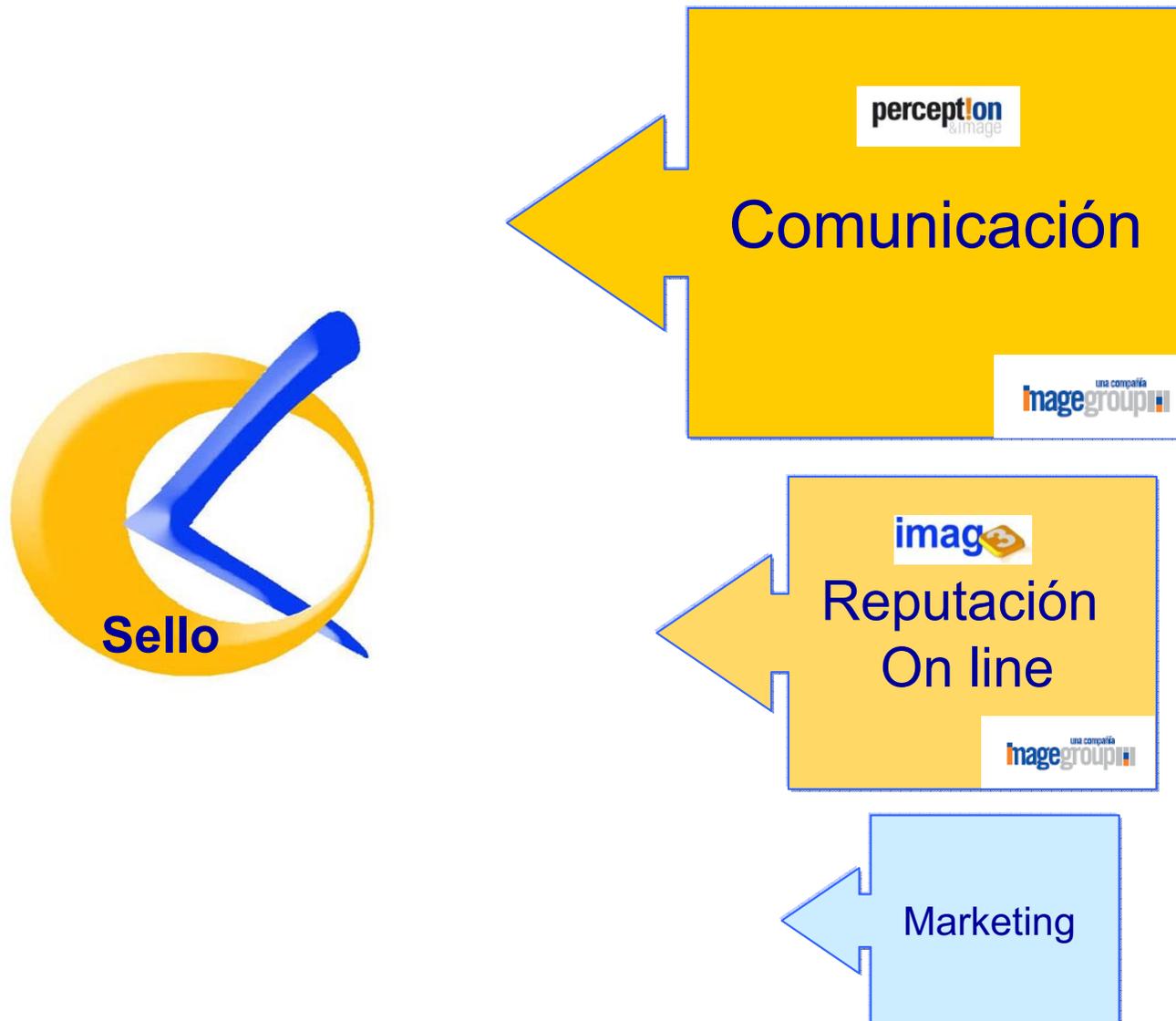
- Posicionando el sello de la
mano del posicionamiento del
sector capitalizado por Lógica



Mantener la visibilidad
del sello y del sector a
través de Lógica

← Generando goteo informativo continuo con acciones
Transversales (p.e: el sello presente en todas las comunicaciones y segmentación horizontal y
Vertical (p.e: regionalidad, responsabilidad empresarial...)) →

Plan de Comunicación del Sello: Cómo?



