

# RESPUESTAS ADAPTADAS A UN MUNDO EN MOVIMIENTO

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2010



# RESPUESTAS ADAPTADAS A UN MUNDO EN MOVIMIENTO

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2010



La Farga Group  
Ctra. C-17, km 73,5  
08508 Les Masies de Voltregà  
Barcelona (Spain)  
[www.lfg.es](http://www.lfg.es)

Diseño y realización: lavola, servicios para la sostenibilidad

Depósito Legal: B - 18.925 / 2011

# ÍNDICE



## RESPUESTAS ADAPTADAS A UN MUNDO **EN MOVIMIENTO**

- 1 CARTA DEL PRESIDENTE, **6**
- 2 COBERTURA DEL INFORME, **9**
- 3 EL AÑO DE UN VISTAZO, **11**
- 4 UN RECORRIDO POR NUESTRA HISTORIA, **14**
- 5 **SOBRE LA FARGA, 17**
  - 5.1 La Farga Group, **17**
  - 5.2 Nuestras marcas, **21**
  - 5.3 Mapa de operaciones, **23**
  - 5.4 Pertenencia a asociaciones y organizaciones sectoriales y del entorno, **25**
  - 5.5 Participación en ferias, **28**
  - 5.6 Reconocimiento a la trayectoria, **28**
- 6 **ÓRGANOS DE GOBIERNO, 29**
  - 6.1 Organigrama, **30**
- 7 **NUESTRO ENFOQUE DE DESARROLLO SOSTENIBLE, 33**
  - 7.1 Nuestros compromisos, **34**
  - 7.2 Misión, visión y valores, **35**
  - 7.3 Relación e implicación con los grupos de interés, **35**
  - 7.4 Conducta ética y respeto de los derechos humanos, **36**



## UN MUNDO EN **VALOR**

- 8 **ECONOMÍA, 38**
  - 8.1 Un entorno económico más complejo, **38**
  - 8.2 Indicadores económicos, **42**
  - 8.3 Balance de situación, **44**
  - 8.4 Cuenta de pérdidas y ganancias, **52**
- 9 **INNOVACIÓN Y MEJORA, 57**
  - 9.1 Desarrollamos la I+D+I conjuntamente con los clientes, **59**



## RESPUESTAS A LAS **PERSONAS**

- 10 **DESARROLLO PROFESIONAL, 62**
  - 10.1 Nuestro equipo, **63**
  - 10.2 Fidelización y carrera profesional, **65**
  - 10.3 Igualdad y diversidad, **67**
  - 10.4 Procuramos el bienestar de la plantilla, **68**
  - 10.5 Fomentamos la capacitación profesional, **69**
  - 10.6 Mejora continua para una mayor eficiencia y excelencia, **70**
  - 10.7 Beneficios sociales y medidas de conciliación, un valor añadido, **72**
  - 10.8 Fomentamos la comunicación y el diálogo, **73**
- 11 **PREVENCIÓN DE RIESGOS, 75**
  - 11.1 Prevención de riesgos laborales para la mejora de las condiciones de trabajo, **75**



## ADAPTACIÓN AL **CLIENTE**

- 12 **SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES, 82**
  - 12.1 Prácticas de evaluación de la satisfacción de los clientes, **83**
  - 12.2 Definiendo canales de comunicación participativos, **85**
- 13 **CALIDAD, 88**
  - 13.1 Sistema de gestión de la calidad como garantía de mejora, **88**
  - 13.2 Certificamos los productos conforme a las normativas vigentes, **89**
  - 13.3 Proyecto para la mejora de los sistemas de información, **89**

## MUNDO **NATURAL**

- 14 **RESPECTO POR EL ENTORNO, 92**
  - 14.1 Gestión responsable de los aspectos ambientales, **92**
  - 14.2 Tecnología eficiente en el reciclaje del cobre, **93**
  - 14.3 Controlando día a día los consumos, **94**
  - 14.4 Una gestión integral de los residuos, **96**
  - 14.5 Controlamos el ruido y la afección lumínica, **97**
  - 14.6 Prevenimos la afección al suelo, **97**
  - 14.7 Reutilizamos las aguas residuales de proceso, **97**
  - 14.8 Introduciendo acciones de reducción de las emisiones, **98**

## MOVIMIENTO **POSITIVO**

- 15 **CREACIÓN DE VALOR, 104**
  - 15.1 La empresa proveedora, un aliado estratégico, **104**
  - 15.2 Iniciativas sociales de implicación con el entorno, **106**
  - 15.3 Fundació La Farga, **107**
- 16 **TABLA DE CONTENIDOS DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI), 113**
- 17 **TABLA DE CONTENIDOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS, 120**
- 18 **INFORMES DE VERIFICACIÓN, 121**

# 1 CARTA DEL PRESIDENTE

Con la publicación del *Informe de sostenibilidad* del año 2010, deseamos reafirmar una vez más el compromiso con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas que hemos suscrito, mostrando nuestro alto nivel de implicación en la defensa de los derechos humanos y laborales, así como nuestro empeño por promover la aplicación de políticas sostenibles y de responsabilidad social.

Pese a las dificultades generales en las que nos encontramos inmersos, podemos considerar el ejercicio económico cerrado el 31 de diciembre de 2010 al que se refiere el presente informe de satisfactorio para nuestro Grupo, en la medida que se han conseguido dos objetivos ciertamente importantes. En primer lugar, hemos logrado terminar el año manteniendo toda la plantilla, cuando en nuestro entorno desgraciadamente han abundado los expedientes de regulación de empleo o el cierre de empresas; este objetivo era primordial para el espíritu que anima a nuestro Grupo. Y en segundo lugar, pese al esfuerzo que lo anterior ha representado, todas las sociedades del Grupo industrial han cerrado sus balances con resultados positivos, lo cual nos permite encarar el nuevo año con mejores perspectivas.

Siguiendo la línea iniciada hace ya muchos años, hemos dedicado especial atención a la investigación, tanto interna como en nuestras colaboraciones con distintas universidades, inaugurando y poniendo en marcha nuestro propio centro de investigación en la Universidad Autónoma de Barcelona, de cuyo trabajo en red esperamos excelentes resultados.

El año 2010 deberá ser recordado como el de la internacionalización del Grupo al haber terminado las instalaciones productivas de la fábrica de China y haber suscrito los acuerdos para la constitución de una nueva sociedad en EEUU, destinada a construir y poner en marcha una nueva planta de fundición y laminado de cobre procedente de materiales secundarios. De todo ello daremos cumplida información más adelante.



## LA FARGA LACAMBRA SAU

Pese a la atonía del mercado, hemos conseguido vender 94.341 toneladas de material frente a las 81.217 del año anterior, gracias a la excelente calidad de nuestros productos reciclados y a la diversificación del mercado de los *billets*.

Hemos creado nuevos productos, fruto de un gran esfuerzo en I+D+I, que aportarán más valor a nuestros clientes.

Hemos logrado un buen posicionamiento en el mercado ferroviario internacional, suministrando todas las aleaciones y creando otras nuevas, lo que nos permite presentarnos a las licitaciones que se produzcan en cualquier país y puedan ser de nuestro interés con posibilidades de éxito.

Hemos introducido mejoras en la seguridad de las instalaciones y hemos realizado inversiones en medio ambiente, como la captura de humos secundarios.

La internacionalización geográfica en el suministro de cobre reciclado nos ha permitido superar momentos difíciles en el aprovisionamiento nacional y hoy podemos afirmar que LFL forma parte de la cadena de suministro de los grandes recuperadores de ámbito mundial.

## LA FARGA TUB SLU

El mercado español del tubo sanitario disminuyó en el año 2010 un 15% aproximadamente, sin embargo hemos vendido 15.021 toneladas frente a las 13.306 del año anterior, lo que demuestra nuestro liderazgo en el sector.

Por otra parte, algunos grandes distribuidores históricos españoles han abandonado el mercado y, dado que el precio del cobre es elevado, los almacenes no mantienen stocks y solicitan el suministro de pequeñas cantidades de metal, lo cual nos ha obligado a reorganizar nuestro sistema logístico.

Hemos consolidado nuestra presencia en el mercado argelino, donde somos el fabricante con más cuota de mercado.

## LA FARGA ROD SLU

Hemos vendido 87.771 toneladas de material, hecho que supone un incremento de un 12% respecto al año anterior. Un 41% corresponde a exportación, especialmente a Francia, Portugal e Italia.

En el orden interno hemos reorganizado el área de mantenimiento mediante cambios en el sistema de gestión, la creación de un técnico de mantenimiento preventivo y la implantación de técnicas TPM para traspasar tareas sencillas de mantenimiento a los operarios de producción.

No hemos tenido ningún accidente con baja y el absentismo es del 1,7%.

Hemos realizado inversiones para la mejora de la calidad y estamos finalizando la planta para la producción de *alambón* de diámetros grandes.

## LA FARGA INTEC SLU

Ha continuado la venta tecnológica, estando en periodo de terminación las instalaciones iniciadas en el pasado Ejercicio y habiéndose contratado nuevas plantas.

No obstante, la principal actividad de esta sociedad ha consistido en la gestión de la inversión realizada en nuestra participada en China y en el estudio y proyección de la nueva sociedad filial en EEUU según se informa más detalladamente a continuación:

### **GANZHOU JIANGWU LA FARGA HIGH-SPEEDRAILWAYCOPPERMATERIALS CO. LTD.**

Esta sociedad, en la que poseemos una participación en capital del 49%, tiene su sede social y centro productivo en la ciudad de Ganzhou, provincia de Jiangxi en el sur-este de China. Nuestro socio principal es una sociedad industrial perteneciente a un conglomerado propiedad del Gobierno Regional, lo que nos garantiza continuidad y solvencia.

La fábrica se ha construido sobre un extenso terreno dotado de todos los servicios, constando de amplias naves y de un edificio para las oficinas. Se ha adquirido la maquinaria más adecuada para obtener una producción de 17.560 toneladas anuales de *alambón* a partir del tercer año, que será trefilado y destinado, mayormente, a atender las necesidades de los grandes proyectos ferroviarios de China.

Hemos designado el Director de Producción, ingeniero español que ha trasladado su residencia a Ganzhou. Dos miembros del Consejo de Administración de la compañía han sido designados por nuestro Grupo, así como uno de los componentes del Consejo de Vigilancia.

En el mes de noviembre participamos en la CSTR China 2010 en Pekín organizada por el Ministry of Railways of China, así como al World High-Speed Rail Congress & Modern Railways Exhibition celebrado en diciembre, también en Pekín, organizado por la International Union of Railways.

El día 9 de enero de 2011 se procedió a la inauguración oficial de la fábrica con asistencia de nuestro consejero delegado y bajo la presidencia del Gobernador de la región de Jiangzu y el Alcalde de Ganzhou.



### **SDI-LA FARGA**

Esta nueva inversión se realiza en asociación con la sociedad estadounidense Omnisource, filial de Steel Dynamics Inc., con participaciones respectivas del 45% y del 55%. Omnisource es una de las empresas procesadoras y distribuidoras de chatarra y materiales secundarios de los EEUU, situada en Fort Wayne, Indiana, con 70 almacenes distribuidores, gestionando 4 millones de Tns. de chatarra de acero y 350.000 Tns. de materiales no férricos, de los cuales 150.000 Tns. son de cobre. Steel Dynamics Inc. (SDI) forma parte de las 500 corporaciones más grandes de EEUU y sus acciones cotizan en el NASDAQ, siendo la 5ª productora de acero de EEUU.

Esta nueva sociedad instalará una nueva planta de fundición, laminado y trefilado de cobre procedente de materiales secundarios con una capacidad de hasta 80.000 Tns. anuales. La fábrica se construirá sobre un terreno de 295.000 m2 en New Haven, Fort Wayne, a 20 minutos de las instalaciones centrales de Omnisource, dando ocupación a 33 personas.

Durante el año 2011 se espera recibir e instalar toda la maquinaria contratada confiando en que la fábrica pueda iniciar su producción en el primer trimestre del 2012.

## FUNDACIÓ LA FARGA

Aunque jurídicamente totalmente desvinculada del conglomerado industrial que conforma La Farga Group, resulta indispensable hacer mención de la labor realizada por la Fundació La Farga, que constituye parte importante del acervo corporativo al canalizarse a través de la misma gran parte de su obra de responsabilidad social.

La principal actividad de la fundación ha sido y seguirá siendo el cuidado y mantenimiento del Museo del Cobre, único en su especialidad, que durante el año 2010 ha recibido la visita de 5.015 personas. Desde su inauguración, el número de visitantes asciende a 17.088 personas.

Durante el año 2010 también se han registrado 4.521 visitas en la web del museo y 1.702 en la de la fundación.

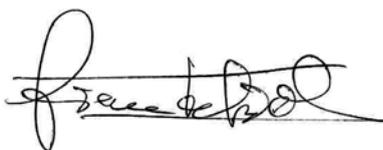
En el ámbito social hemos destinado 21.142,8 euros a donaciones, colaboraciones y patrocinios a diversas entidades de la comarca.

Como en años anteriores, hemos prestado singular atención a la concesión de becas para estudios de grado superior e idiomas a favor de trabajadores de las distintas empresas del Grupo, de sus hijos y de los hijos de los socios, así como –conjuntamente con el Ayuntamiento– a estudiantes residentes en el municipio de Les Masies de Voltregà. El importe total de las becas concedidas ascendió a 60.538,46 euros.

## RESUMEN

Pese a la reducción del mercado nacional, consecuencia de la crisis general, el gran esfuerzo realizado nos ha permitido cerrar el ejercicio con un mayor tonelaje de ventas, sin que ninguna de las sociedades del Grupo cerrara con resultados negativos su balance anual y, sobre todo, habiendo podido mantener íntegra toda la plantilla de personal, lo que consideramos como nuestro mejor logro.

Como ha quedado expuesto en líneas anteriores, nuestra apuesta de crecimiento se encamina hacia la internacionalización, siendo China y los EEUU nuestros próximos objetivos. El tipo de producto que nosotros fabricamos exige la construcción de nuevas plantas en los mercados elegidos para nuestra expansión y hemos buscado para ello los socios que, para cada caso, resultan más idóneos en los dos mercados más grandes del mundo. China es nuestro objetivo para el año 2011 y los EEUU lo será en 2012.



**Vicente Fisas Comella**



## 2 COBERTURA DEL INFORME

### AÑO 2010

- Desde el año 2006, en La Farga Group publicamos anualmente el *Informe de sostenibilidad* para detallar el progreso económico, ambiental y social del Grupo. Los contenidos de este informe corresponden al período comprendido entre el **1 de enero y el 31 de diciembre de 2010**.

### LA FARGA GROUP

- El informe cubre las **actividades de La Farga Group** (Corporación Metalúrgica Catalana, SL) como *holding* constituido por La Farga Lacambra, SAU (LFL), La Farga Tub, SL (LFT), La Farga Rod, SLU (LFR), La Farga Intec SLU (LFI) e Hidroeléctrica del Voltregà, SLU, además de la Fundació La Farga.



### DEFINICIÓN DEL CONTENIDO

Los temas y las cuestiones relativas al desarrollo sostenible que son materiales y relevantes para La Farga Group han sido contemplados en el informe para proporcionar una visión completa, equilibrada y adaptada a las expectativas e intereses de nuestros grupos de interés. Para determinar qué asuntos o temas son materiales de La Farga Group, hemos considerado:

- Los resultados obtenidos en la **encuesta** de participación de los grupos de interés.

- Las informaciones recopiladas en las **entrevistas** personales con los responsables de los departamentos de La Farga Group.
- Los 8 ejes de la **responsabilidad social** de nuestra estrategia, incluyendo las políticas y normas de los sistemas de gestión implantados y certificados.
- El **análisis del contexto y la situación económica**, social y ambiental que afecta directa o indirectamente la operativa del Grupo.
- Los principios, **indicadores** y temas señalados en la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* versión 3.0 del **Global Reporting Initiative** y en el suplemento del sector de la minería y el metal.
- Las recomendaciones y **principios del Pacto Mundial** de las Naciones Unidas.
- Los **riesgos** significativos, actuales y futuros, que pueden afectar las operaciones y el negocio de la empresa.
- La **contribución**, presente y futura, en la mejora o el deterioro de las condiciones sociales, ambientales y económicas derivadas de nuestra actividad.

### VERIFICACIÓN

El informe alcanza el **nivel de aplicación A+**, según lo verificado por Ecocert Ibérica SL, y señala que cumple con las directrices que establece la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* (G3) del Global Reporting Initiative y su suplemento para el sector de la minería y el metal. Ecocert Ibérica SL, del Grupo ECOCERT, es una empresa auditora externa e independiente de La Farga Group.

### IMPLICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

La determinación de los contenidos a tratar en el informe contempla las **prioridades de nuestros grupos de interés**. Por eso, por segundo año consecutivo hemos lanzado una encuesta para conocer estas prioridades y evaluar la materialidad de los contenidos.

La participación directa de los grupos de interés mediante la **encuesta específica de materialidad** ha generado unos resultados cuantitativos que se presentan a continuación.

La encuesta de materialidad, basada en las recomendaciones que presenta el manual *El compromiso con los stakeholders de AccountAbility* (2006), ha permitido analizar las prioridades de los grupos de interés con relación a la valoración de las mismas realizada por las personas que ocupan puestos de toma de decisiones dentro del Grupo.

Mediante un análisis estadístico simple, se ha determinado una **escala valorativa** con cuatro grados de interés que se han asignado a los temas correspondientes para establecer las prioridades en cada grupo de interés.

### Valoración global de los grupos de interés



## MATRIZ DE MATERIALIDAD

Esta matriz indica el rango de valoración de los grupos de interés de cada uno de los temas tratados en la encuesta respecto al grupo de personas que toman decisiones en La Farga Group.

La valoración es muy positiva, siendo en general casi **coincidentes las prioridades desde ambas perspectivas**. Los puntos en los que la diferencia es mayor son los ámbitos correspondientes a las relaciones con los accionistas (Familia empresaria), la atención a los clientes y los aspectos económicos. Aún así, no existe ningún tema cuya valoración sea media o elevada para los grupos de interés y en cambio sea de poca relevancia para quien toma las decisiones de La Farga Group.

### Matriz de materialidad



### 3 EL AÑO EN UN VISTAZO



La Farga Group sigue su **proceso de expansión** para buscar clientes fuera del país, lo cual ha comportado un incremento de las exportaciones.



Ganzhou Jiangwu La Farga high-speed **RailwayCopperMaterials inicia su actividad** de fabricación de producto ferroviario para el mercado chino.



La Farga Group firma una *joint venture* con un socio estadounidense para hacer frente al **mercado americano** del *alambrón* mediante la aplicación de la tecnología de La Farga Lacambra.



A pesar de las condiciones económicas y del mercado, las empresas de La Farga Group han sabido **diversificar los productos y los mercados**, y mantener su posición gracias a la consolidación de los mismos.



La Farga Group sigue apostando fuerte por la **investigación de nuevos productos** con una importante aportación de recursos, siendo fiel a su enfoque hacia esta disciplina. Esto es posible gracias a la buena situación de sus productos y a su capacidad financiera y de producción.



## PERFIL

### Productividad anual de LFR



### Aleaciones de LFL de altas prestaciones



### Tecnología de LFL en el mundo



## ECONOMÍA



## INNOVACIÓN Y MEJORA

### Inversión en I+D+I



## EMPRESAS PROVEEDORAS

### Empresas proveedoras locales



## COMUNIDAD

### Inversión en becas



### Visitas al Museo del Cobre



## RECURSOS HUMANOS



## MEDIO AMBIENTE

### Consumo de **energía eléctrica**

**276** kW/h en relación con las toneladas de cobre producidas



### Consumo de **energía térmica**

**1.019** kW/h en relación con las toneladas de cobre producidas



### Consumo de **agua**

**1,15** m<sup>3</sup> en relación con las toneladas de cobre producidas



### Emisiones de **CO<sub>2</sub>**

en relación con las toneladas de cobre producidas: **340** g



### Materiales de **embalaje** recuperados al final de su vida útil

**99,4%** de los palés de madera y **95%** del resto de materiales de embalaje



## CLIENTES

### Nuevos clientes



**19,21%**  
**LFL**

**16,78%**  
**LFT**

**29,17%**  
**LFR**

### Índice de **satisfacción** de los **clientes**



**8,03**  
**LFL**

**7,74**  
**LFT**

**7,46**  
**LFR**

**7,12**  
**LFI**

## CALIDAD

### Planes de mejora



→ **15** proyectos

### Certificados de calidad



→ **3** productos conseguidos

→ **10%** de **mujeres** en la plantilla

→ **98%** trabajando a **jornada completa**

→ **90%** **procedentes** de la **comarca**

→ **87%** con **contrato indefinido**



# 4 UN RECORRIDO POR NUESTRA HISTORIA

Francesc Lacambra Pont inicia la dinastía empresarial en el barrio marítimo de la Barceloneta con la creación de una pequeña industria de fabricación de ollas y clavos de cobre que se amplió con una fundición de hierro.

1808

En el municipio de Les Masies de Voltregà, Francesc Lacambra construye una fragua junto al río Ter para producir planchas de cobre que se vendían en La Barceloneta para el recubrimiento de los veleros del puerto. Bajo la dirección de su hijo, Joan Lacambra, La Farga Lacambra inicia su actividad.

1852

Al fallecer Francesc Lacambra, sus hijos Ferran y Joan Lacambra Pujades heredan el negocio y continúan su actividad a través de la sociedad colectiva Hijos de Francisco Lacambra.

1870

La Farga es premiada en la Exposición Universal de Barcelona, hecho que demuestra la importancia ya adquirida por la empresa en estos años.

1888

Bajo la dirección de Josep Lacambra Saborit, hijo de Ferran Lacambra, La Farga amplía sus instalaciones e invierte en nueva maquinaria que le permitirá iniciar la fabricación del *alambrón*.

1913

El rey Alfonso XIII concede a Francesc Lacambra la Medalla al Mérito en el Trabajo y le otorga el título de conde de Lacambra. El heredero muere en 1933.

1927

La familia Lacambra impulsa numerosas actividades sociales y de fomento del deporte.

1950-60



1844

Se constituye como uno de los principales proveedores de cobre de la Casa de la Moneda de Barcelona.

1859

La familia Lacambra impulsa la construcción de una fábrica equipada con una turbina al lado de La Farga, que se arrienda a Joan Esteve Vilar, fabricante de hilados y tejidos de algodón.

1877

Al desaparecer la navegación a vela, se da un cambio de orientación al negocio y la industria se dedica a la fabricación de chapas para calderas, alambiques, etc.

1898

Cierra la industria de fundición de los Lacambra ubicada en La Barceloneta.

1914

La industria ferroviaria se convierte en el principal mercado de La Farga.

1936-39

Durante la Guerra Civil la empresa es colectivizada y la producción se destina a fines militares. Terminada la guerra, la empresa vuelve a manos de la familia Lacambra, bajo la gestión de Ramón Estany primero y de Francisco José Lacambra Estany después.



En un entorno de profunda crisis de la empresa, el bufete de abogados Castejón y Asociados elabora un informe sobre su situación económica y las posibles soluciones. Este año se constituye La Farga Lacambra, SA y la familia Lacambra deja de ser la propietaria de la entidad.

1980

Las continuas inversiones industriales aceleran el crecimiento de la compañía y se realiza un plan de redefinición industrial. La empresa entra en el mercado del hilo de soldadura para envases metálicos.

1990

Se constituye al 50% una *joint venture* entre LFL y British Company Delta.

1998

Retorno al mercado ferroviario con una nueva gama de productos para la electrificación. Se invierte en una nueva instalación de depuración de humos y se renuevan las oficinas.

2005

La Farga Lacambra cumple su bicentenario; se realizan varios actos y se edita el libro *Soluciones en cobre desde 1808*. También nace la nueva compañía La Farga Rod para la elaboración de *alambón* de cobre electrolítico y se inaugura el Museo del Cobre, ubicado en la antigua residencia de la familia Lacambra junto a las instalaciones de la compañía.

2008

En el marco del proceso de expansión del Grupo, Ganzhou Jiangwu La Farga high-speed **Railway Copper** Materials, la compañía nacida de la *joint venture* en China, inicia su actividad. También se firma una *joint venture* con un socio estadounidense para hacer frente al mercado americano del *alambón* mediante la aplicación de la tecnología de LFL. Seguimos apostando fuerte en la línea de investigación y desarrollo iniciada hace años, destacando la creación de un Centro de Investigación propio en la Universidad Autónoma de Barcelona.

2010



1959-75

Con la adquisición del tren de laminado de barras para *alambón* en 1952 y el tren semiautomático en 1976, la empresa vive su etapa de mayor desarrollo, consiguiendo aumentar los niveles de producción para abastecer mejor las necesidades del mercado.

1986

La Farga Lacambra pone en marcha la primera colada continua con reciclados de cobre del mundo que permite la fabricación de *alambón* térmico para este tipo de colada. Se obtiene la patente del proceso y su tecnología se vende a países de varios continentes.

1992

Se constituye una nueva fábrica para la producción de tubos de cobre.

2004

Se inicia una etapa de importantes inversiones ambientales con la construcción de la cubierta del patio de reciclados de cobre. Este mismo año se crea la Fundació La Farga, de carácter social.

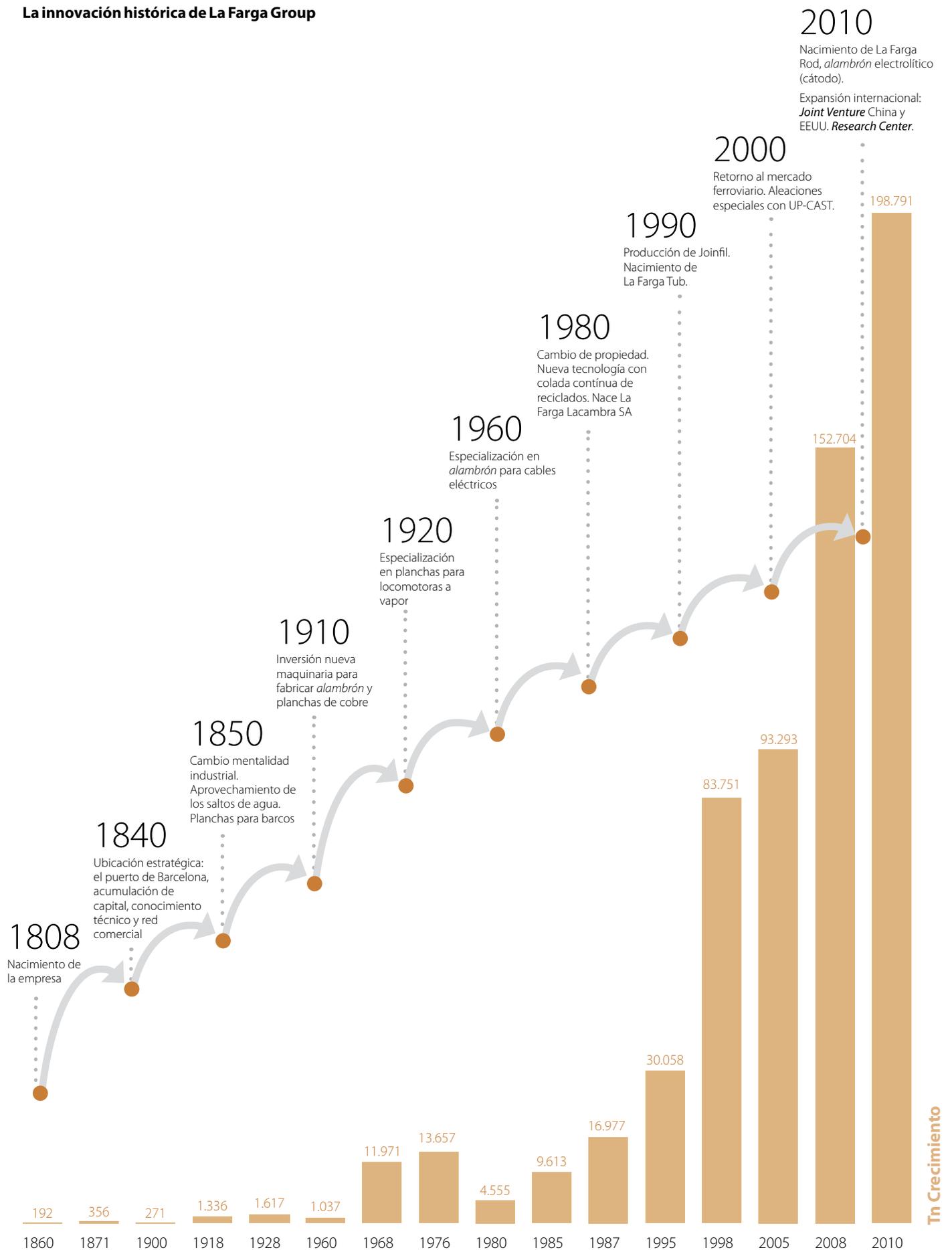
2006

Se crea la marca La Farga Group, *holding* constituido como empresa familiar. Ésta adquiere acciones de Tubo Técnico Europeo y, después de esta operación, Tubo Técnico Europeo pasa a denominarse La Farga Tub.

2009

LFL especializa su producción en artículos de cobre de altas prestaciones e introduce distintas aleaciones con otros materiales y entra en el mercado ferroviario con fuerza. También nace La Farga Intec que tiene como actividad la expansión y la venta de tecnología para la fabricación de *alambón* de cobre partiendo de reciclados, mediante el proceso de colada continua. Este mismo año, La Farga Group firma una *joint venture* con dos socios de China para la producción y distribución de producto ferroviario de cobre y sus aleaciones en el mercado chino. Se pone en funcionamiento la nueva depuradora de humos para la sección de fundición de La Farga Lacambra.