➤ Nueva imagen del sello y de Lógica: una nueva imagen que impulsa el cambio

- De cara al futuro, hemos decidido adaptar el Sello a una imagen que manifieste que:
 - Hemos logrado autorregularnos a través del Sello
 - Debe ser una condición indispensable para el sector
- Para su mayor reconocimiento en el mercado
- Que lo diferencia de otros sellos existentes en el mercado pero sin que pierda su carácter de certificación
- Que muestra la evolución del sector, sin abandonar sus principios fundacionales

Nueva imagen, Nuevo nombre



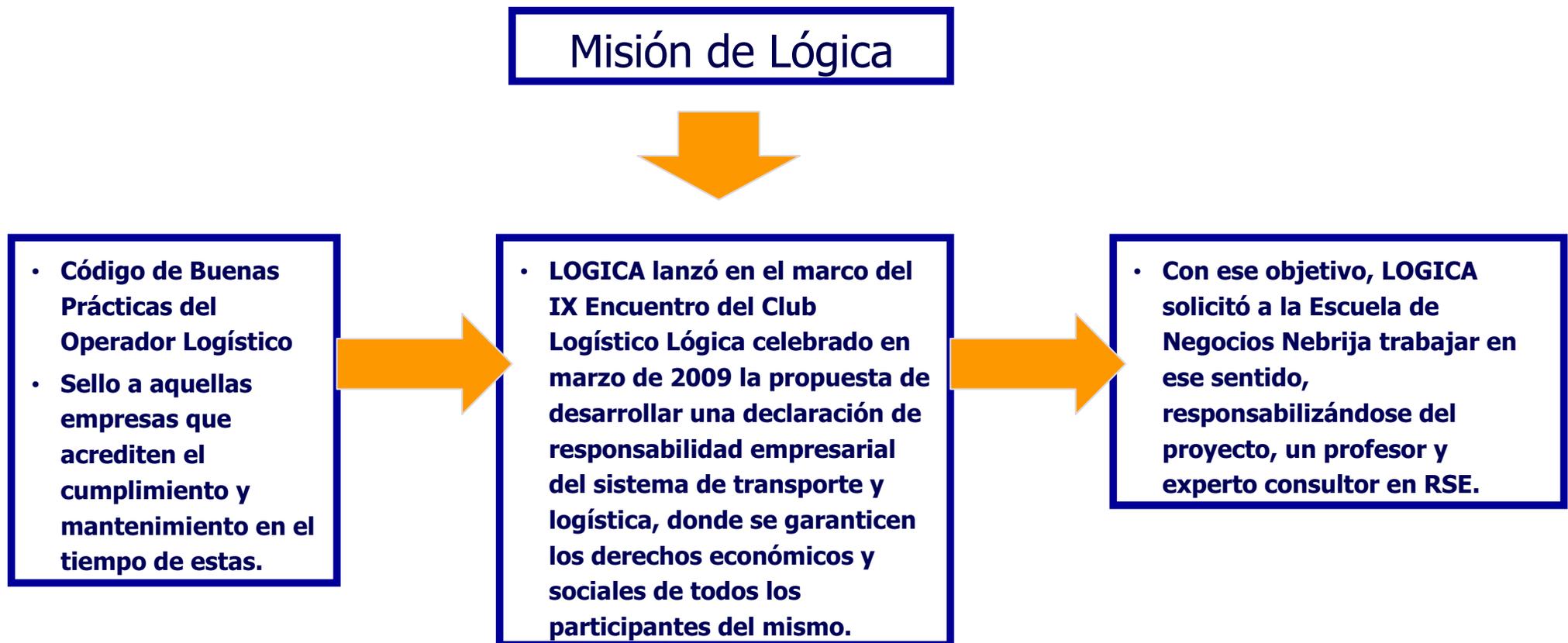
- Una nueva imagen que impulsa el cambio
- La nueva imagen del Sello tiene **identidad propia** y crea un nuevo código visual que hemos asimilado también para la patronal con el nuevo logo.
- Se **elimina** el apellido “**de calidad**” para evitar confusiones con otras certificaciones

➤ **Comité de vigilancia del Código de Buenas Prácticas**

- Órgano de ámbito estatal, adscrito a Lógica y que tiene como principales funciones:
 - ☑ Velar por el cumplimiento del CBP que todos los asociados asumen y al que están adheridos desde su incorporación a la asociación
 - ☑ Conocer y resolver los problemas o conflictos que surjan en relación al cumplimiento del CBP
- Compuesto por entre 3 y 7 miembros, que serán socios de Lógica
- Cualquier empresa podrá denunciar el hecho y el comité resolverá en los plazos establecidos en el reglamento

➤ Proyecto de Promoción de la Responsabilidad Empresarial en el sector del Transporte y la Logística

- De dónde procede la idea de promover activamente la RE?



Proyecto de promoción de la RE en el sector del Transporte y la logística

• Objetivos y Premisas

Objetivo

Promover una actuación empresarial responsable y una adecuada actuación de todos los actores que intervienen en la cadena de suministro.

Objetivos Finales

- **Contribuir a la mejora empresarial** del sector del transporte y la logística
- **Desarrollar un nuevo orden** en la gestión del sector basado en la **competitividad sostenible**
- **Generar una nueva cultura de unión y seriedad**

Premisas

- **Deben estar implicados todos los actores del sistema** (asociaciones empresariales y sindicales, administración, cargadores, empresas, etc.)
- **Debe abarcar a toda la cadena de suministro**

Proyecto de promoción de la RE en el sector del Transporte y la logística

• Cómo vamos a conseguir nuestro objetivo?