## La innovación histórica de La Farga Group



# 5 SOBRE LA FARGA

LA FARGA GROUP SOMOS UNA EMPRESA FAMILIAR CON UNA FILOSOFÍA MUY CLARA: INNOVAR CONSTANTEMENTE E INVERTIR PARA MEJORAR.



## 5.1 LA FARGA GROUP

El *holding* La Farga Group (Corporación Metalúrgica Catalana, SL) es una **empresa de carácter familiar** que dirige, gestiona y presta servicios de asesoramiento a las sociedades del Grupo y gestiona sus participaciones.

En los próximos años, la consolidación de LFG se basará en un refuerzo del enfoque a clientes y mercados, acompañado de una orientación hacia la investigación y la expansión.



### 5.1.1 LA FARGA LACAMBRA (LFL)

**Fabricación y comercialización de semielaborados de cobre mediante materiales reciclados y cátodos de cobre.** Hoy en día es el productor de España más diversificado en el sector de los semielaborados de cobre y dispone de una tecnología de reciclaje exclusiva puntera mundialmente que le permite recuperar cobre creando un círculo cerrado y ecológico, con el mínimo coste medioambiental. Se posiciona como una empresa proveedora de las principales operadoras de electrificación de todo el mundo, ofreciendo las mejores soluciones en términos de calidad, innovación y coste.

#### Diversificación, especialización e innovación como factores clave

En los últimos años, la diversificación y especialización en diferentes segmentos del mercado nos ha permitido afrontar la expansión de ámbito mundial. El sector ferroviario, en el que somos especialistas, nos posiciona como proveedor clave en el mercado nacional y europeo. Asimismo, la capacidad de innovación para crear procesos diferenciados y novedosos es un factor estratégico fundamental. Fruto de nuestras investigaciones en nuevas aleaciones producimos *alambrón* aleado, con el que podemos fabricar todos los trefilados.

#### PRODUCTOS

- *Alambrón*
- *Billets*
- Trefilados (hilos y cuerdas)

#### CLIENTES

- Fabricantes de cables eléctricos
- Fabricantes de señas que forrarán cobre desnudo
- Fabricantes de envases metálicos con soldadura
- Constructores de infraestructuras ferroviarias para la electrificación de la catenaria

Como novedad del 2010 destacan los **productos de cobre libres de oxígeno (Oxigen Free)** y los productos estañados:

- Argentrod, *alambrón* de cobre libre de oxígeno con plata
- OF-rod, *alambrón* de cobre libre de oxígeno
- Estañados, hilos y cuerdas

Este mismo año hemos desarrollado tres **marcas de alambrón** con distintas prestaciones técnicas. Se trata de tres categorías con tres valores particulares:

- F-Rod, *alambrón* de cobre obtenido mediante colada continua
- Multirod, *alambrón* de cobre para aplicación específica de máquinas trefiladoras multifilares
- Plusrod, *alambrón* de elevadas prestaciones con facilidad de recocido y mayor conductividad

#### DESTACADOS DEL AÑO

- El 2010 ha sido el año de la internacionalización y la diversificación de productos (nuevos artículos para cubrir nuevas necesidades, distintas a las del sector de la construcción) y mercados.
- La larga trayectoria en innovación nos ha permitido conseguir un alto nivel en la calidad del cobre.
- Un año más, se ponen de manifiesto los avances conseguidos en tecnología, reciclaje, calidad del producto y medio ambiente.
- La crisis ha comportado un mayor número de pedidos "a medida" de los clientes, lo cual ha requerido la contratación de 17 nuevas personas.

### 5.1.2 LA FARGA TUB (LFT)

**Fabricación, venta y distribución de tuberías de cobre** para los mercados de suministro de materiales de saneamiento y calefacción, aire acondicionado y refrigeración, y para el mercado industrial de fabricación de accesorios.

#### Diversificación para cubrir las necesidades del mercado

La búsqueda de nuevos mercados y la diversificación de productos, junto con la calidad del artículo y la capacidad de ser flexibles, han permitido la expansión de la compañía a lo largo del año. La interacción con nuestros clientes nos proporciona las líneas técnicas básicas para conseguir la máxima eficiencia en los procesos internos. Los trabajos realizados en innovación y la inversión en nueva maquinaria también han impulsado el progreso de la compañía.

#### PRODUCTOS

- Tubos para conducciones de agua, gas, calefacción, climatización y gases medicinales
- Tubos para usos industriales

#### CLIENTES

- Almacenes de distribución de tubos de cobre para aplicaciones sanitarias
- Almacenes especialistas en productos para la refrigeración
- Fabricantes de accesorios y otras aplicaciones industriales

LFT ha lanzado al mercado el **nuevo producto Level Wound Coil**, un tubo para aplicaciones industriales. Este artículo ha supuesto una importante inversión de recursos en investigación y maquinaria para producirlo.

#### DESTACADOS DEL AÑO

- El hecho de encontrar las alternativas oportunas en un mercado en recesión nos ha permitido la apertura hacia nuevos clientes, lo cual ha contribuido a la expansión de la compañía.
- El 2010 se ha caracterizado por un esfuerzo importante en investigación y maquinaria para crear nuevos productos y por la apertura a nuevos mercados, conservando las capacidades productivas industriales.

### 5.1.3 LA FARGA ROD (LFR)

**Fabricación y comercialización de alambrón electrolítico de cobre.** Mediante una tecnología puntera, que incorpora el más avanzado *state-of-the-art* del sector, se consigue un *alambrón* de altas prestaciones, que garantiza los máximos niveles de calidad y productividad a los clientes.

#### Mejorando la calidad

La consolidación de las técnicas de gestión de la mejora continua implantadas en la planta productiva (5's, Lean office, sistema de sugerencias, etc.) y la implantación de nuevos proyectos en esta línea nos han permitido mejorar significativamente la calidad del producto.

#### PRODUCTOS

- *Alambrón* electrolítico

#### CLIENTES

- Esmaltadores
- Fabricantes de pletinas
- Fabricantes de cables



## DESTACADOS DEL AÑO



- A pesar del complejo entorno de mercado, en el 2010 hemos incrementado las ventas (del 40% al 43%) fuera de España; los mercados servidos son los mismos pero hemos tenido una mayor presencia en ellos.
- Hemos mejorado significativamente la calidad del producto gracias a la consolidación e implantación de proyectos de mejora continua.
- Hay que destacar la importante inversión realizada en una nueva línea de producción para ampliar la gama de productos ofrecidos al mercado.
- Cifra 0 de accidentes con baja, tanto de personal propio como de personal externo.

### 5.1.4 LA FARGA INTEC (LFI)

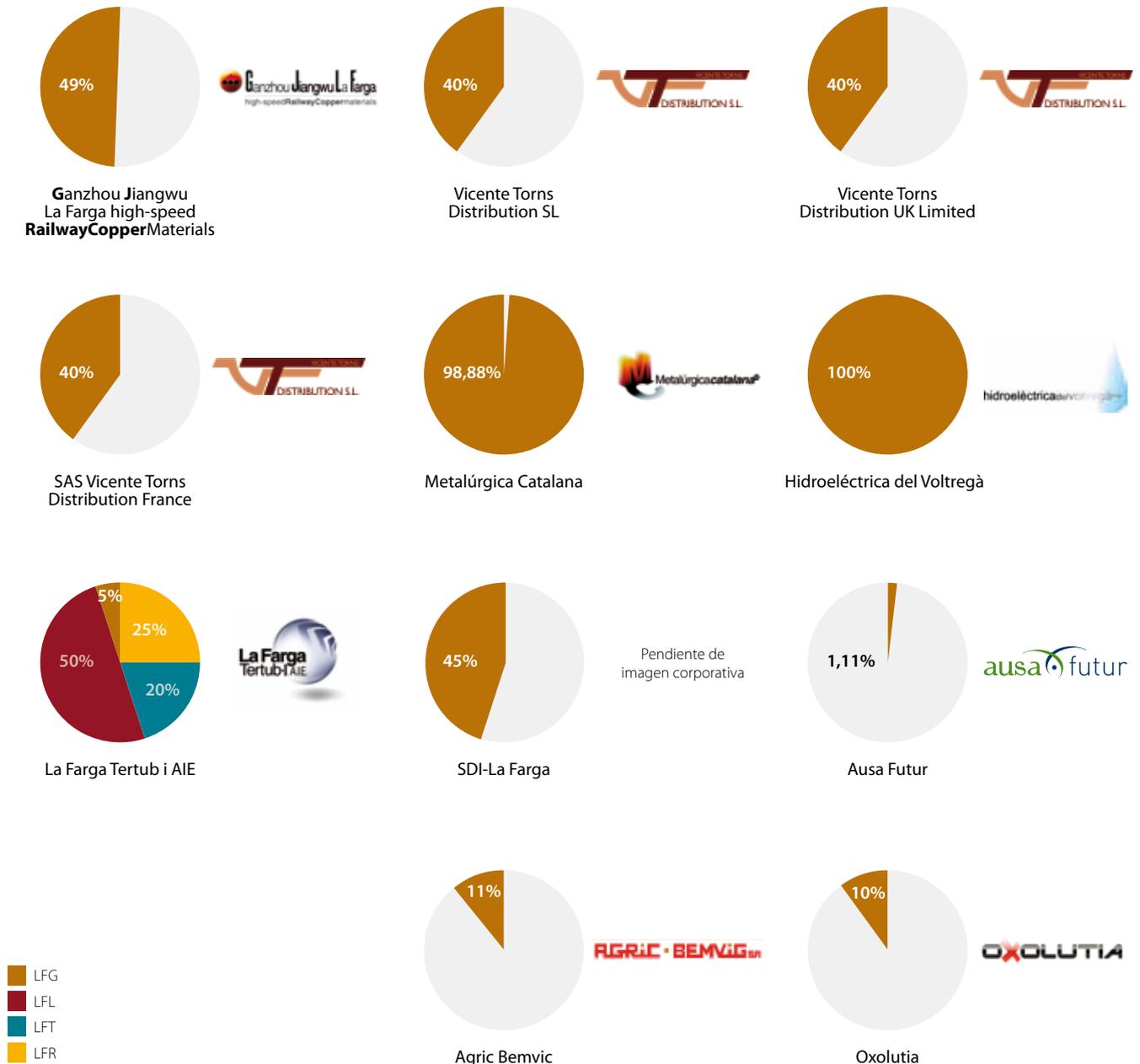
**La Farga Intec tiene un doble objetivo: por un lado, la gestión de la venta de tecnología que se realiza a través de la *joint venture* con la empresa italiana Continuus Properzi, y por otro lado, la planificación y gestión de la expansión de LFG.**

Con la empresa italiana vendemos la tecnología patentada por LFL para la fabricación de *alambión* de cobre partiendo de reciclados. Con el proceso de venta de tecnología también se ofrece formación a los clientes, así como un servicio técnico y de asesoramiento para la puesta en marcha de la planta productiva; los técnicos y operarios del Grupo trabajan in situ para transmitir el conocimiento que tienen de las máquinas y la forma de trabajar en un proceso industrial como éste. La venta de esta tecnología ha supuesto un fenómeno de expansión que el Grupo está realizando con la empresa italiana desde hace más de 20 años; dicha actividad ha permitido que se localicen plantas que utilizan nuestro proceso alrededor del mundo.

LFI también es responsable del seguimiento de las empresas participadas de LFG.



## Empresas participadas



## Internacionalización: China y los Estados Unidos

Uno de los objetivos de LFI es el desarrollo de nuevos proyectos de expansión, estrategia clave para LFG. La entrada en el mercado chino y el estadounidense completan nuestra presencia productiva en dos **mercados internacionales estratégicos**.

Para dar cobertura al aumento de la demanda del gigante asiático, el pasado 2009 LFG firmó una *joint venture* con una empresa china, de la cual tiene el 49% de participación. La actividad de la nueva compañía, de nombre Ganzhou Jiangwu La Farga high-speed Railway Copper Materials, es la fabricación de componentes de cobre y aleaciones para el sector ferroviario en China.

A finales de 2010 se inauguró la nueva factoría -en la que se han invertido tres millones de dólares de EE.UU.- junto con dos socios locales, uno de ellos estatal. A lo largo del año se ha trabajado en la puesta en marcha de toda la planta para que pudiera comenzar a producir a principios del 2011 con una plantilla inicial de 61 trabajadores.

Por otro lado, cabe destacar también la firma de una *joint venture* con un socio americano para hacer frente al mercado estadounidense del *alambro*n mediante la aplicación de la tecnología de LFL. La nueva empresa, de nombre SDI-La Farga, nos permitirá ofrecer nuestros productos y su calidad al mercado americano.



## 5.2 NUESTRAS MARCAS

**La Farga Advanced Materials** es una marca propia que distingue los productos desarrollados a raíz de un proceso de innovación.



El cobre EVELEC™ es un material que, a base de microaleaciones, mejora la resistencia de este metal al desgaste entre un 30 y un 50% frente a los productos habitualmente utilizados en líneas convencionales.



La tecnología EVELHISTM, desarrollada por LFL, es específica de los materiales destinados a la alta velocidad y se adapta perfectamente a las exigencias de los productos que se destinan a esta aplicación, superando incluso las prestaciones técnicas exigidas por las normas internacionales.



COPPERclean™, desarrollado por LFT, distingue e informa de las propiedades higiénico sanitarias del cobre y, por lo tanto, garantiza que el tubo de cobre tiene dichas propiedades.



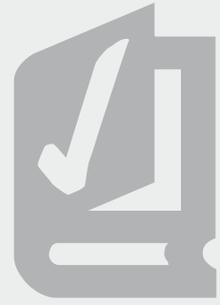
ECOCOPPER™, ofrecidos por LFL, son materiales en forma de semielaborados: alambrones y artículos macizos y trefilados. Son productos de cobre procedentes al 100% de material reciclado y entre sus principales beneficios está el de contribuir a ahorrar recursos y energía.



## EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

### Creación de la página web **www.trolleywiresolutions.es**

*La Farga Lacambra crea una web exclusiva de producto ferroviario para segmentar el mercado*



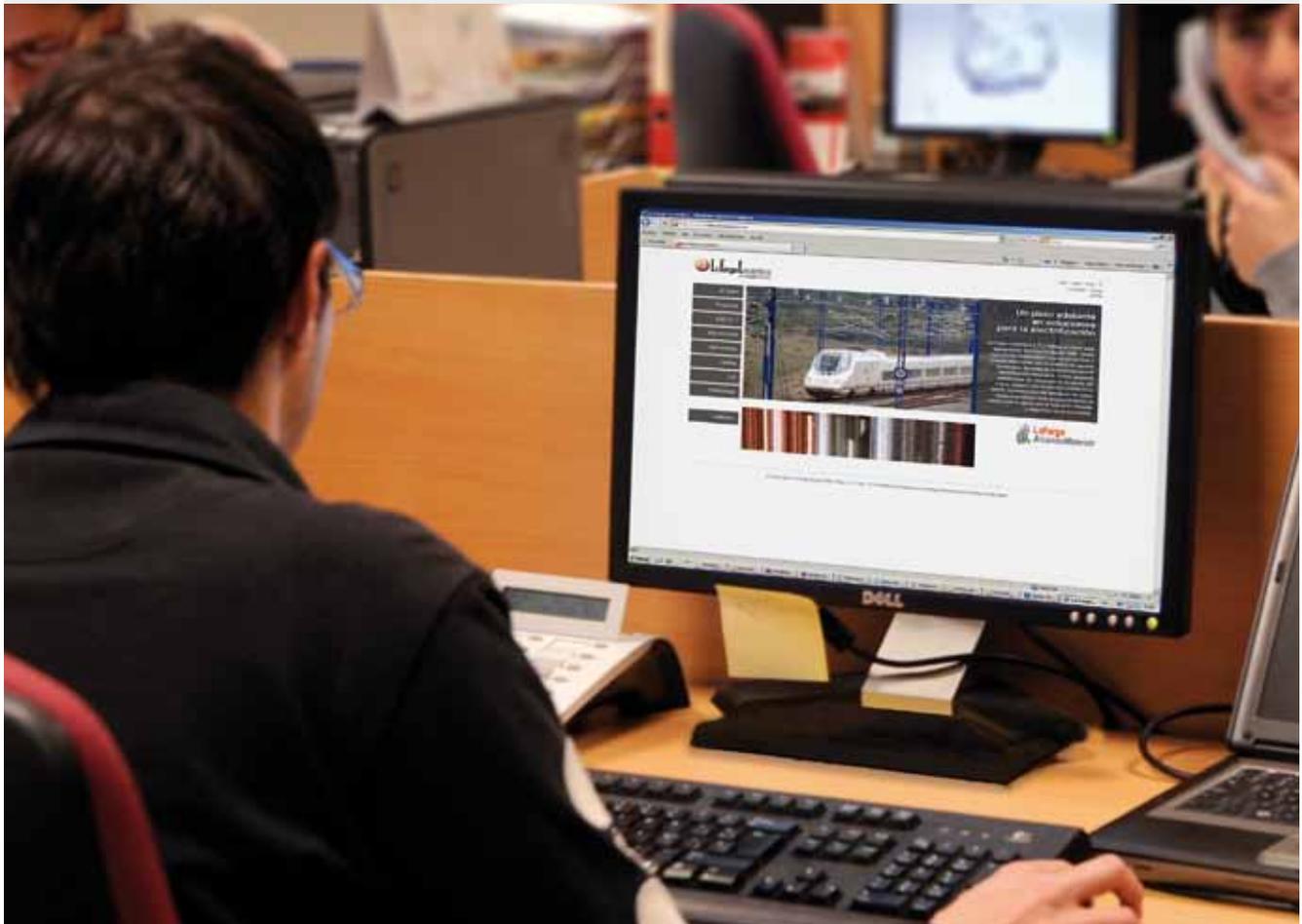
#### DESCRIPCIÓN

LFL presenta la nueva página web exclusiva para los productos ferroviarios [www.trolleywiresolutions.es](http://www.trolleywiresolutions.es), con información específica sobre las marcas EVELEC™ y EVELHIS™.

Se trata de un portal dinámico, accesible y dotado de toda la información técnica de cada uno de los productos. La página web, pensada para ofrecer mayores facilidades a los usuarios y clientes, proporciona de cada uno de los productos sus características técnicas, la gama a la que pertenece, las secciones disponibles y el embalaje con el que se presenta, así como la política de calidad

de la empresa y la colaboración de LFL con los centros tecnológicos del país. Ofrece además los productos de las marcas propias EVELHIS™ y EVELEC™, desarrollados para dar respuesta a las necesidades del sector.

LFL suministra los materiales habituales para la electrificación del sector ferroviario, integrando todo el proceso productivo desde la producción del *alambro*n de cobre hasta el producto ferroviario final, proporcionando a los clientes toda la gama de productos de cobre del sector y la seguridad en su entrega.

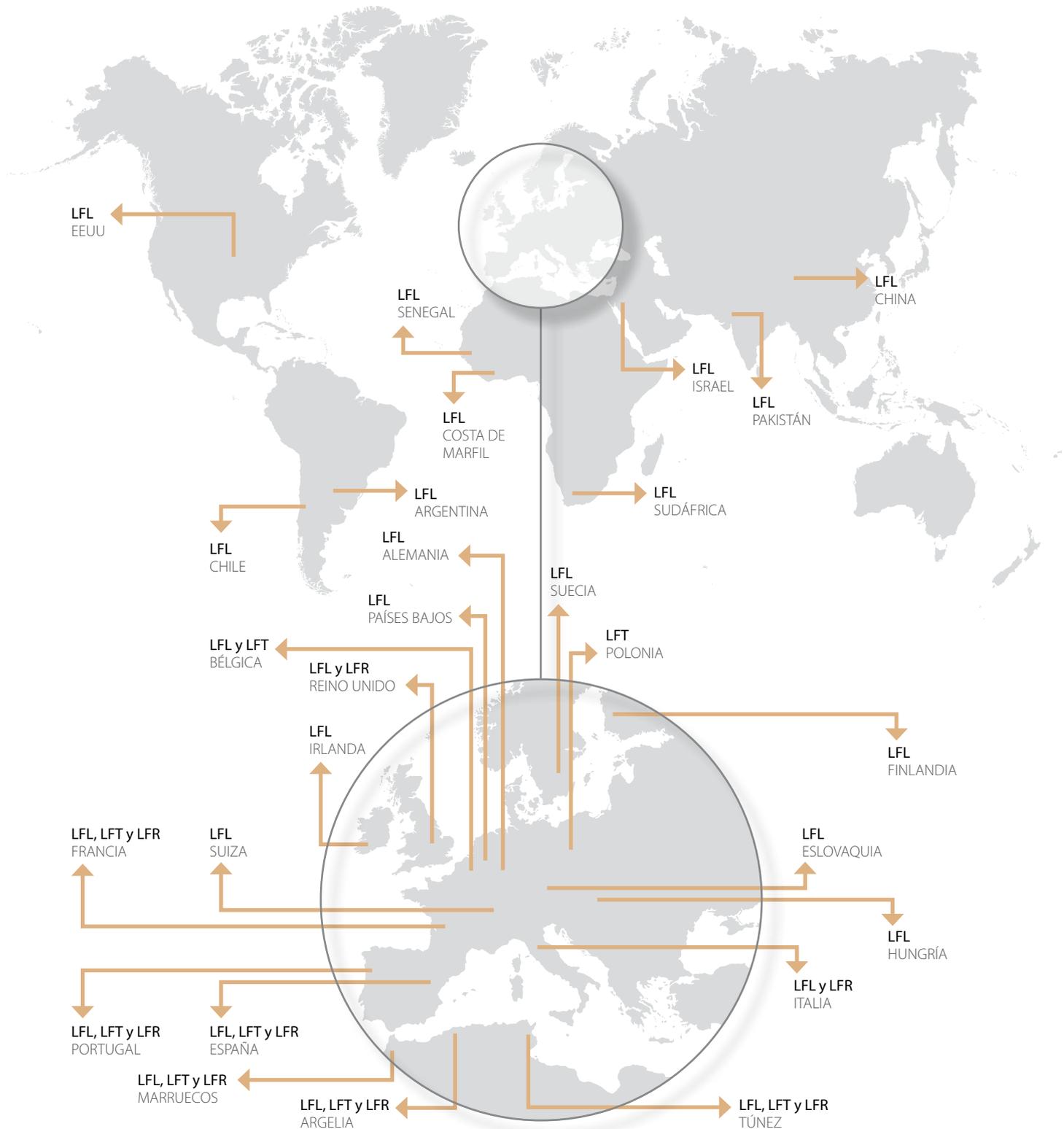


### 5.3 MAPA DE OPERACIONES

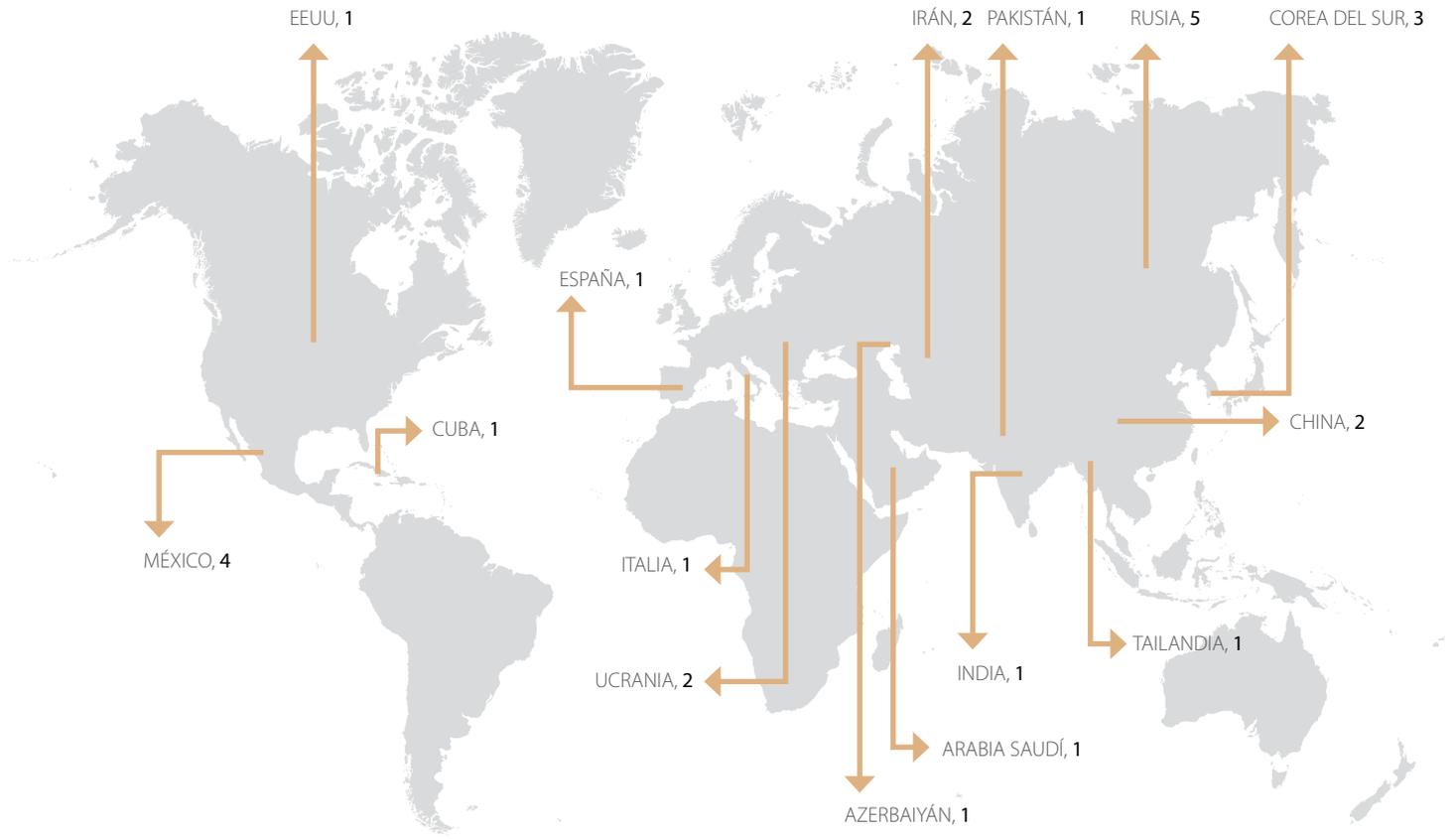
Como **compañía multinacional**, continuamos reforzando la vertiente internacional de LFG, llevando a cabo operaciones en numerosos países. Entre estas actividades figura la comercialización de productos en los mercados industriales y de distribución, la venta de tecnología avanzada y, cada vez más, la fabricación de productos. Ello ha supuesto un nuevo esfuerzo de adaptación de la empresa a este contexto

de **creciente internacionalización** y de **cambios en el mercado**.

Las zonas geográficas donde desarrollamos actividades se han mantenido respecto al año anterior, destacando sin embargo las nuevas inversiones en China y los Estados Unidos a través de la firma de *joint ventures* en ambos países.



**País y número de las plantas productivas donde se ha vendido la tecnología desarrollada por LFL**



En la larga trayectoria de colaboración entre LFL y *Continuus Properzi*, las dos empresas han dotado de su tecnología **27 plantas en 15 países** alrededor del mundo.

En el 2010 han finalizado las start-up's de TPCO (China) y Kamkat (Rusia), y se ha vendido tecnología a la nueva planta de SDI-La Farga en los Estados Unidos.



## 5.4 PERTENENCIA A ASOCIACIONES Y ORGANIZACIONES SECTORIALES Y DEL ENTORNO

La **implicación** de LFG con el sector y el territorio se materializa en relaciones de colaboración, participación y/o soporte con agentes sociales, sectoriales o empresariales de ámbito local, estatal e internacional.

### LA FARGA GROUP

#### ES UNA EMPRESA ASOCIADA A:

- CENTRO ESPAÑOL DE INFORMACIÓN DEL COBRE (CEDIC)** → Asociación profesional que integra prácticamente la totalidad de las empresas de la industria básica del cobre en España (fundidoras-refinadoras y semitransformadoras de cobre y de sus aleaciones).
- UNIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DEL COBRE - UNICOBRE** → Asociación española que agrupa empresas del cobre.
- ASSOCIACIÓ CATALANA DE L'EMPRESA FAMILIAR (ASCEF)** → Institución constituida por un grupo de empresarios catalanes ante el reto que tienen las empresas familiares.
- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DEL METAL - CONFEMETAL** → Organización patronal del sector del metal en España, formada por asociaciones representativas del sector provincial y por las asociaciones nacionales representativas de las diversas ramas de actividad del metal (asociaciones sectoriales y territoriales).
- BUREAU OF INTERNATIONAL RECYCLING (BIR)** → Federación internacional de comercio que representa el mundo de la industria del reciclaje, en especial los hierros y metales, papel y textiles.
- AENOR** (Desde 1993) → **CTN-131 Comité Técnico de Normalización**  
Comité para la elaboración de normas nacionales en el sector del cobre y de sus aleaciones.  
**CTC-004 Comité Técnico de Certificación**  
Comité para el control del proceso de certificación del tubo de cobre en España, según las normas nacionales aplicables en cada caso.
- CAMBRA DE COMERÇ DE BARCELONA** → Representa, promueve y defiende los intereses generales del comercio, la industria y la navegación, y tiene competencias y funciones públicas administrativas.
- AUSA FUTUR** → Sociedad formada con el objetivo de mejorar y potenciar el desarrollo tecnológico e industrial de Osona.
- INDUSTRIA XXI** → Plataforma que surge para dar a conocer la realidad objetiva de la industria catalana como núcleo articulador y motor de la economía, con la voluntad de encontrar la complicidad y el apoyo necesarios para seguir liderando el progreso económico y social del país.
- RAILGRUP** → Asociación del sector ferroviario cuyo objetivo primordial es potenciar la competitividad global de sus miembros, promoviendo, representando y defendiendo su imagen e intereses colectivos. La Farga Group participa en el desarrollo de actividades específicas de la Comisión de Desarrollo de Negocio, Comisión de Divulgación y Comisión de I+D+I.
- CLÚSTER DE MATERIALES AVANZADOS** → Grupo de empresas del mismo sector, o de ramos diferentes pero con un negocio en común, que comparten retos estratégicos. Su objetivo es el desarrollo de materiales avanzados con nuevas funcionalidades y aplicaciones y de nuevos eco-procesos de fabricación que disminuyan la generación de residuos, el consumo de energía y el uso de materiales de partida no renovables, alcanzando ciclos de vida de producto con bajo o nulo impacto ambiental.