Objetivo

Promover una actuación empresarial responsable y una adecuada actuación de todos los actores que intervienen en la cadena de suministro.

1. Declaración

•Hacer una declaración de responsabilidad empresarial del sistema de transporte y logística donde se garanticen los derechos económicos y sociales de todos los participantes del mismo

2. Observatorio

•Crear y desarrollar un observatorio que vigile el buen funcionamiento de la declaración, genere un diálogo multistakeholder, sume nuevos firmantes y vele por el desarrollo de la responsabilidad empresarial en el sector de forma continua.

Proyecto de promoción de la RE en el sector del Transporte y la logística

• Qué hemos hecho hasta ahora?

Objetivo

Promover una actuación empresarial responsable y una adecuada actuación de todos los actores que intervienen en la cadena de suministro.

1. Declaración

Elaboración del borrador de la declaración:

- Definición de bases generales
- Definición de los 8 principios de responsabilidad empresarial
- En fase de contactar con los diferentes actores implicados en el sector

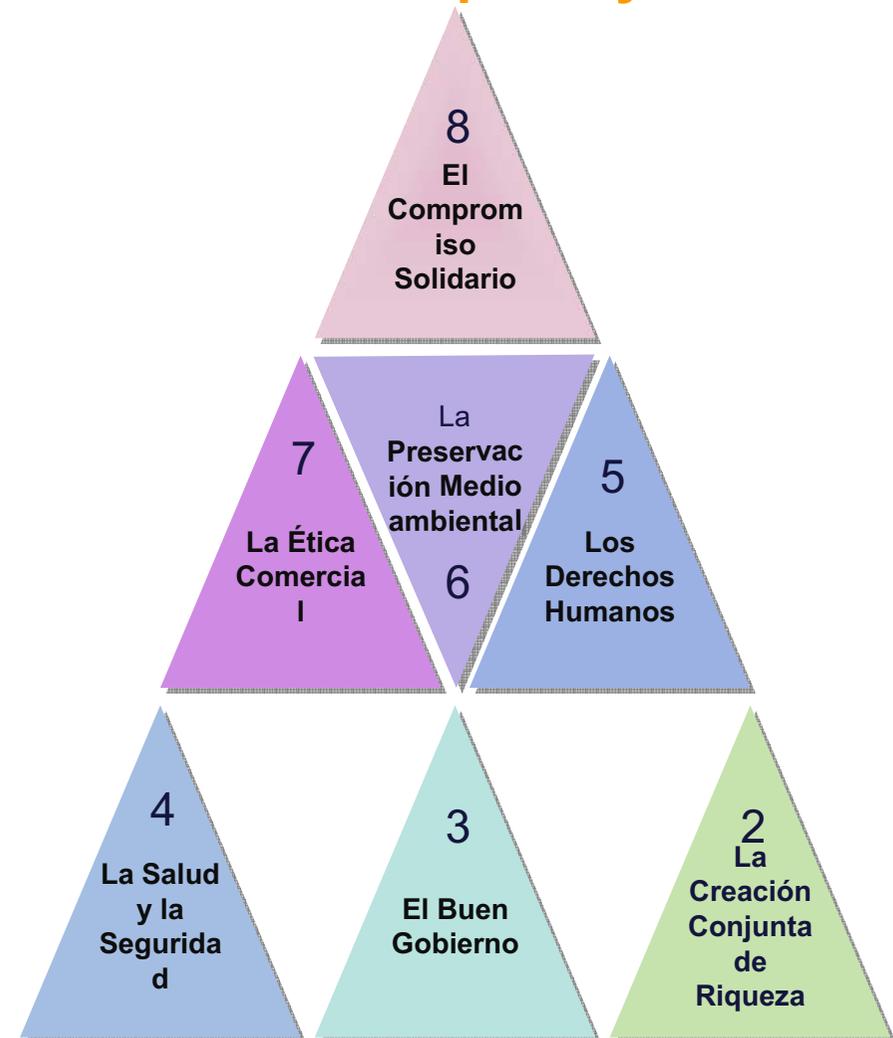
2. Observatorio



Proyecto de promoción de la RE en el sector del Transporte y la logística

¿En qué nos hemos basado para concretar esta selección de principios, tentativa, preliminar y base para la definición final?

- ☑ La realidad del sector de la logística y el Transporte en España
- ☑ Los diversos marcos de referencia y antecedentes de la ética y responsabilidad Empresarial
- ☑ Los grupos de influencia existentes
- ☑ Los benchmarks y el conocimiento existente sobre principios, variables y códigos de RSE nacionales e internacionales
- ☑ Los benchmarks y el conocimiento existente sobre comportamiento responsable en la cadena de suministro a nivel nacional e internacional



1 Compromiso con los Grupos de Influencia

Proyecto de promoción de la RE en el sector del Transporte y la logística

- **Qué hemos hecho hasta ahora? Borrador de los principios**



1. Declaración

Definición de los 8 principios de responsabilidad empresarial:

- 1. Compromiso con los grupos de influencia.** *Entendemos la esencia de la responsabilidad*
- 2. La creación conjunta de riqueza.** *Ganamos todos*
- 3. El Buen Gobierno.** *Decidimos de forma limpia y transparente*
- 4. La Salud y la Seguridad.** *Velamos por la vida de todos*
- 5. Los Derechos Humanos.** *Respetamos a cada persona*
- 6. La Preservación Medioambiental.** *Cuidamos lo que tenemos*
- 7. La Ética Comercial.** *Compramos y vendemos de forma justa*
- 8. El Compromiso Solidario.** *Atendemos a una llamada de socorro*

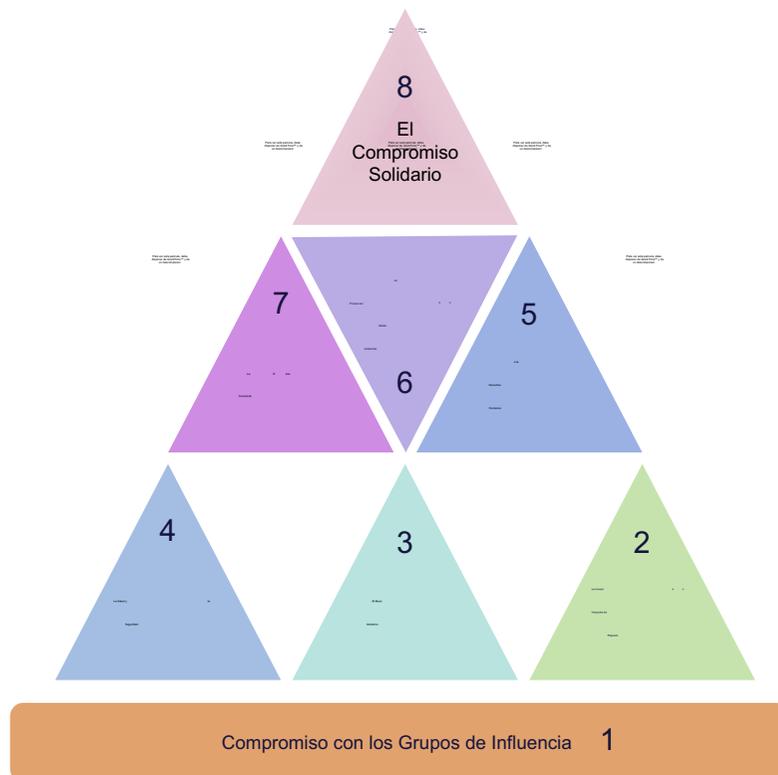
LOS 8 PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL.

PRINCIPIO 1. EL COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INFLUENCIA

Entendemos la esencia de la responsabilidad

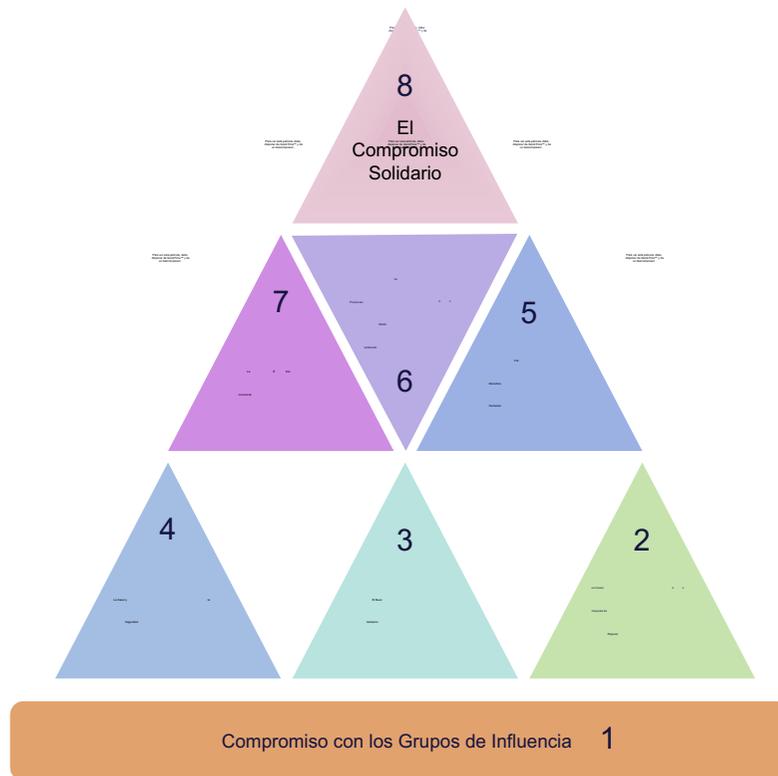
- ☑ Entendemos que existen grupos de personas afectadas por nuestras actividades y estamos comprometidos con hacer que nuestra influencia sea lo más positiva posible. Definimos 10 grupos de personas o stakeholders que tendremos en cuenta en cada una de nuestras decisiones empresariales y con los que nos preocuparemos de crear relaciones a largo plazo, a saber:

1. Accionistas
2. Empleados
3. Clientes
4. Proveedores
5. Distribuidores
6. Competidores
7. Legisladores
8. Medios de Comunicación
9. Comunidades de Alcance
10. Público en General



LOS 8 PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL.