## ES MIEMBRO ACTIVO DE:

**ROD COMMITTEE (COMITÉ DEL ALAMBRÓN) Y DE TUBE COMMITTEE (COMITÉ DEL TUBO), ORGANIZADOS POR EL INTERNATIONAL WROUGHT COPPER COUNCIL (IWCC)** → Comités que se reúnen periódicamente para analizar la evolución del mercado del alambón.

**CAMBRA DE COMERÇ DE BARCELONA** → Institución que vela por los intereses generales de las empresas del país.

**ASOCIACIÓN CATALANA DE EJECUTIVOS, DIRECTIVOS Y EMPRESARIOS (ACEDE)** → Asociación de empresarios de diferentes sectores, representantes políticos de todos los partidos, sindicatos y agentes sociales. Su misión es contribuir a la consolidación de la identidad de Cataluña como un país próspero, competitivo y con instituciones económicas y sociales comprometidas y colaboradoras.

**COMITÉ EUROPEO DE NORMALIZACIÓN (CEN)** → TC-133: comité para la normalización de productos de cobre y sus aleaciones. Participamos activamente en el TC-133, formado por dos proyectos: el WG1, donde somos *convenors*, y el WG3.

## ES MIEMBRO FUNDADOR DE:

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES EXPORTADORES DE MATERIAL, EQUIPOS Y SERVICIOS FERROVIARIOS (MAFEX)** → Asociación sin ánimo de lucro cuyo objetivo principal es el de servir al sector ferroviario español mediante la ayuda a sus empresas en sus acciones de promoción exterior, así como mediante la defensa de los intereses generales de sus compañías asociadas.

## FORMA PARTE DEL PATRONATO DE:

**CENTRE DE FORMACIÓ EN TECNOLOGIES DE MANLLEU (CEFORTEM)** → La Fundació Delaris-Sanglas del Centre de Formació en Tecnologies de Manlleu (CEFORTEM) tiene como finalidad promover los estudios de formación profesional en la comarca de Osona, así como la formación y el reciclaje de los trabajadores.

## ES CONSEJERA DE:

**EUROPEAN COPPER INSTITUTE (ECI)** → Asociación promovida por la International Copper Association, Ltd. (ICA) y la industria europea de fabricantes de cobre.

## EJERCE LA PRESIDENCIA DE:

**CAMPAÑA EUROPEA DE PROMOCIÓN DEL TUBO Y ACCESORIOS DE COBRE (ECPPC)** → Campaña informativa sobre el uso y ventajas del cobre, con el objetivo de dar a conocer en Europa los aspectos más relevantes sobre la producción, instalación y características del tubo y accesorios de este material.

## EJERCE LA VICEPRESIDENCIA DE:

**CTC-004 COMITÉ TÉCNICO DE CERTIFICACIÓN DE AENOR** → Comité para el control del proceso de certificación del tubo de cobre en España, según las normas nacionales aplicables en cada caso.

## COLABORA CON:

**UNIVERSIDADES Y CENTROS TECNOLÓGICOS** → Universidad Politécnica de Madrid, Universidad de Vic, Universidad de Barcelona, Universidad Dey Aachen, Universidad Politécnica de Cataluña, CTM, Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDEM) E INASMET, Universidad Autónoma de Barcelona, Ascamm Centro Tecnológico.



## EN EL ÁMBITO DE LA INNOVACIÓN, TRABAJA CON:

### CLUB DE LA INNOVACIÓN

→ Foro de empresas industriales de varios sectores para compartir, intercambiar y debatir experiencias e ideas. Pretende abordar, entre otras, las actividades siguientes:

- Intercambiar experiencias de gestión de la innovación, proyectos de I+D, etc., presentando casos reales (de éxito o no).
- Proponer ideas sobre cómo gestionar mejor los aspectos de innovación y debatirlas entre los participantes.
- Presentar tendencias tecnológicas y tecnologías concretas de interés compartido.
- Debatir posibilidades y/o oportunidades de innovación transectorial por convergencia, hibridación y/o combinación de tecnologías, etc.

El Centro Tecnológico de la Fundación Ascamm es el impulsor y coordinador de esta iniciativa, que cuenta actualmente con la participación de 19 empresas. El club está abierto a la incorporación gradual de otras empresas industriales, pero con la intención inicial de no superar las 30 para que el debate sea operativo y fructífero. En ocasiones concretas, también podrán incorporarse a las sesiones otras empresas y entidades según los intereses y temas a tratar.

### COMISIÓN DE I+D+I DE RAILGRUP

→ Comisión que asume las funciones siguientes:

- Informar sobre las convocatorias de ACC1Ó para financiación de proyectos.
- Informar sobre la actividad de la Plataforma Tecnológica Ferroviaria Española (PTFE).
- Actualizar la Agenda Estratégica de la Plataforma Tecnológica Ferroviaria Española (PTFE).
- Presentar el seguimiento del proyecto CATdBTren.
- Presentar la aplicación de tecnología RFID al sector ferroviario.
- Seguir los proyectos Railbook (Manual integrado de diseño y evaluación de terminales ferroviarias) y Charge & Ride (Estación energéticamente eficiente).
- Hacer balance de la jornada de Inmersión Estratégica de Railgrup.
- Preparar de jornadas y visitas técnicas.

### CLUB DE INNOVADORES DE ACC1Ó

→ Desde el 2009, ACC1Ó impulsa el Club de Innovadores, una red de personas inquietas e impulsoras de la innovación (y con capacidad de decisión) dentro de su empresa. Actualmente, este club está formado por más de 100 miembros, los cuales son básicamente directores de marketing, de I+D y de innovación y directores generales o propietarios. Se realizan dos tipos de sesiones:

- Captación de conocimiento, jornadas plenarias basadas en ponencias de expertos nacionales y/o internacionales en el ámbito de la innovación.
- *¿En tu casa o en la mía?*, jornadas reducidas a pocos participantes basadas en la visita en la empresa de un miembro del club, quien comparte con ellos sus experiencias y/o retos de innovación.

Los miembros del Club de Innovadores comparten un espacio virtual (<http://www.anella.cat/group/clubinnovadors/portada>) que les permite acceder a la información de contacto de los otros miembros y también a las agendas y contenidos de las sesiones.

## EN EL MERCADO CHINO:

**SE HA ASOCIADO CON LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO DE ESPAÑA EN CHINA**

**SE HA INCORPORADO EN EL GRUPO DE TRABAJO DE EMPRESAS DEL SECTOR FERROVIARIO INSTALADAS EN CHINA**

## 5.5 PARTICIPACIÓN EN FERIAS

### **La Farga Lacambra participa con un stand propio en la Feria InnoTrans Berlín 2010, exclusiva del sector ferroviario**

La Feria InnoTrans (Feria Internacional de Tecnología en el Transporte), celebrada en Berlín (Alemania), es la plataforma nacional e internacional para los proveedores y los compradores de transporte de viajeros y mercancías. Su exposición central se centra en la tecnología ferroviaria y el tráfico ferroviario, pero también expone tecnología relacionada con los vehículos sobre carriles, el tráfico de pasajeros, la planificación vial, las técnicas de comunicaciones, las instalaciones para el procesamiento de datos, la logística o la construcción de túneles. La última edición ofreció un panorama representativo de las nuevas y recientes versiones de los vehículos y de sus sistemas y componentes y también del medio de transporte ferroviario. LFL, como empresa de referencia en tecnología ferroviaria del mercado español, estuvo presente en la Feria InnoTrans con un stand propio presentado sus nuevos productos de altas prestaciones tecnológicas, entre los cuales destaca el EVELEC.



### **La Farga Tub participa con el ECPPC en la feria InstalMAT de referencia en el sector de las instalaciones de España**

El Salón Integral de Materiales para Instalaciones, InstalMAT, de periodicidad bienal, es un encuentro de referencia de los profesionales de las instalaciones en España, al englobar una oferta expositiva integral y el mayor foro de debate y reflexión sobre los temas que marcarán el futuro del sector. En su última edición, la innovación y la eficiencia energética han sido las protagonistas del certamen. En el marco de esta feria, LFT y otros fabricantes de tubo de cobre y accesorios han participado en la Campaña europea de información de tubo y accesorios de cobre para instalaciones de agua, gas y calefacción (ECPPC), coordinada por el comité español del que forma parte el Centro Español de Información de Cobre (CEDIC).

## 5.6 RECONOCIMIENTO A LA TRAYECTORIA

### **Placa conmemorativa del 50 aniversario de Metalúrgica Catalana, SA**

El Día de la Cámara es el acto más emblemático que celebra la Cámara de Comerç de Barcelona a lo largo del año, porque reconoce a todas aquellas empresas e instituciones que han trabajado con fuerza y continuidad hasta convertirse en un modelo de referencia para el mundo empresarial y social. En este acto la Cámara entregó a Metalúrgica Catalana la placa conmemorativa de la celebración de su 50 aniversario.



### **La Farga Group como modelo de responsabilidad social por la Cámara de Madrid**

En el marco del curso certificado *Herramientas prácticas para la gestión de la responsabilidad social empresarial en las pymes según las directrices del Global Reporting Initiative (GRI)*, la Cámara de Madrid escogió La Farga Group como empresa modelo de cómo una pyme elabora una memoria de sostenibilidad.



# 6 ÓRGANOS DE GOBIERNO

LA FARGA GROUP ES UNA SOCIEDAD SUJETA A UN PROTOCOLO FAMILIAR ACORDADO POR LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS EN 2001, QUE GARANTIZA LA GESTIÓN PROFESIONALIZADA Y LA SUCESIÓN DE LA EMPRESA.



Con un enfoque sólido de **buen gobierno y ética**, la gestión de la actividad de LFG se sustenta en un equilibrio de poderes entre la familia propietaria y los órganos de gestión, que poseen un consejo de administración con dos consejeros externos.

Los órganos de gobierno de LFG son la Junta General de Accionistas, los consejos administrativos y las direcciones generales. Un 15% de los miembros del Consejo Administrativo de LFG son mujeres.

Hay una clara **división de funciones** entre los órganos de gobierno de la familia y los órganos de gobierno de la empresa.

La estructura de gobierno de LFG se complementa con **departamentos de gestión** que disponen de sistemas y políticas en las áreas de salud y seguridad, medio ambiente, comunidad, recursos humanos, I+D+i, economía, calidad y desarrollo sostenible.

En el 2010 se ha iniciado una reforma en la estructura organizativa del Grupo con el objetivo de potenciar un mayor **enfoque de servicio a los clientes y mercados**, cambiando la perspectiva más industrial existente hasta el momento.

## Índice de satisfacción de los accionistas y del Consejo Administrativo de LFG

Mediante una encuesta, evaluamos el grado de satisfacción y recogemos las opiniones y sugerencias de los accionistas de LFG y de los miembros de su Consejo de Administración. La última evaluación se realizó en 2008; para los accionistas, el grado de satisfacción se situó en un 6,83 y para el consejo, en un 8,20 (ambas en una escala del 0 al 10). En el 2011 se realizará de nuevo esta evaluación.



## 6.1. ORGANIGRAMA

### ASAMBLEA FAMILIAR



**Composició:** Ana Fisas (presidenta), Adelaida Fisas, Amadeu Fisas, Anna Guixà, Carles Guixà, Cristina Fisas, Edgar Guixà, Eva Fisas, Eva Guixà, Ferran Fisas, Imma Fisas, Inka Guixà, Isa Fisas, Marta Fisas, M. Rosa Armengol, M. Rosa Fisas, Oriol Guixà, Papik Fisas, Vicenç Fisas y Xavier Fisas.

**Funciones:** definir la estrategia de la familia empresaria y promover el espíritu empresarial dentro de la familia. Este órgano delega su responsabilidad al Consejo de Familia.

### CONSEJO DE FAMILIA



**Composició:** Ana Fisas (presidenta de honor), Isa Fisas (secretaria), Ferran Fisas (responsable de comunicació), Fernando Sánchez Mora (asesor externo), Amadeu Fisas, Carles Guixà, Cristina Fisas, Eva Guixà, M. Rosa Armengol, Oriol Guixà y Vicenç Fisas.

**Funciones:** actuar como nexo de unión entre la empresa y la familia empresaria, sin poder de decisión pero sí de asesoramiento. Cuidar y asegurar la buena aplicación de los principios y de las normas del protocolo familiar.

### CONSEJO DE FAMILIA JUNIOR



**Composició:** Pol Pérez (Presidente) y Judith Carreté (secretaria).

**Funciones:** actuar como nexo de unión entre la empresa y la familia empresaria sin poder de decisión, pero sí de asesoramiento. Cuidar y asegurar la buena aplicación de los principios y de las normas del protocolo familiar.

### FUNDACIÓ LA FARGA



#### Patronato

Patrones fundadores:  
Vicenç Fisas y Oriol Guixà.

Patrones:

Adelaida Fisas, Anna Guixà y Edgar Guixà.

#### Composició

Presidente: Vicenç Fisas.

Secretaria: Adelaida Fisas.

Vocales: Oriol Guixà, Anna Guixà y Edgar Guixà.

**Funciones:** representar la fundación en toda clase de actos y contratos, así como elaborar la programación de actividades y el destino de fondos económicos.



## LA FARGA GROUP



### JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

**Composición:** Adelaida Fisas, Amadeu Fisas, Anna Fisas, Anna Guixà, Carles Guixà, Cristina Fisas, Edgar Guixà, Eva Fisas, Eva Guixà, Ferran Fisas, Imma Fisas, Inka Guixà, Isa Fisas, M. Rosa Armengol, M. Rosa Fisas, Oriol Guixà, Papik Fisas, Vicenç Fisas y Xavier Fisas.

### CONSEJO ADMINISTRATIVO

**Composición:** Vicenç Fisas (presidente), Oriol Guixà (consejero delegado), Ana Fisas (consejera de honor), Antoni Crous, Papik Fisas, Pere Rifà y Francesc Homs (consejeros) e Ignasi Castejón (secretario no consejero).



## COMITÉ EJECUTIVO DEL GRUPO INDUSTRIAL

**Composición:** consejero delegado, director general de LFL, director general de LFT y director general de LFR.

**Funciones:** definir la estrategia corporativa y el control operativo, establecer las acciones correctivas y definir la información que se presenta al Consejo de Administración.

## COMITÉ DE DIRECCIÓN

**Composición:** director general de LFL, director general de LFT, director general de LFR y todos los directores departamentales de LFL, LFT y LFR.

**Funciones:** trasladar las decisiones estratégicas a la parte ejecutiva y definir la política y los medios destinados a poner en práctica la estrategia.

## COMITÉ DE ÉTICA

**Funciones:** dar respuesta a las posibles dudas o consultas que puedan surgir en la aplicación del Código ético, y recibir y gestionar los incumplimientos o vulneraciones de las conductas recogidas en el mismo. Este comité dispone de una dirección de correo electrónico para vehicular las consultas, demandas o sugerencias.

## COMITÉ DE COMUNICACIÓN

**Composición:** asesora en comunicación, consejero delegado, director general de LFL, director general de LFT, director general de LFR, dirección de desarrollo corporativo, dirección de recursos humanos y dirección comercial.

**Funciones:** decidir la estrategia de comunicación que debe seguir la empresa, tanto interna como externa.

## COMITÉ DE SEGURIDAD Y SALUD

**Funciones:** participar en la elaboración, puesta en práctica y evaluación de los planes y programas de prevención de riesgos en la empresa. Promover iniciativas sobre métodos y procedimientos para la prevención efectiva de los riesgos, proponiendo a la empresa la mejora de las condiciones o la corrección de las deficiencias existentes. Este comité representa al 100% de la plantilla.

## COMITÉ DE INNOVACIÓN PARA EL DESARROLLO (CID)

**Composición:** consejero delegado, director general de LFL, director general de LFT, director general de LFR, directora general de LFI, dirección de desarrollo corporativo, dirección de I+D+I, gestora de la investigación, técnico de I+D+I y un asesor externo.

**Funciones:** desarrollar nuevos productos; determinar las pautas de innovación y los recursos de los que se dispone en I+D+I; recoger las sugerencias, tanto de producto como de proceso, de empleados, clientes y proveedores, y hacer el seguimiento de los proyectos. Este comité trabaja por objetivos.

## COMITÉ 9CIP (NUEVOS CLIENTES Y PRODUCTOS)

**Composición:** dirección comercial, dirección de desarrollo corporativo, director general de LFL, director general de LFT y director general de LFR.

**Funciones:** recoger las demandas de los clientes y a través del Departamento de Calidad, junto con I+D+I, confeccionar una especificación técnica del producto y desarrollar su elaboración. Gestionar, coordinar y controlar el seguimiento de nuevos clientes.

## COMITÉ YOURCOPPERSOLUTIONS

**Composición:** dirección comercial, gestores de clientes, dirección de I+D+I, responsable de operaciones, responsable del Lean y dirección de calidad.

**Funciones:** hacer el seguimiento de las demandas de los clientes para nuevos productos y llevar un control de las fichas de atención especial de nuevos productos.

## COMITÉ DE INNOVACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN

**Composición:** consejero delegado, director general de LFL, dirección de I+D+I, dirección de compras, dirección de desarrollo corporativo, gestora de la investigación, técnico de I+D+I y dos investigadores en I+D+I.

**Funciones:** dar seguimiento a los proyectos de investigación.

## COMITÉ DE INNOVACIÓN PARA EL MERCADO

**Composición:** los miembros que lo componen varían en función del tema a tratar.

**Funciones:** introducir las ideas del mercado en el proceso de innovación.

## COMITÉ DE INNOVACIÓN PARA OPERACIONES

**Composición:** los miembros que lo componen están en función de cada una de las compañías del grupo.

**Funciones:** trasladar los proyectos de innovación de riesgo bajo a ejecuciones (calidad, ingeniería y operaciones). Cada empresa tiene su seguimiento independiente de este comité que se puede integrar dentro de otros comités más ejecutivos.



# 7 NUESTRO ENFOQUE DE DESARROLLO SOSTENIBLE

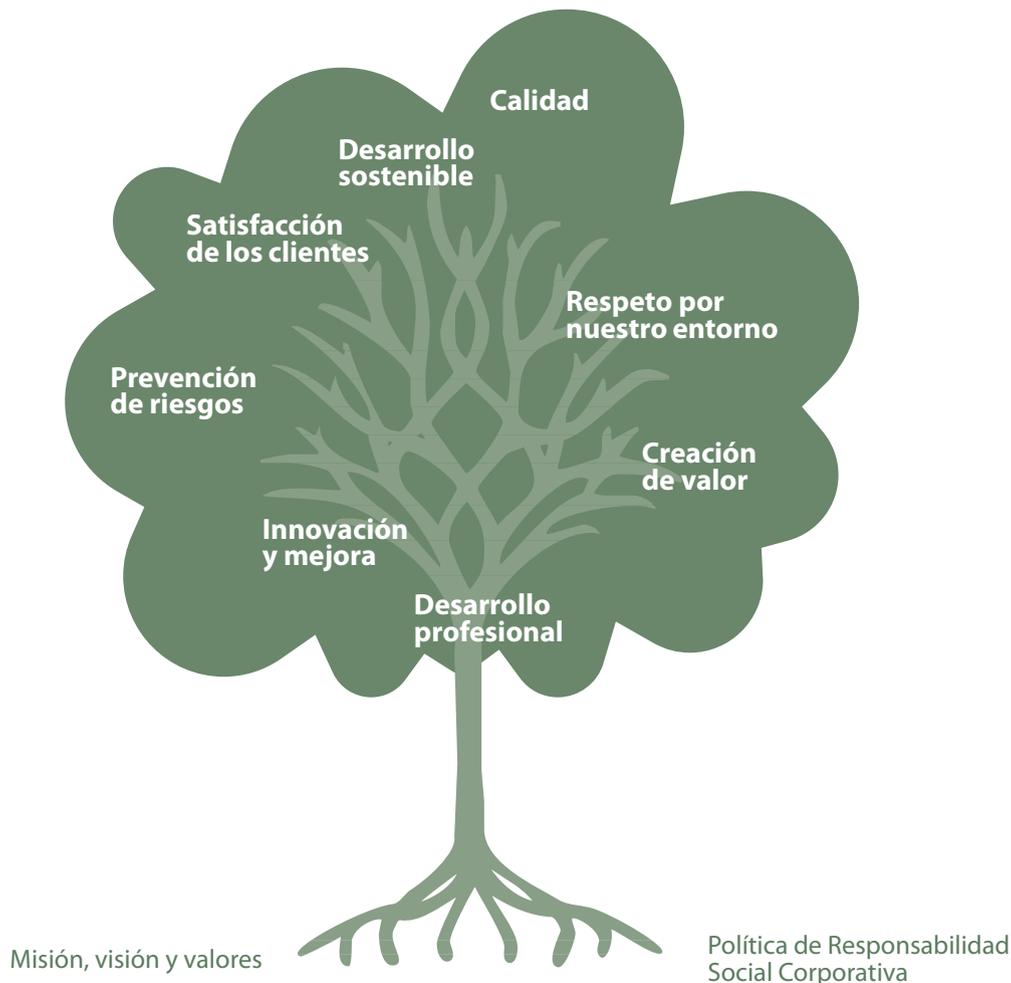
LA FARGA GROUP DEBE PERDURAR A LO LARGO DEL TIEMPO. PARA ELLO, NUESTRA GESTIÓN DEBE SER SOSTENIBLE, Y ESTA SOSTENIBILIDAD SE ENTIENDE EN TODOS LOS ÁMBITOS.

El enfoque de sostenibilidad se encuentra totalmente **integrado en la estrategia de gestión** de LFG y en cada una de sus empresas, con el fin de conseguir el equilibrio social, ambiental y económico de sus actividades. Por eso invertimos en habilidades, formación, salud y aspectos de desarrollo social y empresarial que den lugar a beneficios económicos y sostenibles para las comunidades

donde operamos. La conservación y protección del entorno natural y de sus recursos es también nuestra prioridad.

A raíz de la firma de las nuevas *joint ventures* en China y los Estados Unidos, hemos empezado a trabajar para **expandir nuestra estrategia de responsabilidad social** a estas nuevas compañías.

## Los 8 ejes de la responsabilidad corporativa de LFG



La **Comisión de Responsabilidad Social** de LFG, formada por la dirección de Desarrollo Corporativo, una técnica de Desarrollo Corporativo, la responsable de comunicación del Grupo y un asesor externo, es responsable del seguimiento anual de las acciones desarrolladas en este ámbito.

## Somos firmantes del Pacto Mundial

LFG somos miembros del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) desde el año 2006, lo cual implica la asunción de los diez principios que éste contempla.

## 7.1. NUESTROS COMPROMISOS

### CON LOS CLIENTES

- Garantizamos la mejora continua de la calidad de nuestros productos y servicios, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.
- Transmitimos información rigurosa y transparente de nuestros productos y servicios y también de nuestra actividad.

### CON LOS PROVEEDORES Y EMPRESAS CONTRATADAS

- Priorizamos la colaboración con proveedores locales.
- Satisfacemos sus necesidades, tratándolos como socios estratégicos para el negocio.
- Promovemos la relación con proveedores y empresas contratadas que incorporen criterios de sostenibilidad en su gestión.

### CON EL EQUIPO HUMANO

- Trabajamos por la igualdad de oportunidades y la no discriminación.
- Garantizamos el respeto por los derechos humanos, asegurando la libertad de asociación y la negociación colectiva.
- Aplicamos las medidas necesarias para garantizar la seguridad y la salud en todos los puestos de trabajo.
- Hacemos partícipes a los trabajadores de los valores éticos de La Farga Group.

- Promovemos la estabilidad de la plantilla.
- Impartimos la formación necesaria a los trabajadores para garantizar un desarrollo profesional óptimo.
- Ofrecemos medidas que favorezcan la conciliación de la vida familiar y laboral y actividades sociales que contribuyan al desarrollo personal.

### CON LOS ACCIONISTAS

- Gestionamos los recursos económicos de forma eficiente, con criterios de rentabilidad y de creación de valor.
- Ofrecemos información transparente.

### CON EL MEDIO AMBIENTE

- Aplicamos sistemas de eficiencia y ahorro en el consumo de recursos (energía y agua).
- Promovemos prácticas de prevención y control medioambientales.

### CON LA COMUNIDAD

- Mantenemos una política de buena vecindad y diálogo con las personas, empresas, administraciones y asociaciones que configuran nuestro entorno.
- Nos implicamos en el entramado social y colaboramos en su desarrollo.



## 7.2 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

**MISIÓN** La misión de LFG consiste en la producción innovadora de artículos de cobre de calidad, creando valor para los clientes y para la sociedad que nos rodea, a través de la gestión responsable de los procesos, y satisfaciendo sus expectativas, de manera que la empresa sea sostenible a lo largo del tiempo.

**VISIÓN** La visión de LFG es ser líder en el reciclaje de cobre y en el desarrollo de materiales de altas prestaciones elaborados con este metal.

**VALORES**

- Modestia, respeto y honestidad en las relaciones con los clientes, proveedores y personas que trabajan en LFG.
- Espíritu de mejora e innovación en todos los ámbitos de la empresa.
- Responsabilidad en la toma de decisiones, teniendo en cuenta cómo repercuten en los demás.
- Ilusión por trabajar en equipo y conseguir un objetivo común.

## 7.3 RELACIÓN E IMPLICACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

En LFG mantenemos una estrecha relación y un diálogo fluido con nuestros grupos de interés para implicarles en nuestra forma de actuar y así poder dar respuesta a sus inquietudes y necesidades. Para conseguirlo utilizamos **múltiples canales de comunicación y diálogo** con cada uno de ellos.

En el 2010 hemos trabajado para establecer **nuevos procesos relacionales** entre LFG y nuestros grupos de interés con el objetivo de mejorar la interrelación que mantenemos y hacerla más cercana; para ello contamos con la implicación tanto del director general como del director comercial.



### TRABAJADORES

- Página web.
- *Speech* (reuniones de resumen anual).
- Encuesta de clima laboral.
- Revista corporativa.
- Pantallas de información mural en toda la empresa, incluso dentro de la planta productiva.



### CLIENTES

- Sistema de gestión de la calidad.
- Índice de satisfacción de los clientes.
- Informe de actividad.
- Páginas web.
- Servicio de asesoría técnica.
- Visitas a las instalaciones.



### FAMILIA EMPRESARIA

- Asamblea de Familia.
- Índice de satisfacción de los accionistas.
- Página web.
- Portal de los accionistas.



### VECINOS Y ADMINISTRACIONES

- Visitas a las instalaciones y al Museo del Cobre.
- Página web.
- Puertas abiertas con vecinos concretos.
- Teléfono directo de contacto.



### PROVEEDORES

- Página web.
- Asistencia a eventos de mineros y recicladores.
- *Speech* (reuniones de resumen anual).
- Visitas a LFG.
- Teléfono.
- Dirección electrónica.
- Convenciones.



### EL PLANETA

- Sistema de gestión integrado de medio ambiente y prevención de riesgos laborales.

## Canal Media

Como novedad del 2010 y con el fin de estar a la vanguardia de todo lo relativo al mundo del cobre, a nivel de Grupo hemos puesto a disposición de todas las personas interesadas en esta información el Canal Media, como **plataforma de conocimiento del cobre** en todos sus sentidos y formatos: reciclaje, aplicaciones tradicionales y nuevas, historia, ventajas, innovaciones, el día a día de LFG, etc. La finalidad de esta acción es tener presencia en los medios 2.0, incrementar la interactividad, organizar y concentrar el conocimiento y aportar valor. El Canal Media cuenta con:

- YouTube - El mundo del cobre  
(<http://www.youtube.com/user/LaFargaGroup>)
- Blog Your Copper Solutions  
(<http://www.yourcoppersolutions.info>)
- Prensa  
(<http://www.lfl.es/esp/canal-media-prensa.asp>)



## 7.4 CONDUCTA ÉTICA Y RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

En LFG estamos comprometidos con el cumplimiento de los derechos humanos y con una gestión ética y transparente de nuestras actividades.

Consideramos los **impactos en los derechos humanos** en el momento de tomar decisiones empresariales tales como las nuevas inversiones o la participación en empresas. En este sentido, en el momento de evaluar y analizar posibles socios para una inversión, como por ejemplo en el caso de SDI-La Farga, tenemos en cuenta que éstos tengan una filosofía de empresa y unos valores similares a los de LFG, además de considerar la capacidad de la nueva inversión de crear puestos de trabajo.

En todas las inversiones que hacemos procuramos adaptarnos y seguir la cultura del país donde operamos -siendo siempre coherentes con nuestros valores-, asegurar un **impacto positivo** de nuestras actividades en el entorno y garantizar el cumplimiento de los derechos humanos.

### 7.4.1 CÓDIGO ÉTICO COMO BASE DEL BUEN COMPORTAMIENTO

Disponemos del **Código de ética de LFG**, que marca las pautas para un comportamiento ético en la actividad diaria de la compañía, de acuerdo con nuestra misión, visión y valores.

Todos los cargos de responsabilidad -directores generales y responsables de las distintas áreas (4,6% de los trabajadores)- han firmado una carta anticorrupción en la que se comprometen a ejercer su trabajo de forma ética y responsable y a actuar con transparencia.



# UN MUNDO EN **VALOR**



# 8 ECONOMÍA

**LA INCORPORACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN ECONÓMICA DE LA FARGA GROUP NOS PERMITE MEJORAR Y HACER MÁS TRANSPARENTE LA GESTIÓN GLOBAL DE LA EMPRESA, ASEGURANDO ASÍ SU RENTABILIDAD Y VIABILIDAD.**

Las **dificultades económicas y financieras** debidas al contexto internacional han requerido de un importante esfuerzo del equipo humano para poder darles una respuesta eficaz. Esta complejidad del entorno ha implicado la búsqueda de las fórmulas más adecuadas para cubrir los riesgos de los clientes, situación que ha afectado a toda la compañía en lo relativo a la gestión de los mismos. En otras palabras, la coyuntura externa ha creado nuevas necesidades internas para dar una **respuesta óptima** adaptada a las demandas de los clientes.

Por lo que se refiere a la gestión económica, son los máximos órganos de gobierno de LFG los responsables de aprobar el presupuesto anual y de hacer su seguimiento para detectar y evaluar las posibles desviaciones.

En el 2010 hemos invertido **6.967.371 millones de euros** en las empresas del Grupo para la mejora de procesos, compra de maquinaria, creación de nuevos productos y consolidación de nuevas infraestructuras.

## 8.1 UN ENTORNO ECONÓMICO MÁS COMPLEJO

### Coyuntura global nacional e internacional

Después de la recesión de los años 2008 y 2009, la actuación de las autoridades nacionales está condicionando la economía mundial. En 2010, la coyuntura internacional se ha caracterizado por la contribución de las economías en desarrollo al crecimiento económico mundial.

En España se ha registrado una caída del PIB del 0,2% aproximadamente, en un año en el que no ha habido crecimiento económico.

### Perspectivas 2011

A pesar de las medidas impulsadas por las autoridades nacionales durante el año 2010 para superar la crisis, aún queda un complicado camino por recorrer, caracterizado por el hecho de que algunas economías desarrolladas han perdido impulso y por lo tanto el progreso es más débil. En cuanto a las economías de países emergentes, éstas mantienen un ritmo que parece consolidado y sostenible y que tira de los demás. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico prevé un crecimiento del producto mundial por encima del 4% en 2011 y 2012, gracias, en buena parte, a la fortaleza de las economías en desarrollo, sobre todo las de Asia, que contribuirán significativamente a la recuperación.

Según el Fondo Monetario Internacional, en el año 2011 la economía española tendrá un crecimiento positivo pero no superará el 1% de incremento, frente a la media de la zona euro, que se prevé que sea del 1,5%.

### Coyuntura del metal

El inicio de la crisis mundial en 2008 llevó el precio del cobre a niveles de mínimos históricos. En 2009, la recuperación marcó el camino del cobre, con una revalorización del 150% respecto de los valores mínimos alcanzados anteriormente, impulsada por la desvalorización del dólar y la mejora de la situación bursátil debida a la recuperación de la confianza en el sistema financiero. Pero el principal factor del incremento del precio del cobre radicó en la demanda de este metal por parte de China. El país asiático tuvo en 2009 un papel fundamental en el camino de la recuperación del cobre: al incrementar fuertemente el consumo de este metal se convirtió en uno de los mayores compradores de cobre, interfiriendo así en la demanda de este metal.

En el inicio de 2010 hubo un cambio en el escenario mundial de las materias primas. Por una parte, el dólar recuperó posiciones frente a la mayoría de las divisas mundiales. Por otra parte, los problemas financieros de algunos de los países miembros de la zona euro han conllevado una nueva etapa de incertidumbres y desconfianzas respecto de la recuperación económica de Europa. Esta situación afecta negativamente los mercados y con ello también las inversiones y la producción, de forma que las materias primas resultan afectadas.



### **Mercado del cobre**

Al finalizar el año 2010, el precio del cobre en la Bolsa de Metales de Londres alcanzó un promedio de 5.525 € la tonelada, posicionándose como el mayor valor anual nominal de la historia. Parte del comportamiento mostrado por el precio del metal tiene una correlación directa con la depreciación del dólar en los mercados internacionales y con la actuación de China.

Se prevé que el 2011 sea un año caracterizado por la demanda de cobre y no por la oferta. El mercado chino empezará a comprar. La falta de materia prima ayuda a la demanda y a la especulación, de modo que se prevé una continuación de la situación.

### **Demanda de cobre**

La demanda de cobre refinado alcanzó los 19,18 millones de toneladas en 2010 (+5,9% respecto el 2009); este alza se habría producido por la recuperación en el consumo de los principales países compradores de cobre y la consolidación de los países emergentes. Para los años 2011 y 2012 se espera un incremento en la demanda total del 5,3% y del 4,2% respectivamente.

En el ámbito europeo, al repuntar la economía se prevé que haya una mayor demanda de los clientes del mercado del cobre, y en España también está previsto un aumento de la demanda, ya que nuestros clientes también venden fuera del país.

### **Oferta de cobre**

En cuanto a la oferta de cobre refinado durante el año 2010, se estima que ésta habría manifestado un incremento del 3,1% respecto al año anterior. Parte de este crecimiento se explicaría por el aumento en la producción de cobre secundario. Para los próximos años 2011-2012 se espera un crecimiento levemente superior al año anterior, sin embargo no sería suficiente para satisfacer la mayor demanda prevista. Para el 2011 se pronostica una falta de cátodo.

### **Perspectivas de precios**

En los análisis de los precios actuales del cobre frente a los futuros se vaticina una situación en la que éstos sean aún mayores que los presentes. El precio del cobre se moverá con un sesgo al alza, suavizando su incremento durante el tercer trimestre de 2012. Actualmente, todos los movimientos de los materiales no férreos son al alza.

Ante este escenario, cabe añadir que el aumento del precio de las materias primas implica una mayor necesidad de créditos de los bancos, aunque durante el 2010 se ha agravado la intransigencia bancaria para concederlos. En consecuencia, el valor tan alto del cobre dificulta la gestión tanto de la compra de chatarra como de la compra de cátodo, al crearse una situación de incerteza (volatilidad del precio y el papel de China).



## Evolución de las ventas de las compañías y perspectivas de futuro

Globalmente, el cambio de tendencia general en el contexto económico español ha comportado la búsqueda de mercados fuera del país para las empresas del Grupo.

### LFL

- El año 2010 se ha caracterizado por la diversificación de productos, sobre todo los relacionados con el mercado ferroviario (productos para la electrificación utilizados para la velocidad alta y la alta velocidad), y además se están desarrollando otras aleaciones con las que en La Farga Lacambra (LFL) somos pioneros. Cabe añadir que la planta de la China, Ganzhou Jiangwu La Farga high-speed **Railway Copper Materials**, tiene por objeto la fabricación de producto ferroviario.
- Además de la diversificación de productos, el 2010 también se ha caracterizado por una diversificación del mercado, actuando en nuevas áreas geográficas como Israel, el norte de África o Países Nórdicos.
- Para el 2011, se prevé que debido a la ampliación de la gama de productos tradicionales que ofrece La Farga Lacambra (LFL) con nuevos productos, se focalicen nuestros esfuerzos en la mejora del servicio.

### LFT

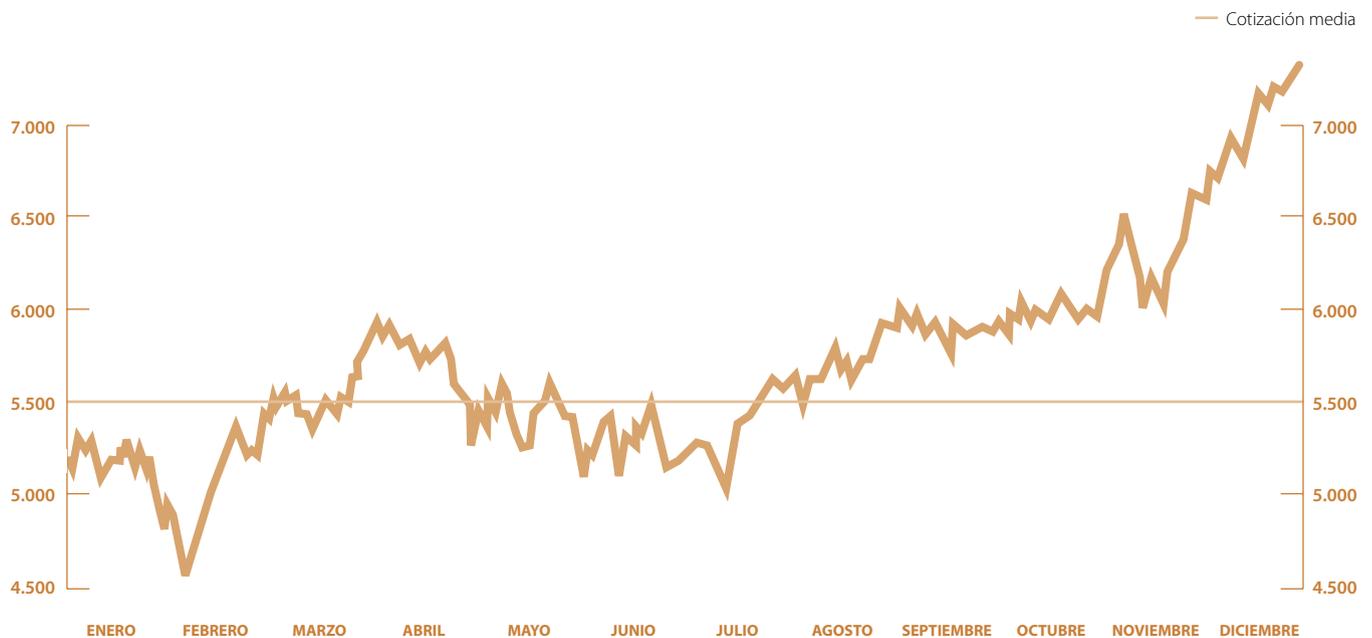
- Para el 2011 se espera ganar cuota de mercado en el ámbito europeo -en países como Portugal o el sur de Francia- y en el norte de África, ya que el mercado español ha disminuido considerablemente.

### LFR

- El crecimiento de la demanda internacional posicionará a LFR como proveedor clave de *alambión*, incrementando sus ventas fuera del entorno nacional.

## Cotización del cobre durante el 2010

(\$/t)



## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos para el 2010

- Entregar el informe mensual de Dirección en un plazo de 6 días laborables a partir del día de cierre del ejercicio.  80%
- Conseguir que la proporción de saldos de clientes vencidos en relación con los saldos de clientes totales sea inferior al 5%.  90%

### Objetivos para el 2011

- Entregar el informe mensual de Dirección en un plazo de 6 días laborables a partir del día de cierre del ejercicio.
- Conseguir que la proporción de saldos de clientes vencidos en relación con los saldos de clientes totales sea inferior al 5%.

## 8.2 INDICADORES ECONÓMICOS

(en €)	LFL			LFT		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Ingresos	395.438.814	278.981.296	<b>417.483.757</b>	88.893.115	73.668.316	<b>102.524.810</b>
Costes operativos	347.568.842	261.185.357	<b>399.091.757</b>	79.600.096	67.725.219	<b>96.772.443</b>
Salarios y beneficios sociales	7.411.821	7.204.126	<b>7.360.208</b>	3.230.386	3.381.430	<b>3.577.260</b>
Pagos a proveedores de fondos	4.696.273	1.662.365	<b>2.700.344</b>	400.401	293.762	<b>336.176</b>
Pagos al gobierno directos	9.927.089	3.008.484	<b>2.999.321</b>	13.680.910	1.369.288	<b>1.452.434</b>
Pago impuestos CMC	-	6.605.355	<b>3.577.064</b>	-	8.514.059	<b>12.186.324</b>
Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	124.288	318.257	<b>153.389</b>	63.604	3.907	<b>96.875</b>
Facturación	393.013.568	257.550.462	<b>425.778.786</b>	88.523.804	70.462.130	<b>101.516.692</b>
Beneficio neto	7.883.289	5.241.639	<b>5.112.826</b>	83.162	500.583	<b>270.884</b>
Flujo de caja	12.595.842	8.189.111	<b>8.316.864</b>	2.262.952	2.298.202	<b>1.937.804</b>
% de exportación	19%	17%	<b>19%</b>	7%	14%	<b>22%</b>
Gastos	390.503.310	271.344.480	<b>409.705.419</b>	88.589.729	72.904.269	<b>102.012.114</b>
Inversión total	7.414.110	3.218.784	<b>3.480.694</b>	2.051.885	1.324.437	<b>2.306.558</b>
Impuesto de beneficios	2.173.897	1.914.298	<b>1.985.284</b>	-18.775	-28.015	<b>-93.517</b>
Activos totales	66.198.888	87.192.148	<b>88.099.185</b>	25.784.658	31.850.748	<b>35.218.518</b>
Recursos propios	33.705.209	35.151.825	<b>38.047.177</b>	18.452.018	16.414.390	<b>16.234.750</b>
ROE	23%	15%	<b>13%</b>	4%	3%	<b>2%</b>

	LFG		
	2008	2009	2010
% de compras realizadas en el territorio (materias primas, servicios y activos fijos) / total de compras	51%	56%	69%

### Fundació La Farga

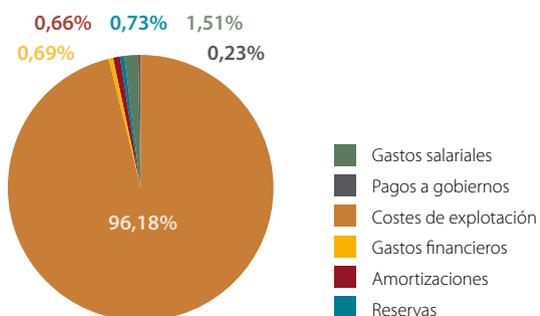
		€
Gastos	Totales	207.468,46
	Sueldos y salarios	26.733,79
Donaciones recibidas	Particulares	100.000,00
	Entidades financieras	0,00
Ingresos	Intereses	1.259,76
	Museo (entradas, venta productos)	15.604,90
	Donaciones	100.000,00
Gastos	Ayudas	202.476,52
	Servicios Exteriores	13.916,68
	Personal	28.203,04



	LFR			LFI		
	2008	2009	2010	2009	2010	(en €)
	365.975.431	276.856.454	<b>516.658.546</b>	955.283	<b>1.484.383</b>	Ingresos
	357.413.303	273.661.901	<b>513.681.467</b>	154.700	<b>65.046</b>	Costes operativos
	900.663	973.103	<b>1.066.044</b>	98.733	<b>158.261</b>	Salarios y beneficios sociales
	5.281.106	2.526.091	<b>3.139.417</b>	83.872	<b>78.853</b>	Pagos a proveedores de fondos
	9.390.440	415.817	<b>441.556</b>	44.038	<b>44.038</b>	Pagos al gobierno directos
	-	153.351	<b>995.693</b>	72.335	<b>72.335</b>	Pago impuestos CMC
	44.704	17.086	<b>52.978</b>	0	<b>0</b>	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos
	360.362.329	276.626.592	<b>516.436.399</b>	955.283	<b>1.484.383</b>	Facturación
	44.907	599.721	<b>243.477</b>	68.852	<b>539.040</b>	Beneficio neto
	1.120.263	1.379.397	<b>1.135.495</b>	572.120	<b>1.042.532</b>	Flujo de caja
	16%	32%	<b>41%</b>	100%	<b>100%</b>	% de exportación
	65.757.476	275.414.681	<b>515.646.238</b>	756.701	<b>726.800</b>	Gastos
	16.796.223	542.104	<b>1.179.306</b>	2.134	<b>813</b>	Inversión total
	-32.852	86.152	<b>39.015</b>	45.862	<b>139.693</b>	Impuesto de beneficios
	41.344.725	41.984.710	<b>38.635.480</b>	4.951.838	<b>5.154.664</b>	Activos totales
	16.796.223	17.346.944	<b>17.680.152</b>	1.333.651	<b>1.872.691</b>	Recursos propios
	3%	3%	<b>1%</b>	5%	<b>29%</b>	ROE

Sanciones impuestas (€)	LFL	LFT	LFR	LFI	LFG
Aduanas e importaciones	642	-	-	-	-
Seguridad Social	-	-	-	-	-
Impuesto de sociedades	-	-	-	-	-
IRPF	-	-	-	-	-

### Estado del valor añadido



## 8.3 BALANCE DE SITUACIÓN

### 8.3.1 LA FARGA GROUP CONSOLIDADO

ACTIVO	31/12/2010
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>66.904.543,07</b>
I. Inmovilizado intangible	4.163.680,75
II. Inmovilizado material	60.192.418,62
III. Inversiones inmobiliarias	0,00
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	1.944.089,44
V. Inversiones financieras a largo plazo	604.354,26
VI. Activos por impuesto diferido	0,00
<b>B) ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>108.026.839,42</b>
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Existencias	41.674.400,76
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	61.734.667,21
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V. Periodificaciones a corto plazo	32.291,70
VI. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	4.585.479,75
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>	<b>174.931.382,49</b>

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2010
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>63.216.940,10</b>
A-1) Fondos propios	62.433.801,38
I. Capital	23.130.900,00
II. Prima de emisión	0,00
III. Reservas y resultados de ejercicios anteriores	32.703.766,51
IV. Acciones y participaciones en patrimonio propias y de la sociedad dominante	0,00
V. Otras aportaciones de socios	0,00
VI. Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	6.599.134,87
VII. Dividendo a cuenta	0,00
VIII. Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00
A-2) Ajustes por cambio de valor	0,0
I. Diferencias de conversión	0,00
II. Otros ajustes por cambio de valor	0,00
A-3) Subvenciones, donaciones y legados	761.258,93
I. En sociedades consolidadas	761.258,93
II. Sociedades puestas en equivalencia	0,00
A-4) Socios externos	21.879,79
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>29.882.282,95</b>
I. Provisiones a largo plazo	58.419,62
II. Deudas a largo plazo	28.928.650,57
III. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	0,00
IV. Pasivos por impuesto diferido	895.212,76
V. Periodificaciones a largo plazo	0,00
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>81.832.159,44</b>
I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Provisiones a corto plazo	0,00
III. Deudas a corto plazo	52.951.670,53
IV. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	20.001.700,58
VI. Periodificaciones a corto plazo	8.878.788,33
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>	<b>174.931.382,49</b>



## 8.3.2 LA FARGA GROUP

ACTIVO	31/12/2010
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>67.124.319,39</b>
I. Inmovilizado intangible	480.399,95
II. Inmovilizado material	1.903.023,99
III. Inversiones inmobiliarias	0,00
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	64.190.655,45
V. Inversiones financieras a largo plazo	550.240,00
VI. Activos por impuesto diferido	0,00
VII. Deudas comerciales no corrientes	0,00
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>6.801.100,67</b>
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Existencias	0,00
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	252.073,98
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	4.961.316,50
V. Inversiones financieras a corto plazo	0,00
VI. Periodificaciones a corto plazo	12.150,91
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	1.575.559,28
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>	<b>73.925.420,06</b>

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2010
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>48.185.732,78</b>
A-1) Fondos propios	47.903.362,92
I. Capital	23.130.900,00
II. Prima de emisión	0,00
III. Reservas	22.177.439,47
IV. Acciones y participaciones en patrimonio propias	0,00
V. Resultados de ejercicios anteriores	0,00
VI. Otras aportaciones de socios	0,00
VII. Resultado del ejercicio	2.595.023,45
VIII. Dividendo a cuenta	0,00
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00
A-2) Ajustes por cambio de valor	0,00
I. Activos financieros disponibles para la venta	0,00
II. Operaciones de cobertura	0,00
III. Activos no corrientes y pasivos vinculados mantenidos para la venta	0,00
IV. Diferencia de conversión	0,00
V. Otros	0,00
A-3) Subvenciones, donaciones y legados	282.369,86
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>20.011.978,34</b>
I. Provisiones a largo plazo	0,00
II. Deudas a largo plazo	19.890.962,69
III. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	0,00
IV. Pasivos por impuesto diferido	121.015,65
V. Periodificaciones a largo plazo	0,00
VI. Acreedores comerciales no corrientes	0,00
VII. Deuda con características especiales a largo plazo	0,00
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>5.727.708,94</b>
I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Provisiones a corto plazo	0,00
III. Deudas a corto plazo	2.944.257,92
IV. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	1.004.798,21
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.778.652,81
VI. Periodificaciones a corto plazo	0,00
VII. Deudas con características especiales a corto plazo	0,00
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>	<b>73.925.420,06</b>

### 8.3.3. LA FARGA LACAMBRA

ACTIVO	31/12/2010
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>27.809.953,65</b>
I. Inmovilizado intangible	1.408.330,73
II. Inmovilizado material	26.392.098,49
III. Inversiones inmobiliarias	0,00
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	6.010,17
V. Inversiones financieras a largo plazo	3.514,26
VI. Activos por impuesto diferido	0,00
VII. Deudores comerciales no corrientes	0,00
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>60.289.231,06</b>
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Existencias	31.252.382,35
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	28.566.015,25
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	22.102,78
V. Inversiones financieras a corto plazo	0,00
VI. Periodificaciones a corto plazo	0,00
VII. Tesorería	448.730,68
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>	<b>88.099.184,71</b>

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2010
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>38.316.472,23</b>
A-1) Fondos propios	38.047.177,07
I. Capital	27.562.500,00
II. Prima de emisión	0,00
III. Reservas	5.371.850,77
IV. Acciones y participaciones propias en patrimonio	0,00
V. Resultados de ejercicios anteriores	0,00
VI. Otras aportaciones de socios	0,00
VII. Resultado del ejercicio	5.112.826,30
VIII. Dividendo a cuenta	0,00
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00
A-2) Ajustes por cambio de valor	0,00
I. Activos financieros disponibles para la venta	0,00
II. Operaciones de cobertura	0,00
III. Activos no corrientes y pasivos vinculados mantenidos para la venta	0,00
IV. Diferencia en conversión	0,00
V. Otros	0,00
A-3) Subvenciones, donaciones y legados	269.295,16
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>5.203.456,46</b>
I. Provisiones a largo plazo	58.419,62
II. Deudas a largo plazo	5.020.787,90
III. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	0,00
IV. Pasivos por impuesto diferido	124.248,94
V. Periodificaciones a largo plazo	0,00
VI. Acreedores comerciales no corrientes	0,00
VII. Deuda con características especiales a largo plazo	0,00
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>44.579.256,02</b>
I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Provisiones a corto plazo	0,00
III. Deudas a corto plazo	23.607.790,53
IV. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	2.096.821,86
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	11.679.716,43
VI. Periodificaciones a corto plazo	7.194.927,20
VII. Deuda con características especiales a corto plazo	0,00
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>	<b>88.099.184,71</b>



### 8.3.4. LA FARGA TUB

ACTIVO	31/12/2010
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>11.956.405,49</b>
I. Inmovilizado intangible	894.440,01
II. Inmovilizado material	11.059.561,43
III. Inversiones inmobiliarias	0,00
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	2.404,05
V. Inversiones financieras a largo plazo	0,00
VI. Activos por impuesto diferido	0,00
VII. Deudores comerciales no corrientes	0,00
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>23.262.112,02</b>
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Existencias	7.192.179,50
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	15.450.088,28
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	618.464,85
V. Inversiones financieras a corto plazo	0,00
VI. Periodificaciones a corto plazo	0,00
VII. Tesorería	1.379,39
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>	<b>35.218.517,51</b>

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2010
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>16.354.612,74</b>
A-1) Fondos propios	16.234.749,86
I. Capital	15.019.000,00
II. Prima de emisión	0,00
III. Reservas	944.865,46
IV. Acciones y participaciones propias en patrimonio	0,00
V. Resultados de ejercicios anteriores	0,00
VI. Otras aportaciones de socios	0,00
VII. Resultado del ejercicio	270.884,40
VIII. Dividendo a cuenta	0,00
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00
A-2) Ajustes por cambio de valor	0,00
I. Activos financieros disponibles para la venta	0,00
II. Operaciones de cobertura	0,00
III. Activos no corrientes y pasivos vinculados mantenidos para la venta	0,00
IV. Diferencias e conversión	0,00
V. Otros	0,00
A-3) Subvenciones, donaciones y legados	119.862,88
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>2.303.902,72</b>
I. Provisiones a largo plazo	0,00
II. Deudas a largo plazo	1.816.979,26
III. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	0,00
IV. Pasivos por impuesto diferido	486.923,46
V. Periodificaciones a largo plazo	0,00
VI. Acreedores comerciales no corrientes	0,00
VII. Deuda con características especiales a largo plazo	0,00
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>16.560.002,05</b>
I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Provisiones a corto plazo	0,00
III. Deudas a corto plazo	10.734.639,69
IV. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	5.114.092,28
VI. Periodificaciones a corto plazo	711.270,08
VII. Deuda con características especiales a corto plazo	0,00
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>	<b>35.218.517,51</b>

### 8.3.5. LA FARGA ROD

ACTIVO	31/12/2010
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>16.157.974,83</b>
I. Inmovilizado intangible	506.631,62
II. Inmovilizado material	15.648.338,21
III. Inversiones inmobiliarias	0,00
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	3.005,00
V. Inversiones financieras a largo plazo	0,00
VI. Activos por impuesto diferido	0,00
VII. Deudores comerciales no corrientes	0,00
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>22.477.504,72</b>
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Existencias	3.229.838,91
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	16.713.160,34
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	217.389,18
V. Inversiones financieras a corto plazo	0,00
VI. Periodificaciones a corto plazo	0,00
VII. Tesorería	2.317.116,29
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>	<b>38.635.479,55</b>

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2010
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>17.680.151,55</b>
A-1) Fondos propios	17.590.420,52
I. Capital	17.000.000,00
II. Prima de emisión	0,00
III. Reservas	346.944,02
IV. Acciones y participaciones propias en patrimonio	0,00
V. Resultados de ejercicios anteriores	0,00
VI. Otras aportaciones de socios	0,00
VII. Resultado del ejercicio	243.476,50
VIII. Dividendo a cuenta	0,00
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00
A-2) Ajustes por cambio de valor	0,00
I. Activos financieros disponibles para la venta	0,00
II. Operaciones de cobertura	0,00
III. Activos no corrientes y pasivos vinculados, mantenidos para la venta	0,00
IV. Diferencias de conversión	0,00
V. Otros	0,00
A-3) Subvenciones, donaciones y legados	89.731,03
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>2.346.538,66</b>
I. Provisiones a largo plazo	0,00
II. Deudas a largo plazo	2.199.920,72
III. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	0,00
IV. Pasivos por impuesto diferido	146.617,94
V. Periodificaciones a largo plazo	0,00
VI. Acreedores comerciales no corrientes	0,00
VII. Deuda con características especiales a largo plazo	0,00
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>18.608.789,34</b>
I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Provisiones a corto plazo	0,00
III. Deudas a corto plazo	15.164.982,39
IV. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	2.471.215,90
VI. Periodificaciones a corto plazo	972.591,05
VII. Deuda con características especiales a corto plazo	0,00
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>	<b>38.635.479,55</b>



### 8.3.6. LA FARGA INTEC

ACTIVO	31/12/2010
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>4.027.787,36</b>
I. Inmovilizado intangible	4.025.280,00
II. Inmovilizado material	2.507,36
III. Inversiones inmobiliarias	0,00
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	0,00
V. Inversiones financieras a largo plazo	0,00
VI. Activos por impuesto diferido	0,00
VII. Deudores comerciales no corrientes	0,00
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>1.126.876,84</b>
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Existencias	0,00
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	1.056.198,80
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V. Inversiones financieras a corto plazo	0,00
VI. Periodificaciones a corto plazo	140,79
VII. Tesorería	70.537,25
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>	<b>5.154.664,20</b>

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2010
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>1.872.690,67</b>
A-1) Fondos propios	1.872.690,67
I. Capital	1.000.000,00
II. Prima de emisión	0,00
III. Reservas	33.651,17
IV. Acciones y participaciones propias en patrimonio	0,00
V. Resultados de ejercicios anteriores	0,00
VI. Otras aportaciones de socios	0,00
VII. Resultado del ejercicio	539.039,50
VIII. Dividendo a cuenta	0,00
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00
A-2) Ajustes por cambio de valor	0,00
I. Activos financieros disponibles para la venta	0,00
II. Operaciones de cobertura	0,00
III. Activos no corrientes y pasivos vinculados, mantenidos para la venta	0,00
IV. Diferencias de conversión	0,00
V. Otros	0,00
A-3) Subvenciones, donaciones y legados	0,00
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>1.025.000,00</b>
I. Provisiones a largo plazo	0,00
II. Deudas a largo plazo	0,00
III. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	1.025.000,00
IV. Pasivos por impuesto diferido	0,00
V. Periodificaciones a largo plazo	0,00
VI. Acreedores comerciales no corrientes	0,00
VII. Deuda con características especiales a largo plazo	0,00
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>2.256.973,53</b>
I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II. Provisiones a corto plazo	0,00
III. Deudas a corto plazo	500.000,00
IV. Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	1.698.697,67
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	58.275,86
VI. Periodificaciones a corto plazo	0,00
VII. Deuda con características especiales a corto plazo	0,00
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>	<b>5.154.664,20</b>