PRINCIPIO 2. LA CREACIÓN CONJUNTA DE RIQUEZA *Ganamos todos*

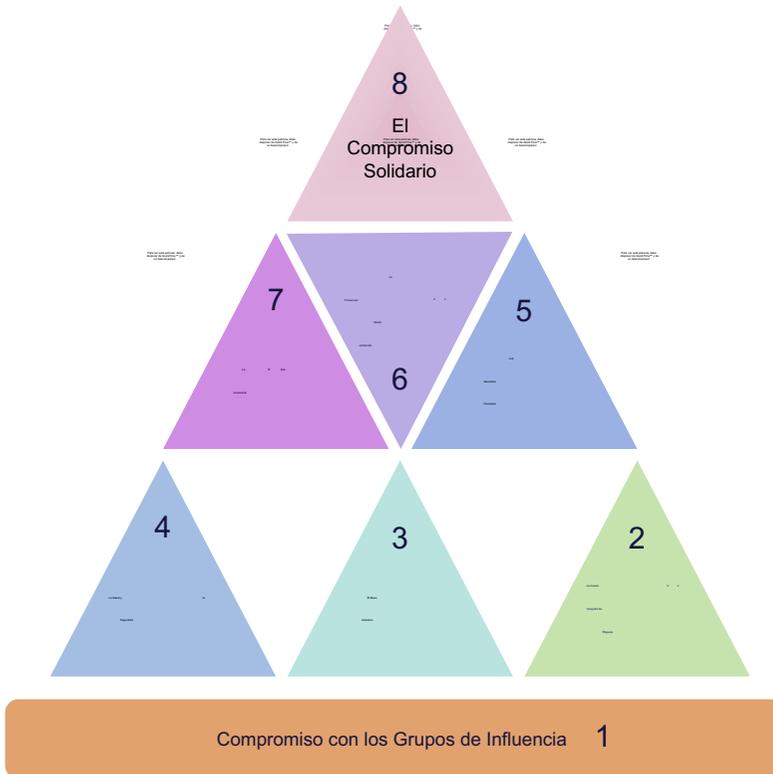


- ☑ Intentamos servir al conjunto de la sociedad y cada uno de sus actores con servicios y productos útiles y en condiciones justas, excluyendo por lo tanto el transporte y la logística de productos perjudiciales para el desarrollo humano y la salud pública, como drogas, tráfico indiscriminado de armamento y otros productos nocivos.
- ☑ Nos comprometemos a pagar los impuestos correspondientes a nivel local y nacional, tanto indirectos como directos, contribuyendo así a la riqueza general.
- ☑ Nos esforzamos por mejorar la competencia a través de la mejora de la calidad de los servicios prestados y el alcance de un precio justo.
- ☑ Abogamos por el desarrollo de todos mediante un esfuerzo en el desarrollo de nuevas tecnologías mediante inventos o innovaciones en colaboración entre las partes.
- ☑ Etc.

LOS 8 PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL.