### 8.3.7. FUNDACIÓ LA FARGA

ACTIVO	31/12/2010
<b>INMOVILIZADO</b>	<b>1.439.762,92</b>
Inmovilizaciones inmatrimoniales	518.000,00
Bienes del Patrimonio Cultural	921.762,92
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>160.792,85</b>
Existencias	7.175,00
Otros deudores	2.072,00
Inversiones financieras temporales	150.000,00
Tesorería	1.545,85
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.600.555,77</b>

PASIVO	
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>1.059.377,11</b>
Fondos dotacionales	1.060.000,00
Excedentes de ejercicios anteriores	126.117,51
Excedente del ejercicio (positivo o negativo)	-126.740,40
<b>ACREEDORES A LARGO PLAZO (Xalet)</b>	<b>336.000,00</b>
<b>ACREEDORES A CORTO PLAZO</b>	<b>205.178,66</b>
Acreedores comerciales	105.249,37
Administración Pública	1.929,29
Otras deudas no comerciales (Xalet)	98.000,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.600.555,77</b>

### 8.3.8. HIDROELÉCTRICA DEL VOLTREGÀ

ACTIVO	31/12/2010
<b>INMOVILIZADO</b>	<b>4.460,81</b>
Inmovilizaciones materiales	4.460,81
Instalaciones	5.576,01
Amortización	-1.115,20
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>90.934,54</b>
Deudores	7.353,28
Clientes	6.464,71
Administración pública	888,57
Otros deudores	0,00
Tesorería	83.581,26
Cuentas corrientes y caja	83.581,26
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>95.395,35</b>

PASIVO	
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>73.972,44</b>
Capital suscrito	110.000,00
Pérdidas y ganancias	-36.027,56
Pérdidas y ganancias de ejercicios anteriores	-51.854,07
Resultado del ejercicio	15.826,51
<b>ACREEDORES A CORTO PLAZO</b>	<b>21.422,91</b>
Proveedores	473,28
Acreedores de empresas del Grupo	2.360,00
Administraciones públicas	18.589,63
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>95.395,35</b>



### 8.3.9 METALÚRGICA CATALANA

ACTIVO	31/12/2010
<b>INMOVILIZADO</b>	<b>2.086.293,17</b>
Inmovilizaciones materiales	873.878,44
Derechos de traspaso	873.878,44
Inmovilizados materiales	1.161.814,73
Terrenos	555.064,06
Construcciones	190.310,14
Instalaciones técnicas	557.029,57
Amortizaciones	-140.589,04
Inmovilizaciones financieras	50.600,00
Acciones sin cotización	50.000,00
Fianzas	600,00
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>157.954,25</b>
Existencias	0,00
Deudores	94.052,05
Clientes	84.043,70
Otros deudores	9.000,00
Administración pública	1.008,35
Préstamos a terceros	0,00
Tesorería	49.902,20
Cuentas corrientes y caja	49.902,20
Gastos anticipados	20.000,00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>2.244.247,42</b>

PASIVO	
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>1.958.939,20</b>
Capital suscrito	919.530,00
Reservas	1.045.162,88
Reserva legal	745.443,84
Reservas especiales	6.774,07
Reservas voluntarias	292.944,97
Pérdidas y ganancias	-5.753,68
Pérdida de ejercicios anteriores	-8.446,94
Resultado del ejercicio	2.693,26
<b>ACREEDORES A CORTO PLAZO</b>	<b>285.308,22</b>
Deudas de empresas del Grupo	277.402,48
Proveedores	-790,00
Deudas de empresas del Grupo	270.000,00
Hacienda pública	8.192,48
Acreedores comerciales	7.905,74
Anticipos	7.905,74
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>2.244.247,42</b>

## 8.4 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

### 8.4.1 LA FARGA GROUP CONSOLIDADO

#### A) OPERACIONES CONTINUADAS

1. Importe neto de la cifra de negocios	894.659.654,24
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	-10.272.543,94
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	2.758.603,08
4. Aprovisionamientos	-834.984.641,69
5. Otros ingresos de explotación	312.241,96
6. Gastos de personal	-13.617.771,71
7. Otros gastos de explotación	-22.242.710,02
8. Amortización del inmovilizado	-5.988.020,40
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	392.534,71
10. Exceso de provisiones	0,00
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0,00
12. Deterioro y resultado por enajenaciones de participaciones consolidadas	0,00
13. Diferencia negativa de consolidación de sociedades consolidadas	0,00
14. Otros resultados	-48.547,77
<b>A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)</b>	<b>10.968.798,46</b>
15. Ingresos financieros	3.854.925,82
16. Gastos financieros	-6.162.714,75
17. Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
18. Diferencias de cambio	-20.938,22
19. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00
<b>A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)</b>	<b>-2.328.727,15</b>
20. Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia	0,00
21. Deterioro y resultados por pérdidas de influencia significativa de participaciones puestas en equivalencia o del control conjunto sobre una sociedad multigrupo	0,00
22. Diferencia negativa de consolidación de sociedades puestas en equivalencia	0,00
<b>A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2+19+20+21)</b>	<b>8.640.071,31</b>
23. Impuesto sobre beneficios	-2.040.966,60
<b>A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+22)</b>	<b>6.599.104,71</b>

#### B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS

24. Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de impuestos	0,00
<b>A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+23)</b>	<b>6.599.104,71</b>



## 8.4.2 LA FARGA GROUP

A) OPERACIONES CONTINUADAS	
1. Importe neto de la cifra de negocios	2.649.365,62
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	0,00
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00
4. Aprovisionamientos	-103.330,18
5. Otros ingresos de explotación	0,00
6. Gastos de personal	-1.458.030,56
7. Otros gastos de explotación	-1.359.242,56
8. Amortización del inmovilizado	-164.730,35
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	246.600,43
10. Exceso de provisiones	0,00
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0,00
12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio	0,00
13. Otros resultados	568.402,08
<b>A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)</b>	<b>379.034,48</b>
14. Ingresos financieros	2.753.769,84
15. Gastos financieros	-591.626,22
16. Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
17. Diferencias de cambio	573,33
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	15.826,51
19. Otros ingresos y gastos de carácter financiero	0,00
<b>A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18+19)</b>	<b>2.178.543,46</b>
<b>A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)</b>	<b>2.557.577,94</b>
19. Impuesto sobre beneficios	37.445,51
<b>A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+20)</b>	<b>2.595.023,45</b>
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS	
21. Resultado del ejercicio neto de impuestos procedente de operaciones interrumpidas	0,00
<b>A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+21)</b>	<b>2.595.023,45</b>

## 8.4.3 LA FARGA LACAMBRA

A) OPERACIONES CONTINUADAS	
1. Importe neto de la cifra de negocios	425.778.786,22
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	-10.704.013,44
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	2.150.872,61
4. Aprovisionamientos	-387.525.223,93
5. Otros ingresos de explotación	153.389,44
6. Gastos de personal	-7.360.207,85
7. Otros gastos de explotación	-11.566.532,62
8. Amortización del inmovilizado	-3.204.038,08
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	104.721,76
10. Exceso de provisiones	0,00
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0,00
12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio	0,00
13. Otros resultados	-49.416,35
<b>A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)</b>	<b>7.778.337,76</b>
14. Ingresos financieros	2.039.370,50
15. Gastos financieros	-2.700.344,11
16. Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
17. Diferencias de cambio	-19.253,92
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00
<b>A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)</b>	<b>-680.227,53</b>
<b>A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)</b>	<b>7.098.110,23</b>
19. Impuesto sobre beneficios	-1.985.283,93
<b>A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+19)</b>	<b>5.112.826,30</b>
B) OPERACIONES DISCONTINUAS	
20. Resultado del ejercicio neto de impuestos, procedente de operaciones interrumpidas	0,00
<b>A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+20)</b>	<b>5.112.826,30</b>

## 8.4.4 LA FARGA TUB

### A) OPERACIONES CONTINUADAS

1. Importe neto de la cifra de negocios	101.516.691,79
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso	424.119,50
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	469.743,33
4. Aprovisionamientos	-92.779.736,60
5. Otros ingresos de explotación	96.874,72
6. Gastos de personal	-3.577.60,49
7. Otros gastos de explotación	-3.992.706,13
8. Amortización del inmovilizado	-1.666.919,16
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	17.380,22
10. Exceso de provisiones	0,00
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0,00
12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio	0,00
13. Otros resultados	4.508,08
<b>A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)</b>	<b>512.695,26</b>
14. Ingresos financieros	3.303,38
15. Gastos financieros	-336.176,33
16. Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
17. Diferencias de cambio	-2.454,48
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00
<b>A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)</b>	<b>-335.327,43</b>
<b>A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)</b>	<b>177.367,83</b>
19. Impuesto sobre beneficios	93.516,57
<b>A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+19)</b>	<b>270.884,40</b>

### B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS

20. Resultado del ejercicio neto de impuestos, procedente de operaciones interrumpidas	0,00
<b>A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+18)</b>	<b>270.884,40</b>

## 8.4.5 LA FARGA ROD

### A) OPERACIONES CONTINUADAS

1. Importe neto de la cifra de negocios	516.436.399,07
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso	7.350,00
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	137.987,14
4. Aprovisionamientos	-509.496.863,25
5. Otros ingresos de explotación	52.977,80
6. Gastos de personal	-1.066.043,75
7. Otros gastos de explotación	-4.184.604,03
8. Amortización del inmovilizado	-892.018,56
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	23.832,30
10. Exceso de provisiones	0,00
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0,00
12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio	0,00
13. Otros resultados	-6.708,53
<b>A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)</b>	<b>1.012.308,19</b>
14. Ingresos financieros	2.409.594,08
15. Gastos financieros	-3.139.417,32
16. Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
17. Diferencias de cambio	6,60
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00
<b>A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)</b>	<b>-729.816,64</b>
<b>A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)</b>	<b>282.491,55</b>
19. Impuesto sobre beneficios	-39.015,05
<b>A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+19)</b>	<b>243.476,50</b>

### B) OPERACIONES DISCONTINUAS

20. Resultado del ejercicio neto de impuestos, procedente de operaciones interrumpidas	0,00
<b>A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+20)</b>	<b>243.476,50</b>



## 8.4.6 LA FARGA INTEC

### A) OPERACIONES CONTINUADAS

1. Importe neto de la cifra de negocios	1.484.383,11
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso	0,00
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	0,00
4. Aprovisionamientos	-42.220,88
5. Otros ingresos de explotación	0,00
6. Gastos de personal	-158.261,45
7. Otros gastos de explotación	-22.825,60
8. Amortización del inmovilizado	-503.492,35
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	0,00
10. Exceso de provisiones	0,00
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0,00
12. Diferencia negativa de combinaciones de negocio	0,00
13. Otros resultados	0,00
<b>A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)</b>	<b>757.582,83</b>
14. Ingresos financieros	2,18
15. Gastos financieros	-78.852,86
16. Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
17. Diferencias de cambio	0,00
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00
<b>A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)</b>	<b>-78.850,68</b>
<b>A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)</b>	<b>678.732,15</b>
19. Impuesto sobre beneficios	-139.692,65
<b>A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+19)</b>	<b>539.039,50</b>

### B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS

20. Resultado del ejercicio neto de impuestos, procedente de operaciones interrumpidas	0,00
<b>A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+20)</b>	<b>539.039,50</b>

## 8.4.7 FUNDACIÓ LA FARGA

### DEBER

<b>A. GASTOS</b>	<b>243.605,06</b>
1. Ayudas concedidas y otros gastos	202.476,52
2. Consumos de explotación	5.414,27
3. Gastos de personal	28.203,04
4. Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	0,00
5. Otros gastos	7.511,23
6. Variación de las provisiones de las actividades	
<b>I. RESULTADOS POSITIVOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>-128.000,16</b>
7. Gastos financieros y gastos asimilados	0,00
8. Variación de las provisiones de inversiones financieras	
9. Diferencias negativas de cambio	
<b>II. RESULTADOS FINANCIEROS POSITIVOS</b>	<b>1.259,76</b>
<b>III. RESULTADOS POSITIVOS DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	<b>-126.740,40</b>
10. Variación de las provisiones inmovilizadas de participaciones a largo plazo en las empresas del Grupo y asociadas	
11. Pérdidas de inmovilizado de participaciones a largo plazo de las empresas del Grupo y asociadas	
12. Gastos extraordinarios	0,00
13. Gastos y pérdidas de otros ejercicios	
<b>IV. RESULTADOS EXTRAORDINARIOS POSITIVOS</b>	
<b>V. RESULTADOS POSITIVOS ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-126.740,40</b>
14. Impuesto sobre sociedades	
15. Otros impuestos	
<b>VI. EXCEDENTE POSITIVO DEL EJERCICIO (AHORRO)</b>	<b>-126.740,40</b>

## 8.4.8 HIDROELÉCTRICA DEL VOLTREGÀ

### DEBER

<b>A. GASTOS</b>	<b>32.717,76</b>
1) Trabajos realizados por terceros	446,12
2) Dotaciones amortización inmovilizado	557,60
3) Otros gastos de explotación	31.714,04
a) Servicios exteriores	30.901,41
b) Tributos	812,62
<b>I. BENEFICIOS DE EXPLOTACION</b>	<b>22.601,87</b>
4) Gastos financieros y asimilados	0,00
<b>II. RESULTADOS FINANCIEROS POSITIVOS</b>	<b>7,43</b>
<b>III. BENEFICIO DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	<b>22.609,30</b>
5) Gastos extraordinarios	0,00
<b>IV. RESULTADOS EXTRAORDINARIOS POSITIVOS</b>	
<b>V. BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>22.609,30</b>
6) Impuesto sobre sociedades	6.782,79
<b>VI. RESULTADO DEL EJERCICIO (BENEFICIOS)</b>	<b>15.826,51</b>

### HABER

<b>B) INGRESOS</b>	<b>55.327,06</b>
a) Venta de energía	55.319,63
<b>I. PÉRDIDAS DE EXPLOTACIÓN</b>	
1) Ingresos financieros	7,43
<b>II. RESULTADOS FINANCIEROS NEGATIVOS</b>	
<b>III. PÉRDIDAS DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	
2) Ingresos extraordinarios	0,00
<b>IV. RESULTADOS EXTRAORDINARIOS NEGATIVOS</b>	
<b>V. PÉRDIDAS ANTES DE IMPUESTOS</b>	
<b>VI. RESULTADO DEL EJERCICIO (PÉRDIDAS)</b>	

## 8.4.9 METALÚRGICA CATALANA

### DEBER

<b>A. GASTOS</b>	<b>166.707,89</b>
1) Otros gastos de explotación	74.441,56
a) Trabajos realizados por terceros	74.441,56
2) Dotaciones amortización inmovilizado	59.424,30
3) Otros gastos de explotación	22.980,95
a) Servicios exteriores	18.750,45
b) Tributos	4.230,50
<b>I. BENEFICIOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>11.809,38</b>
4) Gastos financieros y asimilados	8.706,82
<b>II. RESULTADOS FINANCIEROS POSITIVOS</b>	
<b>III. BENEFICIO DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	
<b>IV. BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>3.847,52</b>
5) Impuesto sobre sociedades	1.154,26
<b>VI. RESULTADO DEL EJERCICIO (BENEFICIOS)</b>	<b>2.693,26</b>

### HABER

<b>B) INGRESOS</b>	<b>169.401,15</b>
1) Importe neto de la cifra de negocios	159.656,19
a) Ventas	159.656,19
2) Subvenciones	9.000,00
<b>I. PÉRDIDAS DE EXPLOTACIÓN</b>	
2) Intereses de créditos C/P de empresas del Grupo	0,00
3) Otros intereses	744,96
<b>II. RESULTADOS FINANCIEROS NEGATIVOS</b>	<b>7.961,86</b>
<b>III. PÉRDIDAS DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS</b>	<b>-3.847,52</b>
<b>IV. PÉRDIDAS ANTES DE IMPUESTOS</b>	
4) Impuestos sobre sociedades	0,00
<b>VI. RESULTADO DEL EJERCICIO (PÉRDIDAS)</b>	<b>0,00</b>



# 9 INNOVACIÓN Y MEJORA

EN LFG MEJORAMOS CONTINUAMENTE E INNOVAMOS EN TODOS LOS ÁMBITOS DE LA EMPRESA. DESARROLLAMOS NUEVOS PRODUCTOS, SERVICIOS E INCLUSO PROCESOS PRODUCTIVOS. LA INNOVACIÓN ES INDISPENSABLE PARA EL PROGRESO EN UN ENTORNO CADA VEZ MÁS COMPETITIVO.

La **innovación en nuestros productos y procesos** es un factor estratégico de LFG, que nos permite ser punteros en el desarrollo de aleaciones y productos de cobre de altas prestaciones.

El 2010 destaca por ser el **año de la innovación**, gracias al esfuerzo, la ilusión, el espíritu de superación y el trabajo en equipo como motores de la investigación aplicada. A lo largo del año hemos materializado y hecho realidad proyectos de investigación y desarrollo en los que llevábamos trabajando un largo tiempo.

### Actualmente, los objetivos de nuestra I+D+I son:

- La búsqueda de nuevas aleaciones desde Ifl.
- La mejora del producto, la mejora de los procesos actuales para hacerlos más rentables y eficientes dentro de la empresa y satisfacer la necesidades de los clientes.
- La mejora global de las prestaciones técnicas del cobre.

En el 2010 la inversión en I+D+I de las empresas industriales de LFG ha sido del **2% de la facturación** y del **40% del resultado**.

Los esfuerzos en innovación en LFG continúan centrándose en la calidad y el desarrollo del producto. Estas líneas se ejecutan a través de los nuevos mecanismos de gestión y desarrollo de la innovación.

En este sentido, este año hemos consolidado un **área global de investigación** dividida en 4 líneas coordinadas por el consejero delegado del Grupo. Todo ello ha supuesto una reestructuración del Departamento de I+D+I.

### Desarrollo aplicado e innovación

- Investigación que se realiza internamente, dentro de las instalaciones de LFG, y que se centra en procesos y productos. En el 2010 hemos creado un pequeño centro de investigación en las mismas instalaciones de LFG (Research Center 1), con una importante inversión en nueva maquinaria.

### Gestión de la investigación

- Incluye la creación de patentes, relaciones con instituciones y centros de investigación e investigación del estado de la técnica. Hemos creado un departamento para las relaciones con el exterior desde el punto de vista de la investigación.

### Investigación básica

- Destaca la creación de un centro de investigación en la UAB con personal propio. Participamos en el proyecto Sincrotrón con dos científicos de LFG situados en la UAB (Research Center 2). El objetivo es trabajar en red.

### Innovación operativa

- Fomento de aquellas innovaciones que se puedan implementar en el ámbito operativo y promoción de la comunicación entre I+D+I y el área de operaciones, calidad e ingeniería.

### Tendencias de la I+D+I LFL

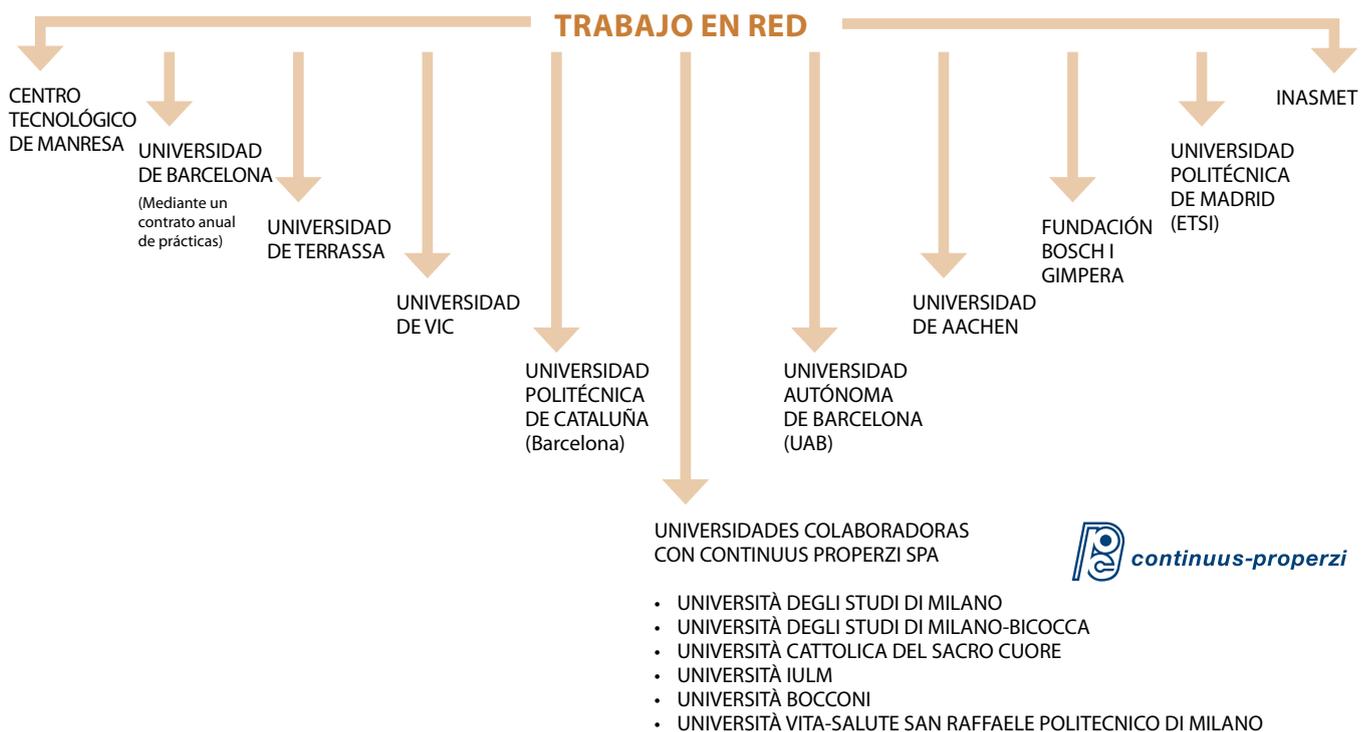
	Eficiencia energética	Ciclo de vida del producto	Movilidad sostenible
Diseño de nuevos materiales	✓	✓	✓
Diseño de nuevos productos	✓	✓	
Nuevos procesos	✓	✓	

La estructura de I+D+I cuenta con nueve personas distribuidas en las diferentes empresas y es responsable del **trabajo en red** con varios centros tecnológicos y universidades con fines relacionados con la investigación y la innovación.

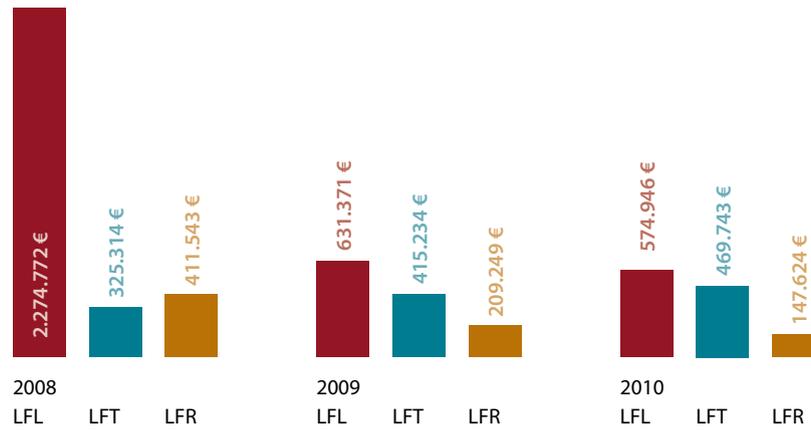
Para dar una respuesta eficaz y transversal del Grupo a esta nueva vertiente de la innovación, hemos creado los siguientes comités:

- **Comité de Innovación para la Investigación**, para dar seguimiento a los proyectos de investigación.
- **Comité de Innovación para el Mercado**, para introducir las ideas del mercado en el proceso de innovación.
- **Comité de Innovación para Operaciones**, que traslada los proyectos de innovación de bajo riesgo a operaciones (calidad, ingeniería y operaciones).

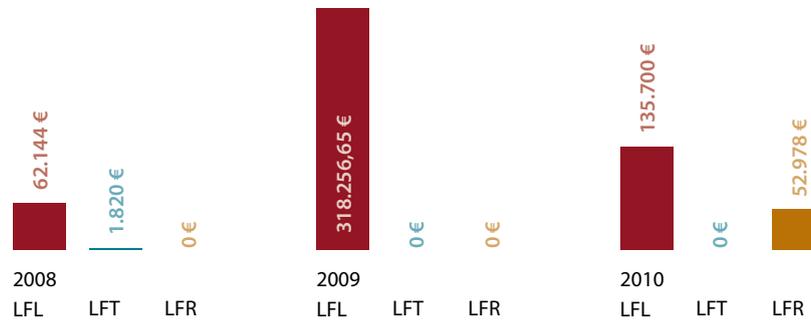
**Innovación abierta, buscamos el conocimiento y colaboramos con Universidades y centros tecnológicos:**



## Inversión en I+D+I



## Subvenciones recibidas a fondo perdido para el desarrollo de programas de I+D+I



La larga y contrastada trayectoria de LFG en el campo de la I+D+I cuenta con un importante número de **proyectos de investigación y desarrollo** aprobados por diferentes programas de I+D.

Estos programas ofrecen recursos económicos que nos ayudan a seguir trabajando en nuevos proyectos de investigación y desarrollo.

## 9.1 DESARROLLAMOS LA I+D+I CONJUNTAMENTE CON LOS CLIENTES

Trabajamos conjuntamente con los clientes en la optimización y mejora de sus procesos (I+D+I de proceso conjunto con los clientes), para ayudarles a conseguir un **alto rendimiento de nuestros productos**.

El análisis de las incidencias que los productos les ocasionan supone una fuente importante de información para conseguirlo.

Encontraréis más información detallada sobre este tema en la página 82 de este informe.

## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos para el 2010

- Publicar un artículo en una revista científica.
- Consolidar las 3 patentes.

● 0%

● 100%

### Objetivos para el 2011

- Consolidar patentes.

## EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

### **EVELEC™**

*Cobre EVELEC™, un material ferroviario que, a base de microaleaciones, mejora la resistencia al desgaste entre un 30 y un 50% frente a los productos habitualmente utilizados en líneas convencionales*



#### DESCRIPCIÓN

La Farga Advanced Materials ha desarrollado el cobre EVELEC™ de nueva generación, un material que ofrece el equilibrio entre la resistencia a la tracción y la conductividad eléctrica. Las microaleaciones permiten ajustar las prestaciones técnicas del material a los requisitos del producto, creándose así una amplia gama de cobres “a la carta”.

La esencia del EVELEC es el cobre, con un contenido máximo del 99,93% para no afectar de forma severa la conductividad pero incrementando las propiedades mecánicas.

#### VENTAJAS

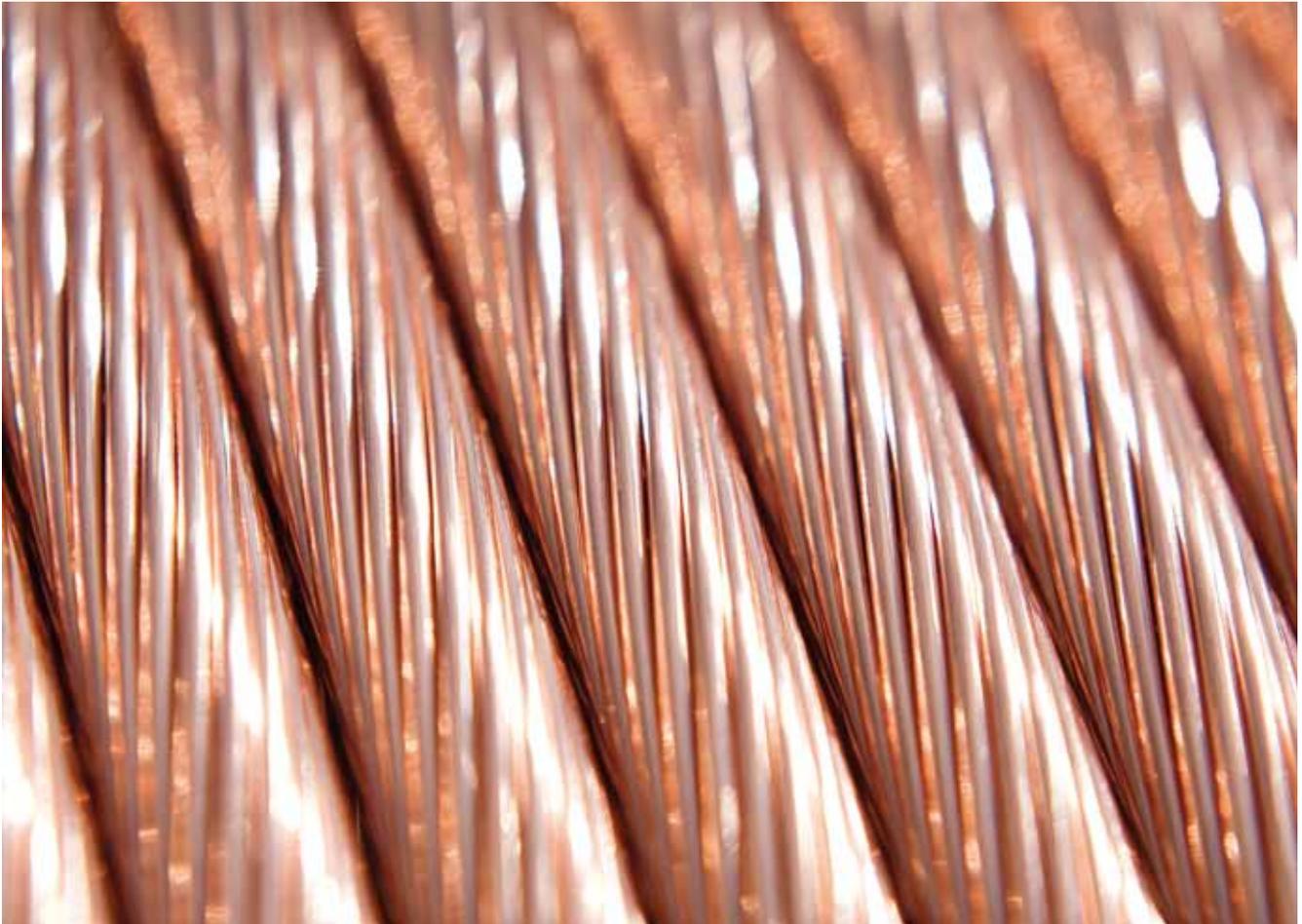
EVELEC™ tiene un 50% menos de desgaste.

Tiene la temperatura de recocido más elevada:

- Ofrece una menor dilatación.
- Tiene un menor desgaste.
- Dura más tiempo instalado, con el consiguiente ahorro en costes.

Tiene las mejores características mecánicas:

- Ofrece mayor resistencia a la tracción, lo cual permite tensar más la catenaria y, como consecuencia, incrementar la velocidad de propagación de onda; esto favorece una mayor velocidad del tren.



# RESPUESTAS A LAS **PERSONAS**



# 10 DESARROLLO PROFESIONAL

EN LA FARGA GROUP APOSTAMOS POR LA SATISFACCIÓN Y EL ENRIQUECIMIENTO PERSONAL Y PROFESIONAL DE NUESTRO EQUIPO HUMANO, PARA ELLO PONEMOS A LA PERSONA EN EL CENTRO DE NUESTRAS ACTIVIDADES (MICROMANAGEMENT). LA EVOLUCIÓN DEL TALENTO REFLEJADO EN LAS COMPETENCIAS, LA SUPERACIÓN DE LAS DEBILIDADES Y LA ATENCIÓN EN LA MANERA DE RELACIONARNOS Y MOTIVARNOS, LA PARTICIPACIÓN EN LA MEJORA CONTINUA, SON LOS EJES DE LA POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS, JUNTO CON UNA COMPENSACIÓN JUSTA Y COMPETITIVA DEL RENDIMIENTO QUE FOMENTE EL EQUILIBRIO EN LAS RELACIONES LABORALES.

En LFG tenemos como objetivo **atraer, fidelizar y motivar** a las personas en todos los niveles de nuestra organización y proporcionarles los recursos necesarios para su desarrollo profesional y su satisfacción en el lugar de trabajo.

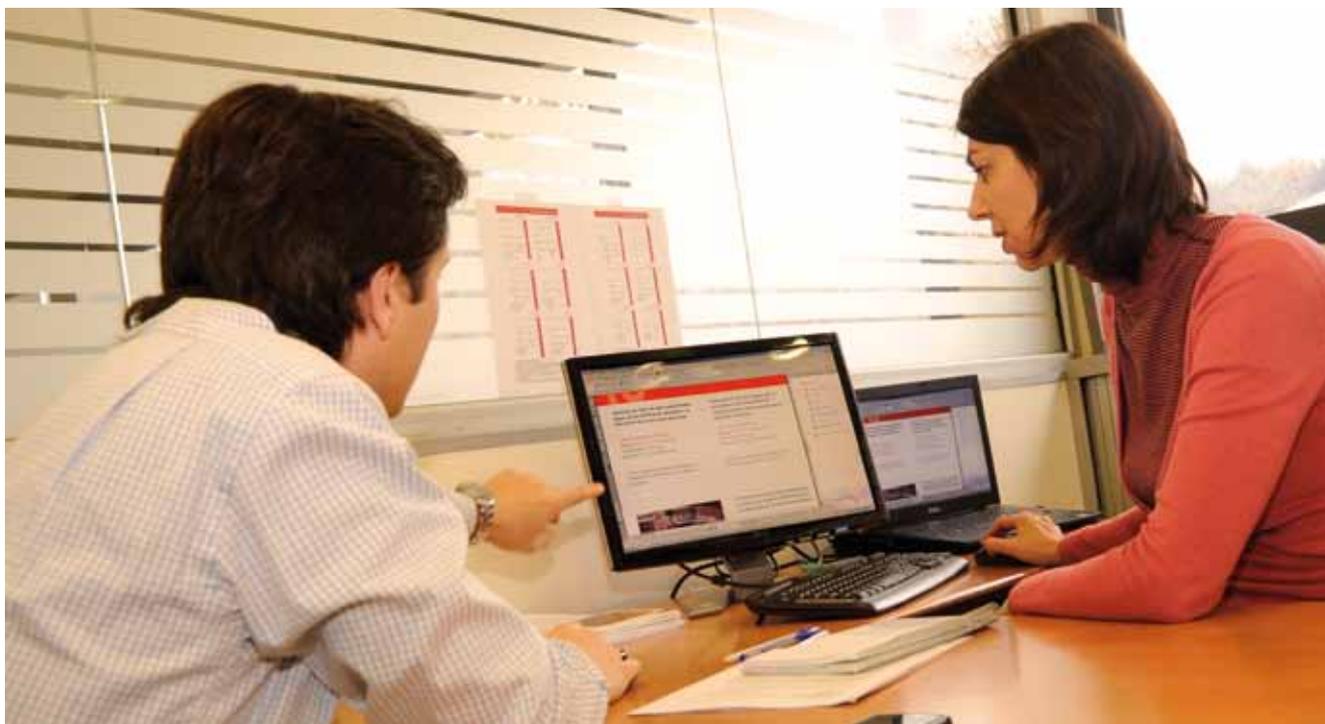
Las bases de la planificación de los recursos humanos, que unen la estrategia, planes y objetivos de la compañía con el rol y desempeño de sus integrantes, son el Plan de comunicación, el Plan de formación, el Sistema de evaluación del rendimiento (SER) y la Mejora y evaluación personal (MAP). Este año, además, hemos implementado el Plan de mejora continua (PMC).

## Aspectos destacados del 2010:

↳ Nuevo enfoque del Departamento de Recursos Humanos, que pasa a denominarse Dirección de Personas y Organización, para dar respuesta a los proyectos de mejora continua, reforzar los proyectos internos y mejorar el desarrollo de las personas (desarrollo del rol).

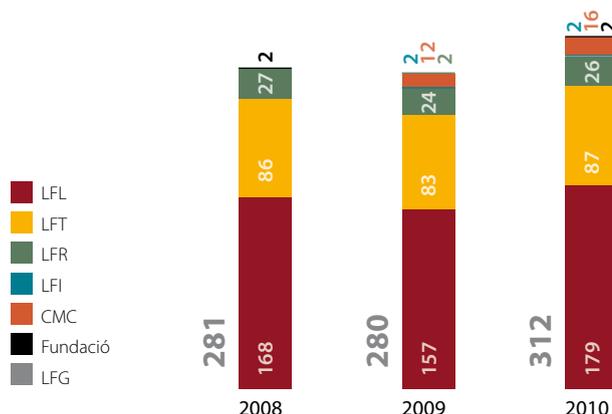
- La mejora continua como referente de dinamismo y reto, pretendiendo como fin último la gestión participativa y autónoma (*micro-management*) que conduzca a todos los trabajadores de la compañía a una gestión excelente de los procesos bajo su responsabilidad. A su lado, una política de reconocimiento más cercana y plausible.
- Concentrar la función comercial y la función calidad operativa y cliente en las diferentes compañías.
- Nueva estructura de innovación e investigación.

La expansión de LFG ha comportado un importante esfuerzo para que las personas que trabajan expatriadas se sientan siempre miembros de la compañía y acompañadas por todo el personal del Grupo, pese a estar viviendo lejos de su lugar de origen.



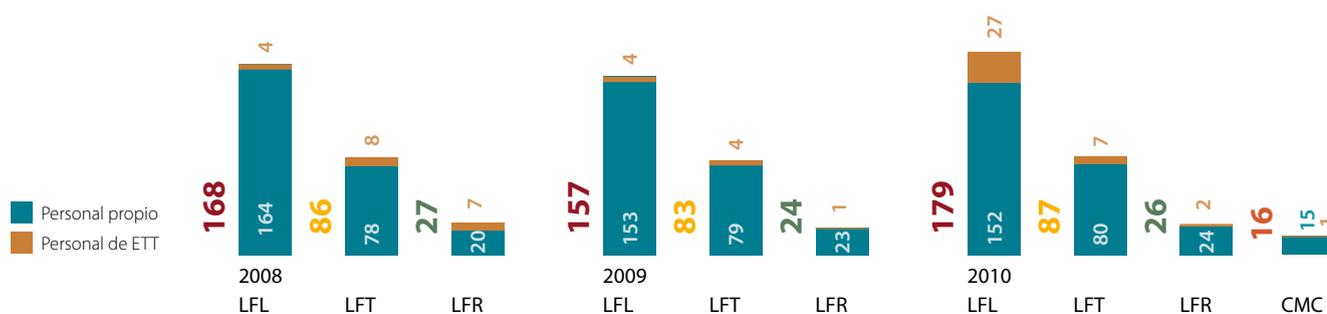
## 10.1 NUESTRO EQUIPO

**Plantilla media equivalente** (comprende los trabajadores fijos y los temporales ponderados según el tipo de jornada)

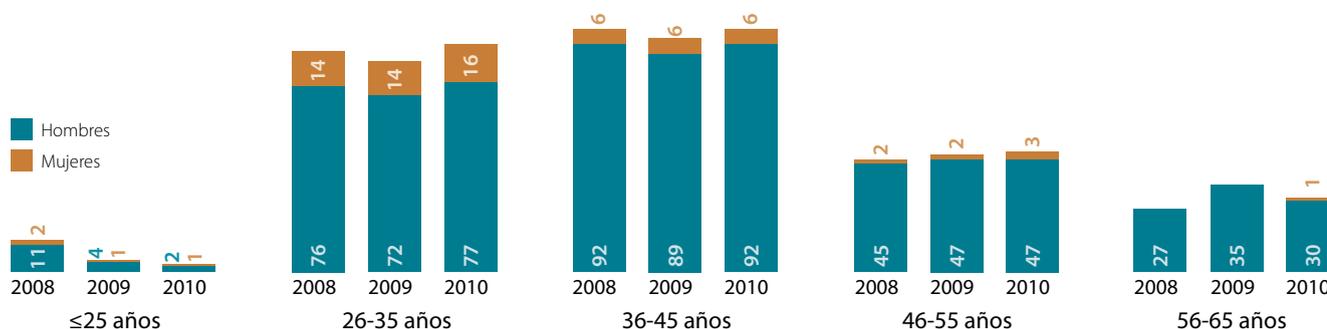


La plantilla de LFG ha **aumentado en 32 personas** respecto al 2009, debido principalmente al incremento de la actividad productiva de LFL y LFT causada por la recepción de un mayor número de pedidos a medida del cliente.

La **creación neta de ocupación** en 2010 ha sido del **1,6%** (4 trabajadores).



Nota: A diferencia de anteriores ediciones de la memoria, la plantilla media equivalente incluye el personal propio y el personal contratado a través de empresas de trabajo temporal (ETT). Cuando no se especifica, el personal es únicamente propio.

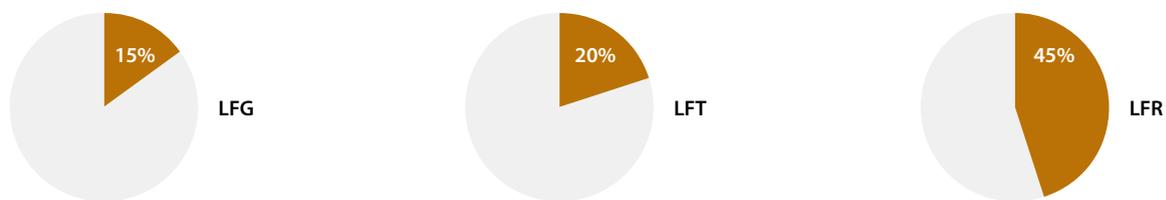


Nota: Los datos corresponden únicamente a personal propio.

El **69%** de la plantilla de LFG tiene entre **26 y 45 años** (el 34% tiene entre 26 y 35 años y el 35%, entre 36 y 45 años).

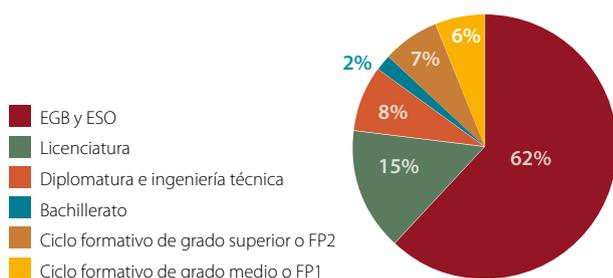
Un **equipo humano pluridisciplinar**, técnicamente capacitado y polivalente es fundamental para garantizar el correcto desarrollo de la actividad de nuestras compañías. En el 2010, en LFR hemos aumentado la **polivalencia de los empleados**. La existencia de tres puestos de trabajo con descripciones muy semejantes ha permitido que los empleados que antes sólo ocupaban una de las posiciones ahora sean polivalentes y puedan ocupar las tres. Para ello, se contrataron 2 empleados temporales.

### Índice de polivalencia



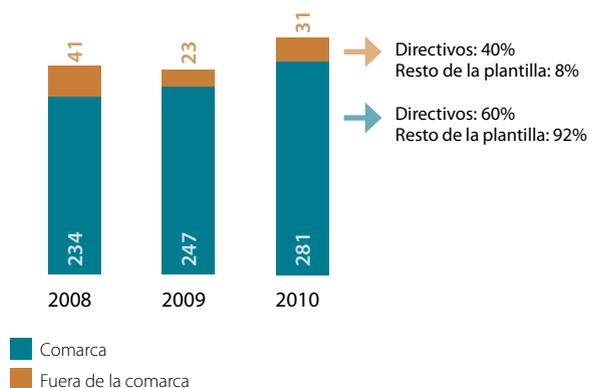
Además, la **capacidad de intercambio de conocimiento** de todo el equipo humano nos permite crear grupos de trabajo compartidos que aseguran la rápida implantación del conocimiento existente y su transmisión a las nuevas incorporaciones.

### Distribución de la plantilla según el nivel de estudios



Nota: El nivel de estudios del personal contratado mediante ETT se sitúa en el 80% en EGB y ESO y el 20% en ciclo formativo de grado medio o FP1.

### Distribución de la plantilla según la procedencia



El **90%** de la plantilla procede de la comarca de **Osona**, debido a la priorización de contratación de personal próximo a la empresa.

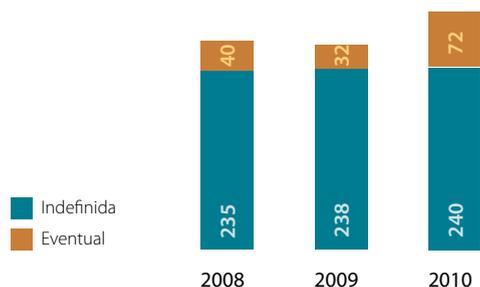
En la plantilla de LFG existe la figura de los representantes legales de los trabajadores.

El **100%** de esta plantilla está cubierta por el **convenio colectivo**.



## 10.2 FIDELIZACIÓN Y CARRERA PROFESIONAL

### Distribución de la plantilla según el tipo de contratación\*



\* La tabla incluye también al personal de ETT.

La contratación de personal especializado, su desarrollo y la fidelización siguen siendo una prioridad para asegurar que tenemos la gente capacitada que necesitamos. Por eso fomentamos la **contratación de carácter indefinido** y ofrecemos perspectivas claras de **carrera profesional** dentro de la misma compañía.

El **87%** de las personas que contrata directamente la empresa disponen de un contrato **indefinido**.

El **98%** de la plantilla trabaja a **jornada completa**.

### Distribución de la plantilla según el tipo de jornada

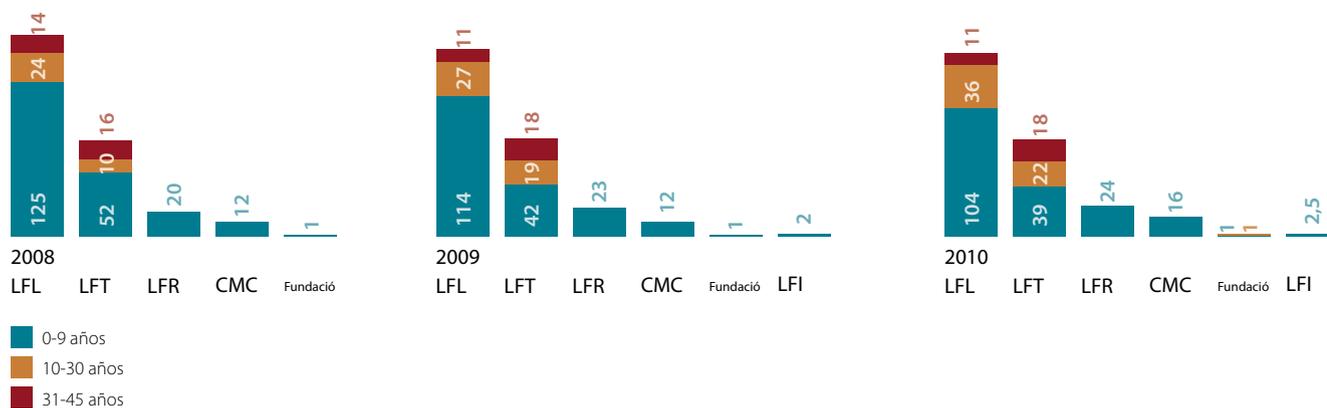


2010 **306**  
2009 **257**  
2008 **263**

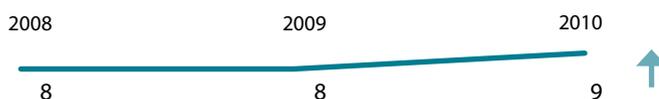
2010 **5**  
2009 **13**  
2008 **12**



### Distribución de la plantilla según antigüedad

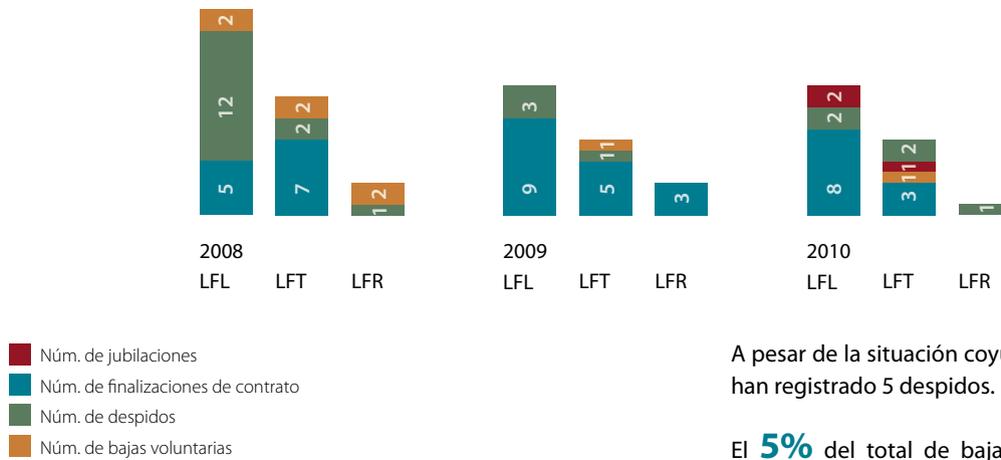


### Media de permanencia (LFG) (años de permanencia)



Cerca del **68%** de la plantilla hace **menos de 10 años** que trabaja en la empresa.

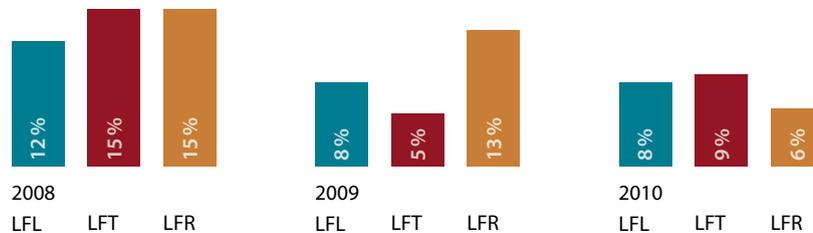
### Bajas registradas en la plantilla



A pesar de la situación coyuntural y sectorial, únicamente se han registrado 5 despidos.

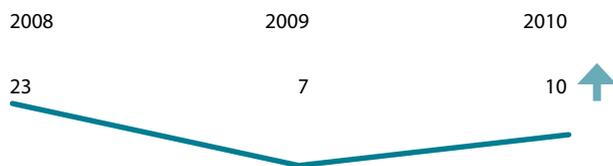
El **5%** del total de bajas registradas en la plantilla son **voluntarias**, lo cual equivale, en números absolutos, a 1 baja voluntaria.

### Rotación de la plantilla



### Promociones internas

(número de cambios de categoría profesional en LFG)



La **rotación** de la plantilla de LFG ha sido del **8%**.

Para fomentar la carrera profesional de nuestro equipo humano, **priorizamos las promociones internas**. El proceso de expansión de LFG ofrece a los trabajadores de la empresa la posibilidad de promocionarse internamente, así como la creación de nuevos puestos de trabajo relacionados con funciones técnicas, de gestión y directivas.



## 10.3 IGUALDAD Y DIVERSIDAD

En consonancia con nuestras políticas de recursos humanos, buscamos contar con un **equipo de personas variado** con diferentes habilidades, formación y perspectivas. Para ello fomentamos la igualdad de oportunidades y la no discriminación.

Un **10%** de la plantilla de LFG está formada por **mujeres**, factor directamente relacionado con el sector de la actividad, con una presencia mayoritaria de hombres. No obstante, en los últimos años se observa que la presencia de las mujeres va en aumento. En referencia al porcentaje de mujeres en cargos directivos, en el 2010 ha disminuido como consecuencia de los cambios en el organigrama, con promociones a dirección de empresa que han sido ocupadas por personal masculino.



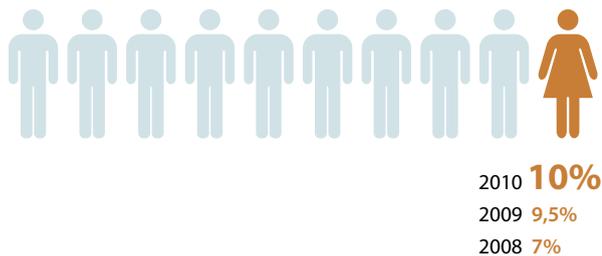
El principio de igualdad también está presente en nuestra política salarial. En este sentido, disponemos de un esquema de definición de bandas salariales que nos permite garantizar que no existen diferencias entre el salario base de los hombres respecto al de las mujeres, según su categoría profesional.

El **salario mínimo** de LFG es un **4%** superior al salario mínimo local.

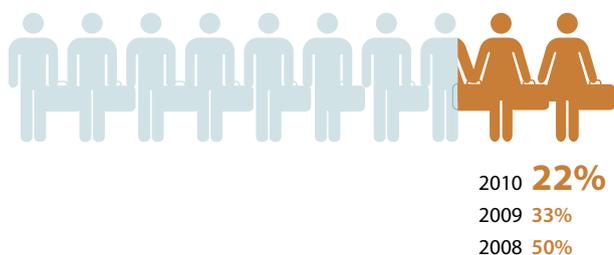
El **salario más alto** de la plantilla de LFG es **7 veces** superior al salario mínimo de la compañía.

El programa de **contratación de personal con alguna discapacidad** contempla la contratación directa (tenemos 5 personas con algún tipo de discapacidad: 2% del personal en LFL y 3% en LFT) y la contratación de bienes y servicios a centros especiales de trabajo como EINA (asociación de disminuidos psíquicos).

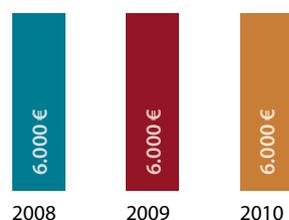
### Mujeres en la plantilla



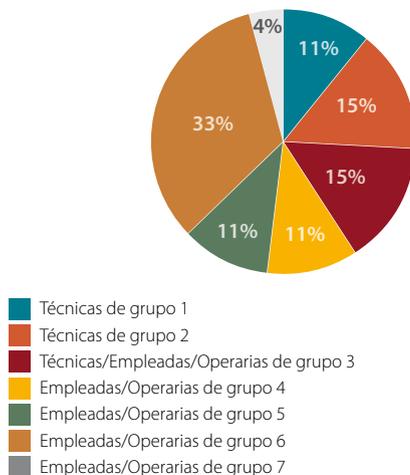
### Mujeres en cargos directivos



### Diferencia entre el salario mínimo de la empresa (por encima del convenio) y el salario mínimo local



### Distribución del colectivo femenino según grupo profesional



## 10.4 PROCURAMOS EL BIENESTAR DE LA PLANTILLA

Cada dos años evaluamos el **grado de satisfacción del personal** mediante una encuesta de clima laboral que contempla los aspectos siguientes: orientación a los clientes, relaciones interpersonales, calidad y medio ambiente, imagen de la empresa, trabajo en equipo, innovación y mejora, funcionamiento y organización, seguridad, orden y limpieza, comunicación y participación, bienestar y satisfacción, formación y política de retribución.

La última encuesta de clima laboral se realizó en el 2009 y contó con la participación del 71% de la plantilla.

### Resultados de la encuesta (de 0 a 10)



2009 **6,53**

2006 **6,17**

2004 **6,95**

### Participación de trabajadores en la encuesta



2009 **71%** (LFL 75%, LFT 80%, LFR 71%, LFG 76%)

2006 **61%** (LFL 86%, LFT 14%, LFG 50%)

2004 **84%**

A partir de la información resultante del análisis de la encuesta, diseñamos un **plan de acción** que aborda la mejora de los aspectos más críticos para los próximos dos años.

En LFR la medida más destacada impulsada en el 2010 en el marco del plan de acción ha sido **"Vive la mejora continua"**, orientada a implicar a los operarios en la ejecución de la mejora continua, fomentando su participación y reconociendo su trabajo e implicación. Esta acción se ha acompañado de formación genérica en aspectos de mejora continua y específica de conocimiento de las propias instalaciones.



### Las acciones más destacadas de la encuesta de clima laboral desarrolladas a lo largo del 2010 han sido las siguientes:



- Realización de sesiones formativas en cada planta productiva para mejorar los procedimientos, con un formato adaptado a cada compañía y a las necesidades concretas de los trabajadores.
- Los Óscars de La Farga. Reconocimiento a 5 trabajadores que han conseguido la excelencia en alguno de los siguientes aspectos: la mejor sugerencia del año, la mejor implantación de las 5's en una zona y la mejor actitud para la reingeniería de procesos.
- Visita de algunos trabajadores a otras plantas productivas del Grupo.
- Organización de la Semana de la Seguridad con más de 500 horas de formación impartidas, más de 350 asistentes y la participación de más de 50 empresas y/o instituciones.
- Reestructuración y adecuación de los principales canales de comunicación: pantallas de televisión, carteleras y buzones individuales, entre otros.
- Formación en el ámbito comercial *Let's Refresh* para conocer más a fondo las características de cada producto, sus posibilidades y sus perspectivas de mercado.
- Sesiones de formación en el ámbito de la comunicación interpersonal para las diferentes secciones organizativas.
- Y muchas otras acciones enfocadas a cada público de interés.
- II Semana de la Cultura de la Seguridad.
- Boletín de crisis.



## 10.5 FOMENTAMOS LA CAPACITACIÓN PROFESIONAL

El desarrollo profesional de las personas requiere de un esfuerzo en **programas formativos** para potenciar su talento y sus habilidades.

### 10.5.1 SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO (SER)

El sistema de evaluación del rendimiento (SER) nos permite valorar la **contribución de cada persona** a los objetivos de la propia compañía y del Grupo, potenciando un estilo de dirección que sitúa a las personas en el centro de la acción.

En primer lugar, se describen las competencias requeridas para los distintos puestos de trabajo de forma negociada entre las personas que los ocupan y sus responsables directos. Ello supone la participación de los trabajadores en la definición de su rol y de su evolución. Además, el sistema de evaluación del rendimiento establece los objetivos para el personal administrativo y los encargados de producción, en línea con la estrategia marcada por la Dirección General.

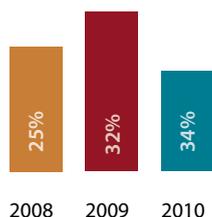
#### Esquema de funcionamiento del SER:



- Elaboración del propio marco de objetivos por cada persona.
- Negociación y consenso son sus responsables inmediatos.
- Definición de indicadores del logro, en algunos casos con un porcentaje gradual de consecución.

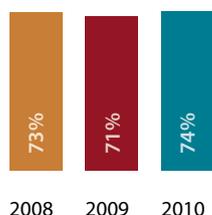
Tendencia al alza del porcentaje de la plantilla de LFG sujeta al SER, situándose en el **34%** en el 2010.