PRINCIPIO 3. EL BUEN GOBIERNO

Decidimos de forma limpia y transparente

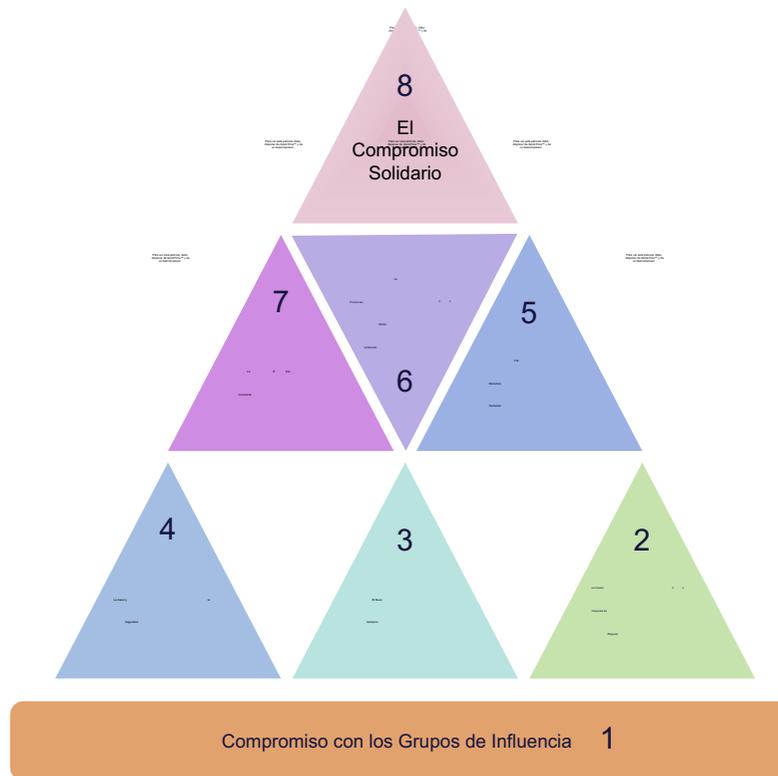


- ☑ Trabajamos con integridad, equidad y gestión de los riesgos desde un punto de vista ético y transparente.
- ☑ Creemos en la libre empresa y afrontamos la ausencia de conflictos de intereses en todos los niveles en la forma de trabajar.
- ☑ Todas las transacciones comerciales se deben reflejar con precisión en nuestras cuentas, de conformidad con los procedimientos establecidos y normas de auditoría. Utilizamos aquellos canales y sistemas de información (financiera y no financiera) verídicos y oportunos como herramientas de control y transparencia en la gestión empresarial.
- ☑ Todas las comunicaciones con las partes interesadas, tanto internas como externas, incluyendo a nuestros proveedores, se guiará por el principio de la transparencia y el "derecho a saber".
- ☑ Etc.

LOS 8 PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL.

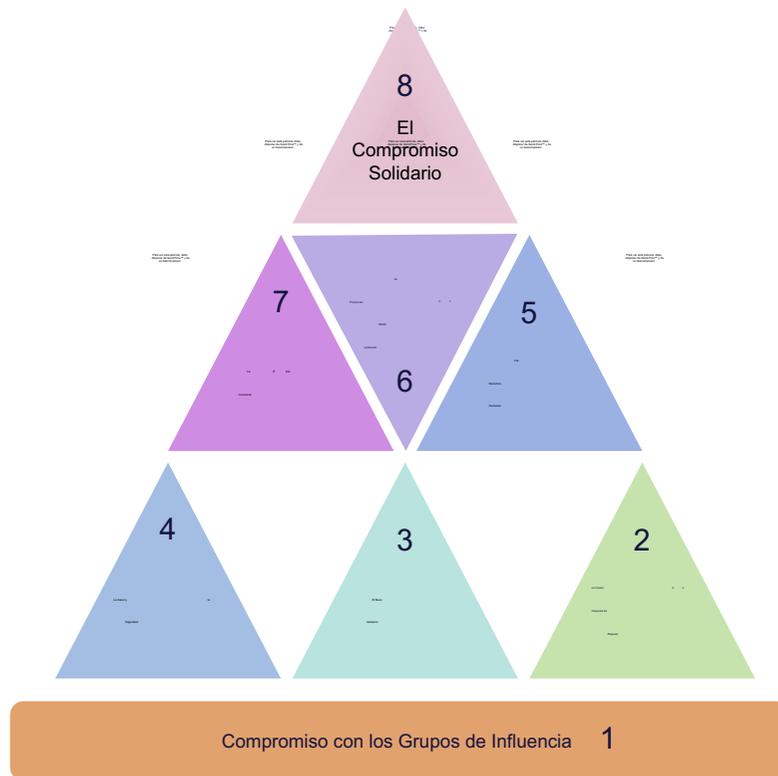
PRINCIPIO 4. LA SALUD Y LA SEGURIDAD

Velamos por la vida de todos



- ☑ Cumplimos con los más altos estándares de seguridad a lo largo de toda la cadena de valor y centramos nuestra máxima atención en el control de accidentes tanto en el puesto de trabajo como en el almacenamiento y transporte de inputs y outputs.
- ☑ Luchamos contra la polución, -tanto de agentes contaminantes químicos como en relación al ruido, las radiaciones o el biológico-, y controlamos los residuos tóxicos que pueden poner en peligro la salud y seguridad de nuestros grupos de influencia.
- ☑ Así mismo atendemos a las demandas físicas y síquicas de los empleados directos, e intentamos influir en la mejoras de estas condiciones con los empleados indirectos.
- ☑ Etc.

LOS 8 PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL.