#### Personal sujeto al SER (LFG)



#### Porcentaje de consecución del SER

(media del resultado de competencias y objetivos)

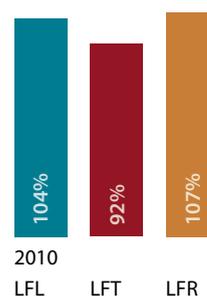


Según los resultados del SER para el factor objetivos, el porcentaje de **cumplimiento global** de los mismos es del **76%**.

#### Mejora y evaluación personal (MAP)

Sistema de desarrollo personal paralelo al SER, enfocado al **colectivo de operarios** y que tiene una traslación a las primas mensuales de los trabajadores. Contempla una definición competencial de cada puesto de trabajo y una evaluación mensual realizada por el supervisor, el cual cada año elabora un resumen que entrega a su colaborador en una entrevista de seguimiento y mejora.

#### Porcentaje de consecución del MAP



El personal de producción de la plantilla de LFG está sujeto al MAP. En el 2010 el porcentaje de **consecución del MAP** ha sido del **75%**.

### 10.5.2 PLANES DE FORMACIÓN

La capacitación de las personas para alcanzar los objetivos del Grupo se fundamenta en planes de formación que potencian sus **habilidades y aptitudes**, además de ofrecerles los conocimientos necesarios para el desarrollo de sus tareas diarias.

Las fuentes de la formación definidas por el sistema de calidad son el Plan de formación para cada nueva incorporación y el Plan de formación anual (PFA) para toda la organización.

Las necesidades de formación vienen establecidas por los directores de departamento, y la Dirección de Personas y Organización es responsable del cumplimiento del PFA. Todas las acciones formativas realizadas son evaluadas para valorar su eficacia.

La **inversión** en formación en el último año ha aumentado un **32%** respecto al 2009.

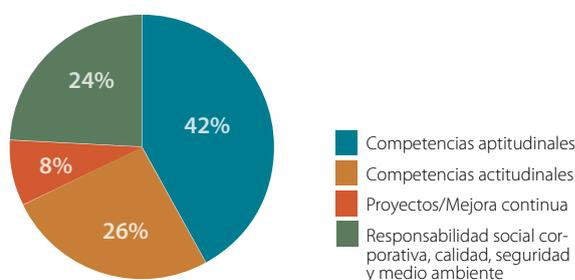
**Toda la plantilla** ha recibido formación en los **tres últimos años**.

## Indicadores de formación (LFG)

	2008	2009	2010	
Inversión en formación (€)	145.755	97.684	<b>143.071</b>	
Inversión en formación por empleado (€/empleado)	558	362	<b>520</b>	
Núm. medio de horas de formación por empleado	34	26	<b>31</b>	
Horas totales de formación*	8.849	7.068	<b>7.993</b>	
Horas de formación según la categoría	Categoría	h/empleado	h/empleado	h/empleado
	Personal de dirección	219	56	<b>42</b>
	Operarios	41	12	<b>25</b>
Núm. de acciones de formación	78	93	<b>76</b>	

\* Las horas totales de formación no incluyen la formación impartida a las nuevas incorporaciones.

## Desglose de las acciones formativas realizadas (LFG)



Un total de 54 personas han incrementado sus **competencias lingüísticas** en diferentes idiomas, continuando el esfuerzo de adaptación a la estrategia de expansión internacional del Grupo. Tenemos más de 30 grupos en diferentes niveles de desarrollo de idiomas.

En LFR la mayor parte de la formación impartida en el 2010 corresponde a **aspectos concretos de planta**.

Este año, hemos concentrado la formación y la sensibilidad por la prevención de riesgos y seguridad en la *II Semana de la Cultura de la Seguridad*. De esta manera, hemos podido desarrollar casi 500 horas de formación entre simulacros, planes de prevención, mesas redondas, visitas a empresas, etc.

## 10.6 MEJORA CONTINUA PARA UNA MAYOR EFICIENCIA Y EXCELENCIA

La estrategia de mejora continua que implementamos en LFG persigue un cambio en los procesos productivos y de gestión, que conlleva finalmente una **mejora de la cultura organizativa** en el compromiso y el sentimiento de propiedad de los procesos. Con estos métodos y técnicas de mejora continua conseguimos:

- Mejorar el servicio a los clientes.
- Mejorar la eficiencia y la productividad de las plantas de producción.
- Perfeccionar la calidad, la seguridad, el coste y la producción.
- Contribuir a nuestro avance en responsabilidad social.

### Bases de la mejora continua en LFG:

- La gestión excelente es uno de los pilares de la estrategia de la compañía.
- La innovación constante, uno de sus valores.
- El concepto lean como paraguas de las distintas acciones de mejora.
- Hablar con datos.
- Estandarizar los procesos.
- Recursos humanos. Como enlace entre el proceso y la persona.

## Lean management y cultura de mejora continua

### Lean management

Técnica de trabajo orientada a lograr la **eficacia en todos los procesos** de negocio, eliminando las actividades que no aporten valor (MUDA), con el fin de generar beneficios tangibles para los clientes finales.

La figura del **Lean manager**, que tienen como funciones coordinar, implementar, controlar y dinamizar los proyectos de mejora continua, permanecerá en la empresa durante los próximos años para asegurar que se respeten los procesos tal y como están definidos -para actuar como sistema de control de la calidad de los mismos- y que se consolide la gestión participativa y autónoma en la organización industrial.

### Cultura de mejora continua

La Dirección de Personas y Organización es responsable de transmitir y fomentar una cultura de mejora continua al conjunto de la plantilla y de gestionar su implantación mediante proyectos específicos.

La aplicación de **técnicas o herramientas procedimentales** permite resolver los problemas del día a día para conseguir una mayor eficiencia y excelencia en los procesos.

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	IMPLANTADO EN
5's	Mediante 5 fases –organización, orden, limpieza, control visual y hábito–, se consigue un entorno de trabajo limpio y agradable, de modo que se reducen los riesgos laborales, mejora la ergonomía y aumenta la accesibilidad de los utensilios de trabajo.	Trefilería, fundición y coladas, Departamento de Logística y almacén de refractario de LFR. LFR también está incidiendo en su implantación en los talleres que hacen sus trabajos en la planta
Metodología KANBAN	Sistema visual y rápido de gestión del stock; consiste en unas tarjetas que actúan como órdenes de producción e indican qué productos hay que producir y en qué cantidad. Garantiza un stock mínimo de producto acabado que siempre está disponible para entregar a los clientes.	Trefilería, logística y colada continua de LFR
Lean office	Sistema de mejora continua en las oficinas que toma como base un cálculo de productividad y de la optimización de costes, analizando los diferentes flujos de información y documentación. Este sistema permite detectar, identificar y eliminar las ineficiencias en los procesos de flujo de la información. Se establece un procedimiento para optimizar el tiempo y los costes en la gestión.	El proceso de ventas y otros procesos de LFG
OEE	Identifica y clasifica las pérdidas de efectividad de las máquinas. Mediante este indicador se detectan problemas, los cuales, por medio de equipos de mejora y mediante técnicas como SCRA, CEDAC o CONCOR, son estudiados para implantar soluciones.	Fundición, coladas y trefilería de LFR y en la sección de preaislamiento de LFT
Mizu's	Sistema a través del cual una planta productiva se comunica de forma más eficiente con el Departamento de Logística, utilizando principalmente sistemas de gestión visual.	Trefilería y Departamento de Logística
Sistema de sugerencias	Método que proporciona un procedimiento para recoger y evaluar ideas de mejora, proporcionadas de forma individual por los empleados de la empresa.	Trefilería y coladas de LFR y la sección de prensa de LFT
Historia de calidad	Técnica para la resolución de problemas crónicos y causas desconocidas. El grupo de mejora recoge una serie de datos de todas las variables que intervienen en un proceso y seguidamente analiza sus posibles causas con el objetivo de proponer soluciones.	LFG
SMED	Técnica para la reducción del tiempo de cambio de una máquina y la optimización de las tareas para ajustarla. Permite regular los stocks (más flexibilidad) y aumentar el tiempo de disponibilidad de la máquina (más productividad).	LFG
TPM – Mantenimiento productivo total	Sistema de gestión para la mejora de la fiabilidad y la disponibilidad de las instalaciones productivas. El TPM involucra al personal de producción en el mantenimiento de los equipos, en los proyectos de mejora continua y en las reparaciones.	LFG
SCRA	Técnica para resolver problemas agudos y evitar que se vuelvan a repetir. Se estructura en 3 fases: síntoma (detectar la naturaleza del problema), causa (identificar el motivo) y remedio (proponer soluciones).	LFG
CEDAC	Técnica para resolver problemas crónicos originados por diversidad de causas. Son problemas que se repiten en el tiempo y que necesitan de la implicación de todo el personal para que aporte posibles causas y/o acciones correctoras mediante un diagrama de causa-efecto.	LFG

## 10.7 BENEFICIOS SOCIALES Y MEDIDAS DE CONCILIACIÓN, UN VALOR AÑADIDO

Desde LFG consideramos la formación como un valor y por ello el personal del Grupo se beneficia de las **ayudas económicas** para los estudios de sus hijos y de las **becas** que se convocan desde La Fundació La Farga, además de otros beneficios sociales.

Las 160 ayudas concedidas para el curso **2010-2011** suman un importe total de **16.116 €**.

### Beneficios sociales adicionales para la plantilla

#### Complementos

- Hasta un 100% del salario por incapacidad temporal por accidente (aunque no haya hospitalización).
- Hasta un 100% de las pagas extras por incapacidad temporal.
- Hasta un 100% del sueldo por maternidad.

#### Organización

- Calendario del cuarto turno planificado con más de un año de antelación.
- Posibilidad de cambio de turno a petición de la persona interesada.

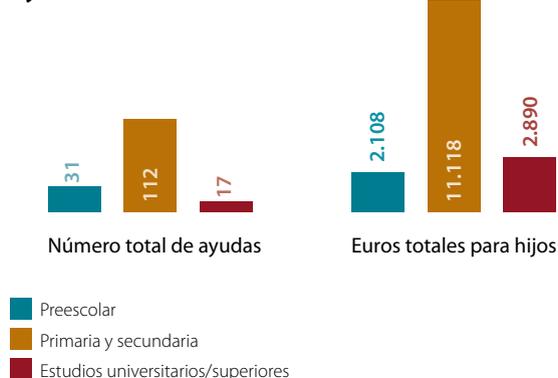
#### Compensaciones económicas

- Ayuda escolar.
- Seguro médico para los empleados que realizan largas estancias en el extranjero.

#### Formación

- Subvención para cursos de formación al margen de las becas que ofrece la Fundació La Farga.
- Compensación de las horas de formación fuera de la jornada laboral.
- Estudio de idiomas en grupos reducidos (máximo 5 personas).

### Ayudas curso 2010-2011



Complementando los beneficios sociales, ofrecemos a nuestros empleados la posibilidad de disfrutar de medidas que permitan una mayor **conciliación** de su vida personal y familiar con su vida laboral.

#### Flexifeina

Flexibilidad horaria para entrar y salir del trabajo, con limitaciones según las áreas

#### Flexivacances

Posibilidad de tener libre la tarde de los viernes ocho fines de semana en el período estival

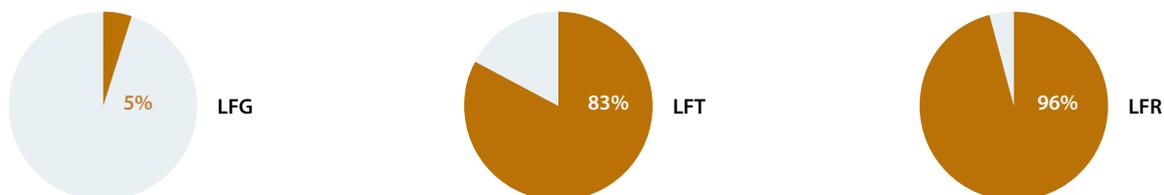
#### Reducción de jornada

Para el cuidado de los hijos

#### Excedencias

#### Flexibilidad de elección de vacaciones

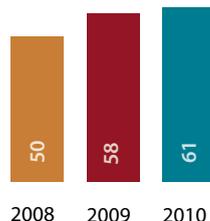
### Uso de Flexifeina



## 10.8 FOMENTAMOS LA COMUNICACIÓN Y EL DIÁLOGO

Mediante el Plan de comunicación interna anual (PCIA), determinamos las acciones concretas a desarrollar para satisfacer de forma eficiente las **necesidades de comunicación y fomentar el diálogo** entre todas las partes implicadas.

### Comunicaciones internas realizadas



Este año se han realizado el **83%** de las acciones previstas en el **PCIA**.

Disponemos de canales unidireccionales y bidireccionales para una comunicación y diálogo efectivo y eficaz con nuestros empleados.

### Canales unidireccionales

- Monitores informativos del Comité de Empresa.
- Comunicados internos.
- Revista corporativa (CouREvista).
- Buzón individual.
- Cartelera de gestión visual en la que, de forma semanal, se actualizan los datos y se muestran acciones relevantes de cada uno de los departamentos; se trata de información guiada a través de indicadores que deben propiciar acciones de mejora para conseguir los objetivos marcados por cada una de las compañías.
- Pantallas de información mural por toda la empresa, incluso dentro de la planta productiva.
- Revista InfoLFG, en la que en cada edición se entrevista a 3 trabajadores de la compañía y éstos exponen sus proyectos de futuro y las novedades de su departamento.

En el 2010, en LFR hemos reorientado el **sistema de sugerencias** dedicando cada mes a un tema específico, lo cual permite sacar más provecho de la participación del personal. La seguridad y el medio ambiente son los temas más destacados (se recibe un mayor número de sugerencias), demostrando así que estos temas están presentes en la cultura de los empleados.

### Canales bidireccionales

- Reuniones informativas periódicas como comités ejecutivos, reuniones departamentales...
- *Speech* anual de cada uno de los directores generales a toda la compañía, en los que se explican los resultados del año anterior y los previstos para el próximo año; se realiza fuera de las instalaciones de la compañía.
- *Speech* semestral (desde 2009) en el que, de forma conjunta y con la participación de toda la compañía, cada director general expone el seguimiento de los resultados de la compañía.
- Teléfono.
- Correo electrónico.
- Grupos de mejora ad hoc.
- Grupos de mejora permanente.
- Premios Postal de Navidad y Concurso de fotografías de verano.
- Cena de Navidad con actuaciones y una campaña específica para el evento.
- Buzón de sugerencias.
- Sistema de sugerencias.
- Reuniones mensuales del Comité de Dirección de cada una de las compañías.
- Reuniones semestrales del director general con el Comité de Empresa.
- *Information Lunch* en el que, de forma mensual, se cita a todo el personal de dirección para que expongan el seguimiento de las ventas-compras-proyectos de cada empresa en un máximo de una hora. También se realizan 'los 5 minutos de innovación', período de tiempo en el cual un trabajador/a expone un proyecto de innovación desarrollado en la compañía desde cualquier ámbito. Después se ofrece un picoteo dentro de las instalaciones.

En el ámbito de la comunicación, apoyando uno de los objetivos globales de la compañía, se ha desarrollado un **plan específico para la implantación de los procesos y la reingeniería**. Para ello se han realizado varias acciones, de las cuales podemos destacar la creación de un vídeo corporativo, la visita a una planta industrial de Cataluña que ya había implantado este sistema y la comunicación formativa a través de "píldoras" para los afectados en el proceso.

## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos para el 2010

- Elaborar un plan para la gestión de los recursos humanos en China.  100%
- Elaborar un plan y una hoja de ruta para las áreas que tienen implantado el proyecto 5's para que se convierta en objetivo de la Dirección General.  100%
- Diseñar un proyecto anual del proceso *Lean* con metas trimestrales.  67%
- Establecer un plan de acción para la mejora del clima laboral.  95%
- Elaborar 2 monográficos directivos.  100%
- Definir el rol que ejerce cada escalafón profesional.  50%
- Crear la organización de la investigación, la nueva estructura de LFR, los procesos, etc.  75%

### Objetivos para el 2011

- Cumplir las metas objetivo del proyecto Atlas (SAP).
- Aplicar globalmente el método de las 5's.
- Incrementar el rendimiento del capital humano.
- Implementar el Plan de acción de diagnóstico organizativo.
- Implantar el Proyecto minifábrica en las compañías.
- Incrementar el índice de polivalencia media en un 15%.
- Determinar los planes de acción a partir de los coachings individuales con 5 personas críticas de la organización.
- Conseguir la implantación del Plan de acción de clima laboral y elaborar la encuesta de clima laboral.



# 11 PREVENCIÓN DE RIESGOS

EN LA FARGA GROUP APLICAMOS LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA GARANTIZAR LA SEGURIDAD Y LA SALUD EN EL TRABAJO. LA SEGURIDAD ES VITAL EN UNA ACTIVIDAD COMO LA NUESTRA. POR ESO IMPARTIMOS FORMACIÓN Y DAMOS LA MÁXIMA INFORMACIÓN A LOS TRABAJADORES PARA PREVENIR RIESGOS.

## 11.1 PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES PARA LA MEJORA DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO

La seguridad de nuestros empleados y de las personas que prestan su servicio en nuestras instalaciones es una prioridad en nuestras operaciones. Por eso tenemos implantado un **sistema de prevención de riesgos laborales** certificado según la **OSHAS 18001**. Además, disponemos de servicios de prevención ajenos (ASEPEYO Servicio de Prevención y UNIPRESALUD), que gestionan la prevención de todas las empresas del Grupo.

### Certificaciones según la OSHAS 18001:

- Desde 2005, La Farga Lacambra, SAU
- Desde 2008, La Farga Tub, SL
- Desde 2009, La Farga Rod, SLU

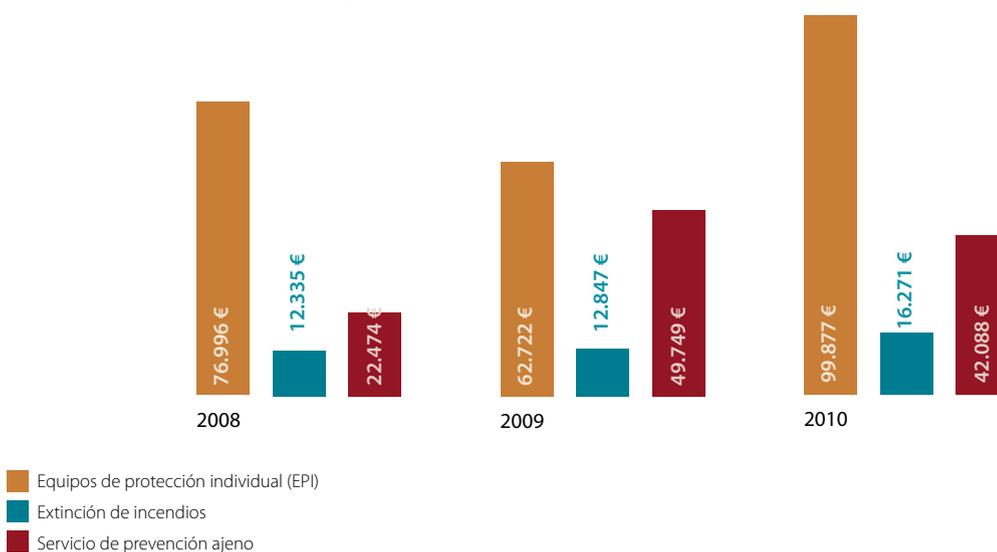


### Líneas básicas de gestión de la seguridad:

- Promoción de la mejora continua en las prácticas de prevención de riesgos laborales.
- Adopción de las medidas de prevención y control apropiadas para desarrollar las actividades de la empresa susceptibles de generar riesgos que interfieran en la salud y seguridad de las personas.
- Fomento del uso de las mejores técnicas de prevención disponibles y apropiadas para cada necesidad que sean económicamente admisibles.

Garantizamos unas condiciones de seguridad óptimas en las distintas áreas de trabajo y desarrollamos un programa intenso de formación y capacitación, fortaleciendo así nuestra **cultura preventiva en seguridad**.

### Inversión en prevención de riesgos laborales\*



\*A estos gastos hay que añadir los gastos para el sistema de verificación y la adecuación de la maquinaria.

## Indicadores de seguridad y riesgos

	LFL			LFT			LFR		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Número de accidentes	5	14	7	11	5	6	3	1	0
Horas trabajadas	299.086	269.624	263.420	126.460	115.412	139.942	35.308	41.678	43.130
Índice de frecuencia	17	52	27	87	36	43	85	24	0
Jornadas de baja perdidas	349	477	316	95	122	78	80	11	0
Índice de gravedad	1,17	1,77	1,2	0,75	0,88	0,52	2,27	0,26	0
Tasa de absentismo	4,5%	4,2%	3,9%	5,0%	4,2%	5,0%	1,8%	1,2%	1,7%

La **LFR** no ha registrado en 2010 **ningún accidente con baja**, ni de personal propio ni de personal externo.

## Indicadores de seguridad de LFG



A partir de los resultados de las tres evaluaciones de riesgos que realizamos cada año, definimos las **acciones de mejora** a implantar.

## Mejoras en la prevención de riesgos laborales

	LFL	LFT	LFR	LFG	
	Núm.	Núm.	Núm.	Núm.	
Acciones pendientes	69	92	21	182	34%
Acciones finalizadas	283	46	24	353	66%
<b>Total</b>	<b>352</b>	<b>138</b>	<b>45</b>	<b>535</b>	

## Mejora de la seguridad de las instalaciones de LFG

En el 2010 hemos realizado una **auditoría de seguridad** en las instalaciones de LFG que ha comportado la elaboración de un plan de acción con las medidas a implantar para incrementar la seguridad. Una de las acciones llevadas a cabo son los nuevos accesos a las instalaciones de la compañía para mejorar la seguridad de los visitantes, tanto de la empresa como del museo.



## EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

### **La Farga Group pone el ON a la seguridad**

*Se celebró la 2ª Semana de la Cultura de la Seguridad con multitud de actividades*

El Museo del Cobre acogió la ceremonia de inauguración de la 2ª Semana de la Cultura de la Seguridad. El acto sirvió para mostrar reconocimiento a todos los trabajadores de LFG que hace más de 20 años que no tienen ningún accidente o lesión; un total de 9 trabajadores han obtenido esta distinción. Paralelamente se inauguró la exposición de prevención de riesgos laborales ubicada en las instalaciones del Museo del Cobre.

Además, a lo largo de toda la semana se realizaron más de 800 horas de formación y más de 20 actividades

-conferencias y/o mesas redondas- relacionadas con el mundo de la seguridad en la empresa. Estos actos estaban abiertos a la participación de todos los trabajadores y a todas las personas relacionadas con el sector.

Otras acciones desarrolladas fueron: formación de operarios de toros y puentes grúa, de primeros auxilios, formación en línea sobre prevención de riesgos laborales, sobre el sistema de evacuación en la fábrica, inicio de las cuñas de seguridad y formación en emergencias a los líderes, entre otras muchas.



## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos para el 2010 (LFL)

- Aumentar un 5% la puntuación de las auditorías de orden y limpieza respecto al 2009.  50%
- Realizar actuaciones para mejorar el 100% de los lugares de trabajo con riesgo acústico -nivel de ruido superior a 87 dB(A)-.  33%
- Realizar actuaciones para mejorar el 100% de los lugares de trabajo con riesgo lumínico (luxes medidos < a luxes necesarios).  50%
- Reducir un 2% los lugares de riesgo según estudios específicos (higiene, temperatura, ergonomía y psicología).  80%
- Conseguir un índice de frecuencia general inferior a 35 y para cada sección productiva, inferior a 50.  100%
- Incrementar un 2% las operaciones/situaciones de riesgo documentadas en cada sección productiva.  100%
- Mantener en  $\pm 2\%$  el promedio de las horas de formación en el ámbito ambiental y de prevención de riesgos laborales.  100%

### Objetivos para el 2010 (LFT)

- Realizar actuaciones de adaptación de maquinaria al R. D. 1215, según el plan de actuación específico.  30%
- Realizar actuaciones para mejorar el 100% de los lugares de trabajo con riesgo acústico -nivel de ruido superior a 87 dB(A)-.  100%
- Realizar actuaciones de mejora en el 100% de los lugares de trabajo con riesgo lumínico (luxes medidos < a luxes necesarios).  66%
- Reducir un 5% los lugares de riesgo según estudios específicos (higiene, temperatura, ergonomía y psicología).  100%
- Conseguir que el índice de frecuencia general sea inferior a 37.  75%
- Incrementar un 5% las operaciones/situaciones de riesgo documentadas en cada sección productiva.  25%
- Incrementar un 2% el promedio de las horas de formación por trabajador en el ámbito ambiental y de prevención de riesgos laborales.  100%

### Objetivos para el 2010 (LFR)

- Aumentar un 5% la puntuación de las auditorías de orden y limpieza respecto al 2009.  100%
- Realizar actuaciones para mejorar el 100% de los lugares de trabajo con riesgo acústico -nivel de ruido superior a 87 dB(A)-.  33%
- Realizar actuaciones para mejorar el 100% de los lugares de trabajo con riesgo lumínico (luxes medidos < a luxes necesarios).  50%
- Reducir un 2% los lugares de riesgo según estudios específicos (higiene, temperatura, ergonomía y psicología).  80%
- Conseguir un índice de frecuencia general inferior a 35 y para cada sección productiva, inferior a 50.  100%
- Incrementar un 2% las operaciones/situaciones de riesgo documentadas en cada sección productiva.  100%
- Mantener en  $\pm 2\%$  el promedio de las horas de formación en el ámbito ambiental y de prevención de riesgos laborales.  100%



### **Objetivos para el 2011 (LFL)**

- Aumentar un 5% la puntuación de las auditorias de orden y limpieza respecto al 2010.
- Realizar actuaciones de mejora en el 100% de los lugares de trabajo con riesgo acústico -nivel de ruido superior a 87 db(a)-.
- Realizar actuaciones de mejora en el 100% de los lugares de trabajo con riesgo lumínico (lux medidos < a los lux necesarios).
- Reducir un 2% los lugares de riesgo según estudios específicos (higiene, temperatura, ergonomía y psicología).
- Conseguir un índice de frecuencia general inferior a 25 (secciones no productivas y productivas).
- Incrementar un 2% las operaciones/situaciones de riesgo documentadas en cada sección productiva.
- Mantener en  $\pm 2\%$  el promedio de las horas de formación por trabajador en el ámbito ambiental y de prevención de riesgos laborales.

### **Objetivos para el 2011 (LFT)**

- Realizar actuaciones de adaptación de maquinaria al R.D 1215, según el plan de actuación específico.
- Realizar actuaciones para mejorar el 100% de los lugares de trabajo con riesgo acústico -nivel de ruido superior a 87 db(a)-.
- Realizar actuaciones de mejora en el 100% de los lugares de trabajo con riesgo lumínico (lux medidos < a los lux necesarios).
- Reducir un 5% los lugares de riesgo según estudios específicos (higiene, temperatura, ergonomía y psicología).
- Conseguir un índice de frecuencia general inferior a 35 (secciones no productivas y productivas).
- Incrementar un 5% las operaciones/ situaciones de riesgo documentadas en cada sección productiva.
- Mantener en  $\pm 2\%$  el promedio de las horas de formación por trabajador en el ámbito ambiental y de prevención de riesgos laborales.

### **Objetivos para el 2011 (LFR)**

- Aumentar un 5% la puntuación de las auditorias de orden y limpieza respecto al 2010.
- Realizar actuaciones de mejora en el 100% los lugares de trabajo con riesgo acústico -nivel de ruido superior a 87 db(a)-.
- Realizar actuaciones de mejora en el 100% de los lugares de trabajo con riesgo lumínico (lux medidos < a los lux necesarios).
- Reducir un 2% los lugares de riesgo según estudios específicos (higiene, temperatura, ergonomía y psicología).
- Conseguir un índice de frecuencia general inferior a 25 (secciones no productivas y productivas).
- Incrementar un 2% las operaciones/situaciones de riesgo documentadas en cada sección productiva.
- Mantener en  $\pm 2\%$  el promedio de las horas de formación por trabajador en el ámbito ambiental y de prevención de riesgos laborales.

# ADAPTACIÓN AL **CLIENTE**



## 12 SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

PARA LA FARGA GROUP (LFG), LA SATISFACCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS Y DE LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES ES UN OBJETIVO CLAVE. POR ELLO CONSIDERAMOS A LOS CLIENTES EL CENTRO DE TODAS NUESTRAS DECISIONES. EN LFG PENSAMOS QUE CUALQUIER ACCIÓN Y DECISIÓN REPERCUTE EN LOS CLIENTES Y QUE ELLOS ESTÁN PRESENTES EN TODO LO QUE HACEMOS.

La proximidad, el trato personalizado y la diferenciación del servicio, atendiendo de forma rápida y eficiente los pedidos y/o consultas, son los valores con los que garantizamos una **atención activa y de calidad** para cada uno de nuestros clientes. Para conseguir su máxima satisfacción nuestras actuaciones se focalizan en:

- Mejora constante de la calidad técnica y del servicio ofrecido.
- Trabajo conjunto con los clientes.
- Transmisión de la cultura de mejora continua tanto internamente como externamente.
- Situar a los clientes en el centro de todas nuestras actuaciones.

Como novedad y con el fin de mejorar la gestión de la satisfacción de los clientes, destacamos la integración de los objetivos de los planes de mejora con los objetivos de los directores de clientes, implicando así a un mayor número de personas de LFG.