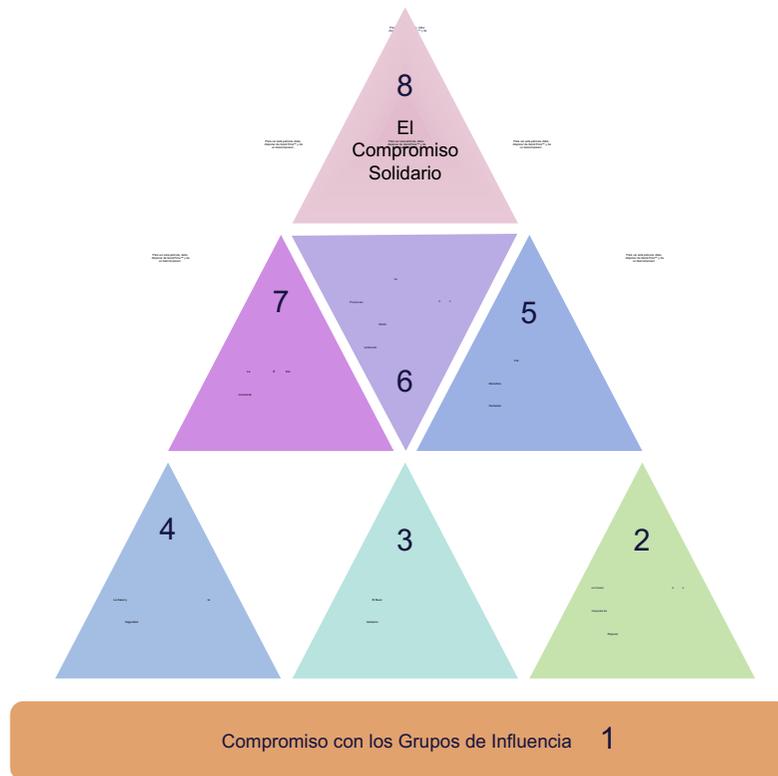


PRINCIPIO 5. LOS DERECHOS HUMANOS

Respetamos a cada persona

- ☑ Nos comprometemos a ofrecer la **máxima calidad de vida posible a los empleados directos** mediante la promoción de un empleo la mas estable posible, con medidas de conciliación con la vida personal e igualdad de oportunidades.
- ☑ Así mismo, velamos por el cumplimiento de este principio hasta donde nos sea posible en relación a **empleados indirectos o subcontratados**, e incentivamos un comportamiento justo y responsable de dichas empresas para con los derechos de sus empleados.
- ☑ Cuando operamos en los países donde hay conflictos o donde hay denuncias de violaciones de derechos humanos, nos aseguraremos de que nuestros empleados no actúen de forma que pudieran ser considerados cómplices. Esto significa que al realizar nuestro trabajo en esos países, nos aseguramos de **que no emplean trabajo infantil** o en condiciones de servidumbre o trabajo forzoso.
- ☑ Etc.

LOS 8 PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL.



PRINCIPIO 6. LA PRESERVACIÓN MEDIOAMBIENTAL

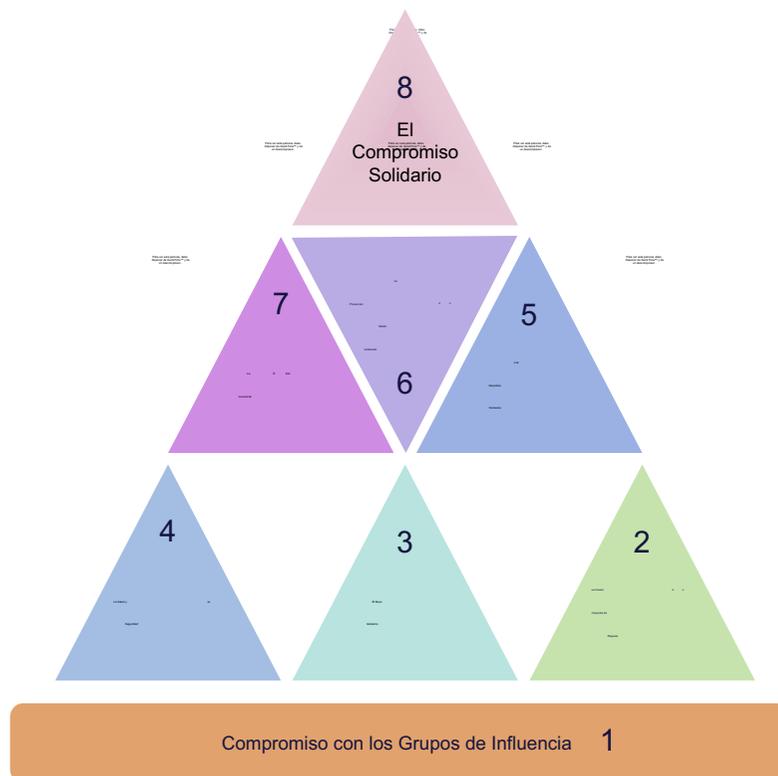
Cuidamos lo que tenemos

- ☑ Contribuimos al desarrollo de sistemas de transporte sostenible y aportamos soluciones genéricas de preservación del medio ambiente.
- ☑ Estamos comprometidos con la gestión y minimización de residuos, con el uso de tecnologías ambientalmente amigables, con la racionalización en el uso de los recursos naturales y energéticos y con la puesta en marcha de medidas de reciclaje.
- ☑ También vamos a buscar soluciones innovadoras para la congestión del tráfico y utilizar los modos de transporte alternativos.
- ☑ Cuando sea pertinente y posible, se busca la certificación de nuestro desempeño ambiental
- ☑ Etc.

LOS 8 PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL.

PRINCIPIO 7. LA ÉTICA COMERCIAL

Compramos y vendemos de forma justa

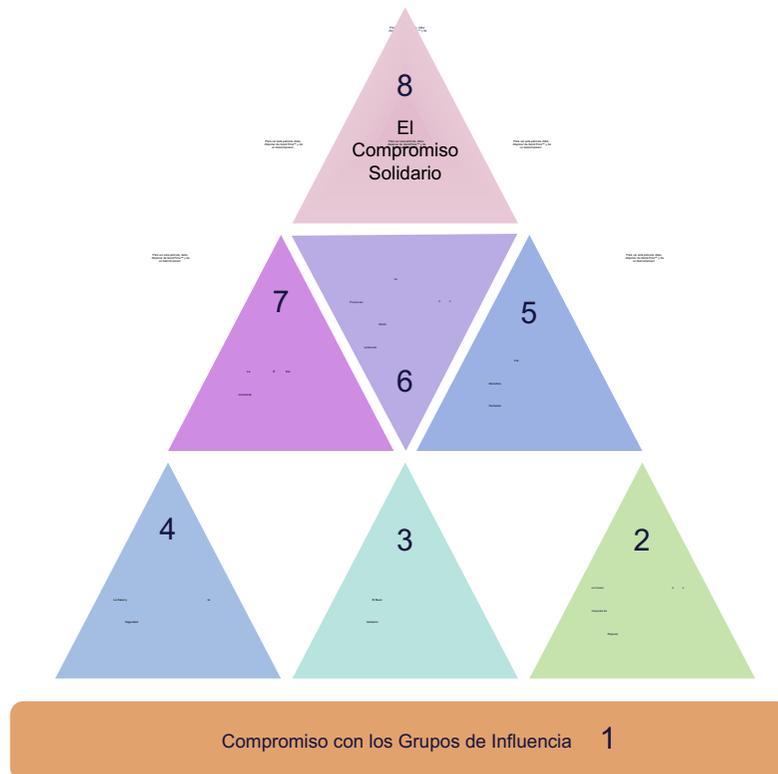


- ☑ Creemos que la industria tiene que sobrevivir por la **coexistencia responsable y ética de clientes con proveedores y estos a su vez con consumidores.**
- ☑ Nos comprometemos a **pagar de forma justa**, con puntualidad y conforme a las condiciones acordadas a nuestros proveedores, y tenemos un firme compromiso a que este sea así a lo largo de la pirámide de subcontratación, de forma que **todos consigamos unos beneficios justos.**
- ☑ Nos comprometemos a **defender los derechos de los clientes** en cuanto al respeto a su propia cultura, el cumplimiento de las especificaciones de los productos, la publicidad no engañosa, el acuerdo de precios finales justos y la seguridad del suministro.
- ☑ **Nos abstenemos radicalmente a propiciar o participar en pagos dudosos o en favores con la idea de obtener ventajas competitivas y luchamos frontalmente contra cualquier tipo de corrupción** en general y soborno en particular
- ☑ Etc

LOS 8 PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL.

PRINCIPIO 8. EL COMPROMISO SOLIDARIO

Atendemos a una llamada de socorro



- Somos conscientes de que nuestro sector puede jugar un papel protagonista en el transporte y logística de diversos programa de acción social, cooperación al desarrollo y ayuda humanitaria en situaciones de emergencia.**
- Por ello, apoyamos cualquier iniciativa desde este punto de vista que se alinea estratégicamente con nuestro propósito negocio principal y aprovechen nuestro conocimiento en este aspectos.**
- Etc.**

- **Qué dicen las empresas certificadas?**

- Se han realizado **entrevistas a 4 asociados de Lógica con el sello** para que nos cuenten sus propias experiencias.

- Las empresas seleccionadas han sido:
 - **FCC Logística**
 - **ID Logistics**
 - **OFSA** (Organización Farmacéutica, S. A.)
 - **SDF** (Servicios de Distribución Frigorífica)

- Las preguntas planteadas han ido la línea de conocer los motivos por los cuales decidieron certificarse en el sello de Lógica, si les ha reportado algún beneficio y si les ha supuesto algún cambio posterior

- **Conclusiones**



PROCESO DE AUTORREGULACIÓN DEL SECTOR

- n **Apuesta conjunta de Lógica y sus asociados por que el Sello sea el distintivo de todas las empresas cuyo núcleo sea la logística.**
- n **Las empresas certificadas corroboran la utilidad de la obtención de esta certificación**
- n **Esta certificación es diferente a las demás existentes, es una certificación que garantiza las buenas prácticas empresariales**
- n **La autorregulación, de la mano del Sello de Lógica, es una realidad.**

Nuestros objetivos de futuro....

- n Conseguir que **todas las empresas del sector trabajen bajo estos parámetros (CBP).**
- n Que **todas las empresas del ámbito logístico ostenten el Sello**
- n Que se convierta en un **distintivo diferenciador** para todos los que interactúan con los operadores logísticos.
- n **Reconocimiento** dentro y fuera del sector:
 **impacto del plan de comunicación**
- n Elaboración de la **Declaración definitiva de Responsabilidad Empresarial del Sector del Transporte y la Logística** así como el futuro **Observatorio** para medir su seguimiento

¡Gracias!

¿Alguna pregunta?