### Soluciones en cobre (yourcoppersolutions)

Para satisfacer las necesidades de los clientes, innovamos constantemente con el fin de presentarles nuevos productos y/o aplicaciones adaptados a sus requerimientos, consiguiendo así ofrecerles productos "a la carta". Para ello contamos con **clientes proactivos** en el desarrollo de productos, gracias a una buena relación de tipo técnico.

La proximidad y el trabajo conjunto con los clientes facilitan la **comprensión de sus necesidades comerciales**. Esto se complementa con la información obtenida por nuestro equipo comercial, que realiza visitas a los clientes para comprender sus necesidades o inquietudes y exponerles los nuevos productos de LFG.

El Comité 9CIP (Nuevos Clientes y Productos) y el Comité yourcoppersolutions tienen un papel trascendental en el proceso de búsqueda de **soluciones en cobre** adaptadas a las necesidades específicas de cada uno de los clientes.



## 12.1 PRÁCTICAS DE EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

Las dificultades del mercado, como el aumento en el precio de la materia prima, nos brindan la oportunidad de incrementar la **fidelización de los clientes** ofreciéndoles un buen servicio y un producto de calidad. Creemos que la rapidez en la capacidad de respuesta es un elemento básico para ellos y por eso orientamos nuestra organización a prestarles el mejor servicio.

### Evolución del número de clientes



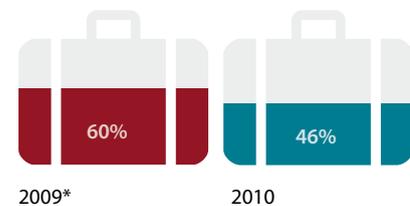
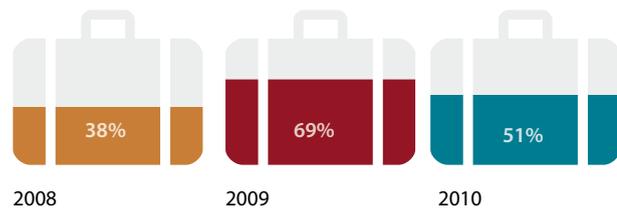
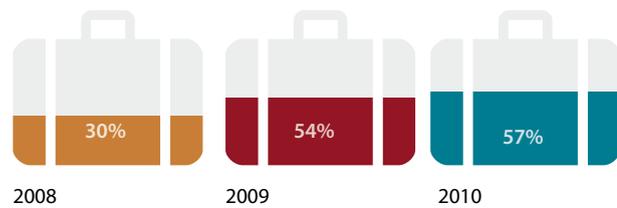
\* A partir de 2009, el criterio de contabilización de clientes de La Farga Tub incluye a todos los clientes con los que tiene relación, aunque compren a otras empresas del Grupo, salvo en los casos en que estos clientes tengan una gestión integral de compras centralizada, o en los casos en que se trate de las diferentes delegaciones de una misma compañía.

### Servicio de asesoría técnica

Para los clientes que lo solicitan, disponemos de un **equipo de técnicos** que visitan sus instalaciones con el fin de garantizar que nuestros productos se utilizan adecuadamente y para ayudarles a mejorar sus procedimientos. Además se realizan reuniones entre nuestros técnicos y los de las empresas clientes para la resolución de problemas y la mejora de procesos.

### Fidelidad de los clientes

Porcentaje de clientes con más de 3 años de fidelidad



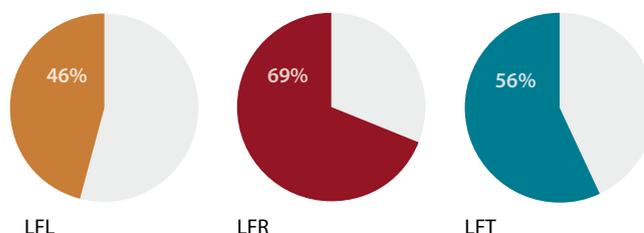
\* Porcentaje de clientes con 2 años de fidelidad.

### Gestión de reclamaciones

En el marco de nuestros sistemas de gestión de la calidad certificados según la norma ISO 9001, contamos con un sistema para la gestión de las reclamaciones de los clientes.

Hemos conseguido responder en un **tiempo máximo** de 3 días al **53%** de las reclamaciones recibidas.

## Porcentaje de reclamaciones respondidas en un tiempo máximo de 3 días



## Indicadores de las reclamaciones recibidas

	LFL		
	2008	2009	2010
Núm. de reclamaciones	214	156	<b>203</b>
Porcentaje de reclamaciones con origen en el servicio de la propia empresa	78%	85%	<b>81%</b>

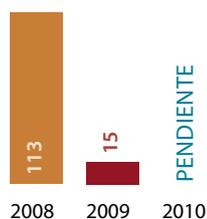
	LFT		
	2008	2009	2010
Núm. de reclamaciones	90	126	<b>71</b>
Porcentaje de reclamaciones con origen en el servicio de la propia empresa	42%	74%	<b>97%</b>

	LFR		
	2008	2009	2010
Núm. de reclamaciones	46	74	<b>72</b>
Porcentaje de reclamaciones con origen en el servicio de la propia empresa	85%	98%	<b>89%</b>

## Informe de actividad

Describe los **aspectos que se consideran importantes** de la actividad llevada a cabo entre los clientes y el Grupo a lo largo del año. Este informe, que antes se enviaba a los clientes, ahora se entrega personalmente en las visitas comerciales.

## Número de informes de actividad enviados o entregados



## Índice de satisfacción de los clientes

Con el fin de conocer el grado de satisfacción de los clientes, anualmente y para cada una de las compañías, analizamos aspectos relacionados con el **servicio en general** y con la **calidad técnica del producto** (método Serviqual). A partir de los resultados obtenidos, definimos las acciones correctoras a implantar para mejorar su satisfacción. Nos hemos fijado como objetivo **incrementar** anualmente un **3%** el índice de satisfacción de los clientes.

Para obtener información más detallada y adaptar las acciones de mejora a las distintas necesidades, el sistema de evaluación está estratificado por **tipología de clientes** (A, B o C, determinadas en función del volumen) y **productos**.

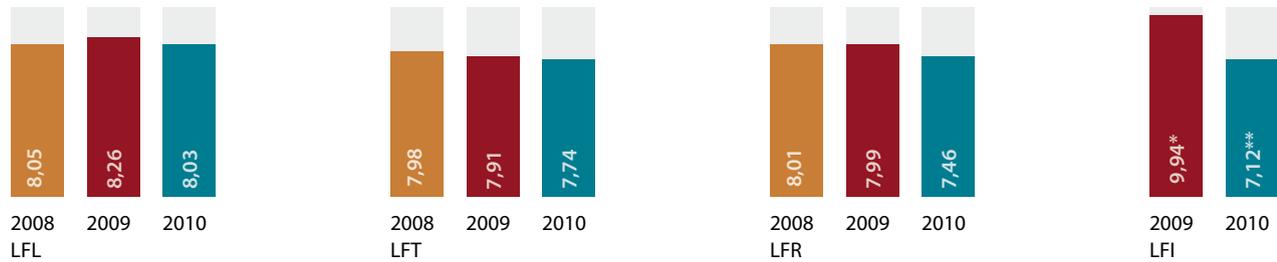
En general, la satisfacción de los clientes ha disminuido ligeramente debido a la dificultad de hacer frente a 3 factores que afectan por igual a las tres compañías:

- El incremento del precio del cobre ha aumentado el nivel de riesgo con los clientes, con lo cual somos más restrictivos en la aceptación y entrega de pedidos.
- Este aumento de precio ha comportado también una reducción del volumen de cobre que los clientes tienen en sus almacenes, siendo éstos más exigentes en el servicio.
- La incertidumbre del mercado se ha trasladado a La Farga en forma de pedidos mucho más pequeños, con lo cual las gestiones logísticas y administrativas son más complejas.

A pesar de caracterizarse por ser una empresa flexible, la adaptación a este nuevo contexto ha supuesto un reto para La Farga Group, ya que implica una orientación a la fabricación y distribución de pedidos pequeños. Por eso nuestros objetivos para el 2011 están centrados en la **política de servicio:**

- Introducir el enfoque a servicio como objetivo en todos los niveles.
- Mejorar los plazos de entrega.
- Revisar los procesos de venta y reingeniería.
- Poner en práctica una reestructuración comercial.
- Mejorar los canales de comunicación entre las áreas comercial, logística y de producción.

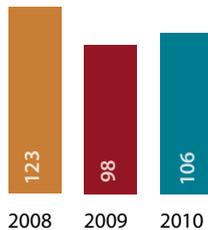
## Índice de satisfacción de los clientes



\* Valoración de los trainings realizados en nuestras instalaciones por las empresas receptoras de la tecnología.

\*\* Valoración de la gestión global de todo el proceso de venta de tecnología (incluidos los trainings).

## Evolución del número de clientes encuestados



### Planes de mejora

Considerando los **resultados obtenidos** a raíz de las distintas técnicas de evaluación de la satisfacción de los clientes, definimos planes de acción específicos para cada compañía.



## 12.2 DEFINIENDO CANALES DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVOS

Con la voluntad de mantener una **relación constante y fluida** con nuestros clientes, basada en la transparencia, la proximidad y el acceso a la información sobre los servicios y productos ofrecidos, nuestros clientes disponen de un nuevo canal de comunicación en YouTube dedicado al mundo del cobre, así como de un blog que facilita informaciones de actualidad relacionadas con nuestro sector.

Nuestra actividad genera un importante volumen de información que procuramos gestionar de forma eficaz y eficiente para satisfacer las necesidades informativas de nuestros grupos de interés y mejorar su satisfacción con el Grupo. El **Plan de comunicación externa** de LFG es la herramienta que recoge las actuaciones comunicativas a llevar a cabo durante todo el año.

En 2010 los objetivos de comunicación externa se han centrado en:



- Comunicar la expansión de LFG (inauguración de la Ganzhou Jiangwu La Farga high-speed **RailwayCopperMaterials** y firma de la *joint venture* en los Estados Unidos).
- Comunicar las tareas de investigación (Plan de investigación y puesta en valor de los proyectos de gestión de la investigación).
- Desarrollar la estrategia de comunicación web 2.0.

Un **85%** de las **acciones de comunicación externas** planificadas para el 2010 se han llevado a cabo.

### Comunicaciones externas realizadas:



- Comunicación de la misión, la visión y los valores.
- Envío de la revista *CouREVista*.
- Visita a las instalaciones de LFG.
- Informes individualizados de la actividad.
- *Let's Refresh*, formación específica a los comerciales para ofrecer el máximo servicio a nuestros clientes.
- Difusión del informe de sostenibilidad del 2009.
- Edición de nuevos catálogos.
- Relación con los medios de comunicación y apariciones en prensa generalista, especializada e internacional.
- Encuentro con los principales proveedores para comunicarles los objetivos de la compañía.
- Encuentro semestral con los vecinos para informarles de las inversiones medioambientales.
- Envío de la información relevante de la compañía a los principales públicos.
- Acciones de comunicación específicas para segmentos concretos, incluidos los clientes.
- Presentación del Grupo o de las empresas a premios.
- Difusión del *dossier* de prensa del 2009.

- Canal Media en la web del Grupo como plataforma de conocimiento del mundo del cobre. Incluye Blog Your Copper Solutions (nuevo *blog* corporativo del cobre), canal YouTube – El mundo del cobre y resumen de prensa.
- Participación en ferias del sector: con stand propio en InnoTrans (International Trade Fair for Transport Technology) y como miembros del CEDIC (Centro Español de Información del Cobre) en InstalMAT.
- Creación de nuevo material sobre **La Farga Advanced Materials**.
- Elaboración de documentación detallada sobre las marcas asociadas a producto (Ecopper, Copperclean, etc.).
- Campañas sociales: recogida de juguetes viejos, venta de rosas por Sant Jordi, concurso de postales de Navidad y concurso de verano de fotografías de LFG.

### Para el 2011 los objetivos del Plan de comunicación externa persiguen:



- Concentrar los esfuerzos de comunicación mediante la focalización en internacionalización, innovación y servicio a los clientes.
- Segmentar los públicos objetivos.
- Optimizar la comunicación vía web.



## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos para el 2010

- Consolidar nuevos clientes.  100%
- Recuperar clientes.  100%
- Mejorar la calidad percibida de los productos y los servicios.  100%
- Definir e implantar las fichas de producto.  75%
- Mejorar la comunicación de marca y la información a los clientes.  100%
- Incrementar el conocimiento de los requerimientos de los clientes.  100%
- Disminuir las incidencias de pago con clientes.  90%
- Mejorar el índice de satisfacción de los clientes:   
- Calidad  100%   
- Servicio  0%

### Objetivos para el 2011

- Mejorar la calidad percibida de los productos.
- Mejorar la comunicación con los clientes.
- Mejorar el índice de satisfacción de los clientes.
- Aumentar el conocimiento de los requerimientos de los clientes.
- Revisar el proceso de calidad de servicio.

# 13 CALIDAD

TODA LA ORGANIZACIÓN ESTÁ ORIENTADA HACIA LA CALIDAD, LA CUAL GARANTIZAMOS ASEGURÁNDONOS DEL CUMPLIMIENTO DE TODOS LOS REQUISITOS EXIGIDOS POR LOS CLIENTES, CONTROLANDO TODOS LOS PROCESOS, PARA LLEGAR AL OBJETIVO ÚLTIMO: SU TOTAL SATISFACCIÓN TANTO DEL PRODUCTO QUE SE LES OFRECE COMO DEL SERVICIO.

## 13.1 SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD COMO GARANTÍA DE MEJORA

El **sistema de gestión de la calidad** certificado según la norma **ISO 9001** nos permite garantizar y mejorar la calidad del servicio a los clientes, siendo éste uno de los pilares básicos de nuestra estrategia. La confianza de los clientes es para nosotros un aspecto clave.

Los cambios en el mercado del cobre han supuesto un **reajuste en nuestro sistema de gestión de la calidad** y una reorganización de la compañía. Ello nos ha permitido reaccionar más rápido y mejor ante los pedidos, a la vez que se ha convertido en un reto para mantener un elevado índice de calidad de servicio y de producto.

### Certificaciones según la ISO 9001

- Desde 1993, La Farga Lacambra, SAU
- Desde 1998, La Farga Tub, SL
- Desde 2009, La Farga Rod, SLU
- Desde 2009, La Farga Intec, SLU (actividad de transferencia de tecnología)

### Mejora continua

Basándonos en los datos objetivos obtenidos de las distintas fuentes de información de los clientes, establecemos **planes de mejora de calidad** para la consecución de los **objetivos de calidad**.



### Ejemplos de acciones de mejora continua desarrolladas de acuerdo con la información recibida de clientes o proveedores:

- En LFL hemos elaborado nuevos productos trefilados en colaboración directa con clientes; como ejemplo podemos mencionar las cuerdas ferroviarias con diferentes aleaciones.
- En LFT hemos mejorado los procesos para adecuarlos mejor a las necesidades de los clientes; podemos destacar la adaptación del proceso productivo para la fabricación de bobinas Level Wound Coil (LWC) y la adecuación del sistema para aumentar la capacidad productiva de tubo recocado.
- En LFR hemos iniciado un proyecto de mejora de la calidad del *alambro*n sobre la base de los resultados que este material produce en las empresas de los clientes; así pues, hemos podido mejorar el índice de trefilabilidad respecto al año 2009.

### Manual de calidad

Guía de actuación de la empresa donde se define la política de calidad y se recogen los distintos procedimientos y la normativa para llevar a la práctica todos los procesos asegurando unos **altos estándares de calidad**.

### Información clara y transparente

Ofrecemos a los clientes toda la información relacionada con las **especificaciones técnicas** de los productos y los **requisitos de compra** establecidos por LFG. En casos determinados, otras especificaciones o normas son acordadas conjuntamente con los clientes.

### Sistema de seguimiento de objetivos

El sistema cuenta con **programas y metas** que se evalúan cada 3 meses. Además se complementa con un seguimiento anual de los comités de dirección de las compañías y de las entrevistas del sistema de evaluación del rendimiento.

## 13.2 CERTIFICAMOS LOS PRODUCTOS CONFORME A LAS NORMATIVAS VIGENTES

### LFL

- Certificado CETREN para hilo de contacto y cuerdas de cobre de magnesio.

### LFT

- Ampliación de la marca NF (Francia) para medidas grandes. 10 de julio de 2009.
- Obtención del certificado ETA para sanitub (norma: EN1057) en Escandinavia.

## 13.3 PROYECTO PARA LA MEJORA DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN

En LFG disponemos de un **plan de mejora de los sistemas de información** a desarrollar entre los años 2009 y 2013, que tiene por finalidad la mejora de los equipos (*hardware*) y de los sistemas de gestión (*software*). Actualmente, el desarrollo de este plan es uno de los objetivos fundamentales de la compañía.

En el 2010 hemos formalizado y consolidado los sistemas de gestión previo **análisis de los procesos** de la compañía con la finalidad de organizar los procedimientos y definirlos con el máximo nivel de detalle; esto nos permite valorar cuáles se deben mejorar y seguidamente poder plasmar estas mejoras en el nuevo sistema de gestión previsto para el 2012.

### Análisis de los procesos

- 1º. Definición de procesos (2009-2010).
- 2º. Reingeniería de procesos (2010-2011).
- 3º. Implantación del nuevo sistema de información (2011-2012).
- 4º. Consolidación de la herramienta (2012).

En esta técnica destaca la figura del **Lean office** como responsable principal de la mejora de los sistemas de gestión para aumentar la eficiencia de los procesos. Esta innovación en los procedimientos permite mejorar los costes, la calidad, el servicio, la flexibilidad y, en definitiva, el flujo de caja de la compañía.

## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

Los objetivos de calidad son transversales y se contemplan en los distintos apartados del informe.

**LFL: objetivos conseguidos**

**LFR: objetivos no definidos**

**LFT: objetivos conseguidos**

● 82%

● 100%

● 65%

## EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

# Implantamos la ficha de atención especial para nuevos productos

*Se trata de un paso más para garantizar la máxima calidad en los nuevos productos que ofrecemos al mercado*



### DESCRIPCIÓN

A raíz de la demanda creciente de nuevos productos (nuevas características técnicas o variaciones respecto a productos ya existentes), La Farga Group ha creado la *Ficha de atención especial para nuevos productos*. Para cada nuevo artículo solicitado por los clientes se abre esta ficha, en la que se especifican detalladamente las nuevas características técnicas del producto. Seguidamente, esta ficha se envía a varias personas de la empresa para que valoren si hay capacidad para fabricarlo asegurando la máxima calidad. Una vez han completado la ficha por este grupo de personas, se envía al Departamento de Calidad, que es el responsable de dar el visto bueno para la fabricación de dicho producto.

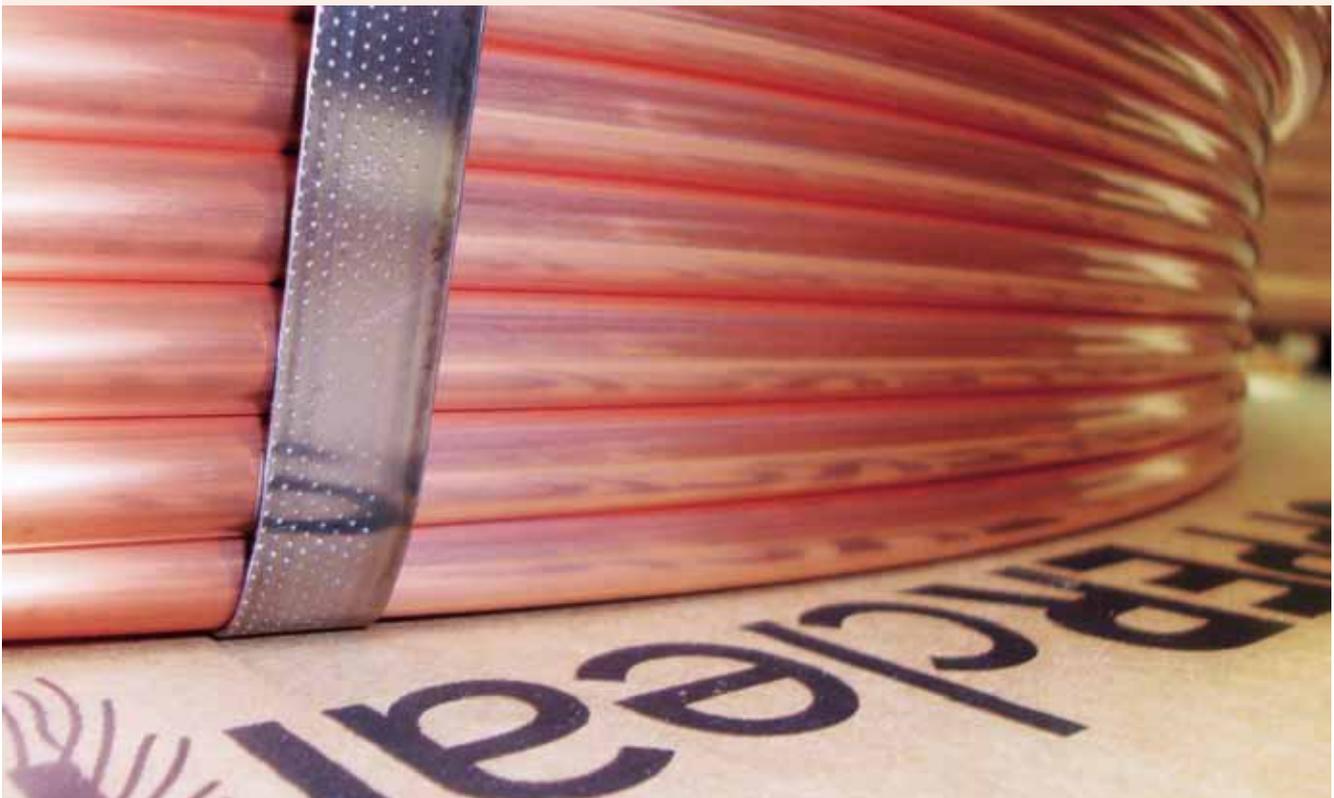
El Comité yourCoppersolutions es el responsable de hacer el seguimiento exhaustivo de las fichas de atención especial abiertas, atendiendo así a las demandas de los clientes para nuevos productos.

Este comité, que aporta soluciones adaptadas a las necesidades de los clientes, ha cambiado su enfoque genérico por un enfoque específico para cada uno de los clientes.

- Número de atenciones especiales abiertas en el 2010: 210
- Número de atenciones especiales cerradas en el 2010: 173

### VENTAJAS

- Seguimiento y control exhaustivo de la demanda de nuevos productos.
- Aseguramiento de la calidad del nuevo producto.



# MUNDO **NATURAL**



# 14 RESPETO POR EL ENTORNO

EL RESPETO POR EL ENTORNO NATURAL ES UN VALOR ESENCIAL DE LA FARGA GROUP. POR ESO TRABAJAMOS POR UN PROCESO PRODUCTIVO ECOLÓGICO, CON UNA GESTIÓN RESPONSABLE DE LAS MATERIAS PRIMAS Y LOS RECURSOS NATURALES, Y VELAMOS POR LA MINIMIZACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN. PARA TODO ELLO, ANUALMENTE NOS MARCAMOS OBJETIVOS DE MEJORA.

## 14.1 GESTIÓN RESPONSABLE DE LOS ASPECTOS AMBIENTALES

Para asegurar una gestión ambiental responsable de las empresas de LFG con actividad industrial, tenemos implantado y certificado un **sistema de gestión ambiental** según la norma **ISO 14001**. El sistema permite tratar de forma integrada y controlada el conjunto de aspectos ambientales que se generan en cada una de las actividades con el objetivo de promover la protección ambiental y la prevención de la contaminación.

El desarrollo de nuestra actividad conlleva una serie de **impactos ambientales** que, a través de nuestro sistema de gestión, controlamos y procuramos reducir. Si bien la tipología de impactos varía poco de un año a otro, la aplicación de acciones de mejora permite reducir su alcance año tras año.

### Certificaciones según la ISO 14001

- Desde 2001, La Farga Lacambra, SAU
- Desde 2007, La Farga Tub, SL
- Desde 2009, La Farga Rod, SLU



### Las líneas de mejora se orientan a reducir los impactos significativos:

- Optimización del uso de recursos naturales y de los procesos.
- Gestión integral de los residuos y de las aguas residuales.
- Prevención y control de las emisiones a la atmósfera.
- Mitigación y minimización de impactos.

### Impactos ambientales más significativos

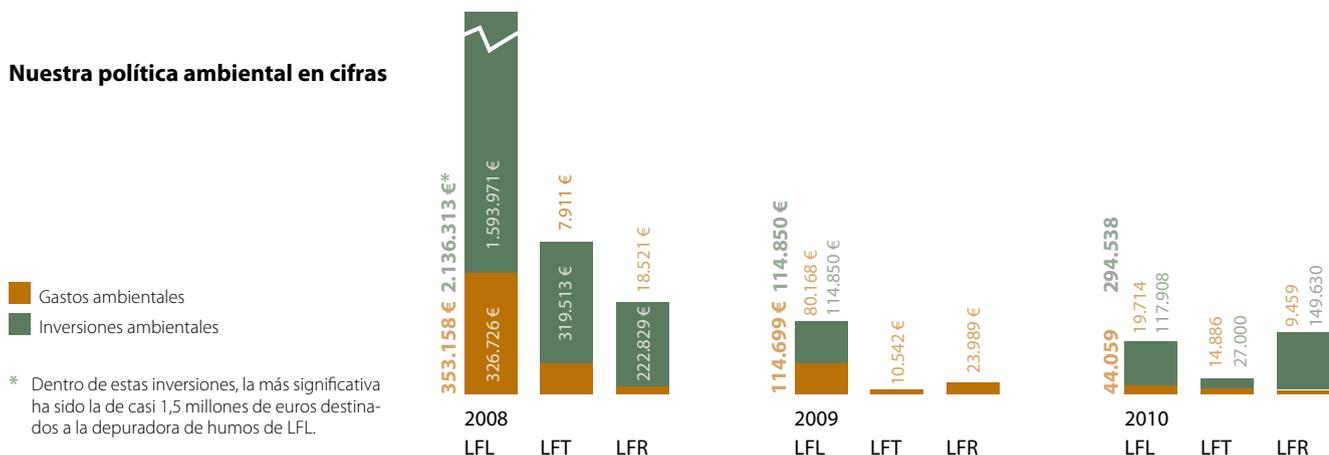


## 14.1.1 INVIRTIENDO EN LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Fruto de nuestro compromiso ambiental, durante el 2010 hemos llevado a la práctica numerosos proyectos de **mejora ambiental**.

ACTUACIÓN	RESULTADO	EFECTOS AMBIENTALES
Medidor en continuo de partículas en LFL	Optimización del postcombustor. Mayor control de las emisiones de gases	Reducción de las emisiones atmosféricas contaminantes
Filtro de depuración para el agua de la rueda en LFR	Reaprovechamiento del agua de refrigeración de la rueda	Reducción del consumo de agua
Sistema de depuración de humos en LFT	Mejora de la captación de aire. Disminución del consumo energético debido al precalentamiento del aire de combustión	Mejora de la calidad del aire
Depósito nodriza de aguas residuales en LFR	Laminación de las aguas residuales para mejorar su gestión interna	Minimización de la generación de residuos que deben ser gestionados de forma específica

### Nuestra política ambiental en cifras



## 14.2 TECNOLOGÍA EFICIENTE EN EL RECICLAJE DE COBRE

La consideración de criterios de sostenibilidad en nuestra estrategia empresarial nos ha llevado a desarrollar productos que comportan una reducción drástica de los recursos y los materiales utilizados y de las emisiones contaminantes. El sistema **Cosmelt Process** de LFL es un proceso pirometalúrgico que permite obtener un producto procedente

100% de material reciclado y con el mismo nivel de calidad. El proceso Cosmelt Process permite eliminar las impurezas del cobre, no genera residuos sólidos y simplifica el proceso de reciclaje, minimizando así el impacto ambiental.



## 14.3 CONTROLANDO DÍA A DÍA LOS CONSUMOS

En una actividad industrial como la nuestra, con múltiples procesos que conllevan un gasto de agua y energía en distintos puntos, **reducir los consumos** con acciones en todos los niveles y ámbitos de la empresa es un reto diario. Durante el 2010, los consumos han evolucionado de forma diversa debido a las circunstancias que se exponen a continuación.



### 14.3.1 AGUA Y ENERGÍA

Globalmente se ha consumido **menos agua** por unidad de producción debido a la mejora en el control y la eficiencia de los circuitos de refrigeración, en especial los relacionados con la fundición, a pesar del incremento de la producción y la puesta en marcha de nuevas máquinas y de un nuevo circuito de refrigeración (Oxigen Free).

Contrariamente, se detecta un incremento en el consumo de agua del pozo (para usos sanitarios) causado por el aumento de la plantilla y por una fuga detectada durante el primer trimestre del año.



#### Consumo anual de agua global y por origen (m<sup>3</sup>/t de producción)



Por otra parte, el consumo global de **energía** por unidad de producción ha registrado un **aumento** por la puesta en marcha de nuevas máquinas y por el incremento de la utilización de las instalaciones existentes.

Las nuevas máquinas son el laminador en frío y la estañadora en LFL (Oxigen Free), el horno de inducción en LFT y el filtro de depuración para el agua de la rueda de LFR.

En cuanto a las instalaciones, se ha incrementado la actividad de la fusión con horno de refino y el funcionamiento del sistema de depuración de humos con un postcombustor (CMG2) en LFL, así como la utilización de los hornos en LFT y la producción del horno Shaft en LFR.

#### Consumo anual global de energía (kWh/t de producción)



**Mejoras para reducir el consumo de agua y de energía:**



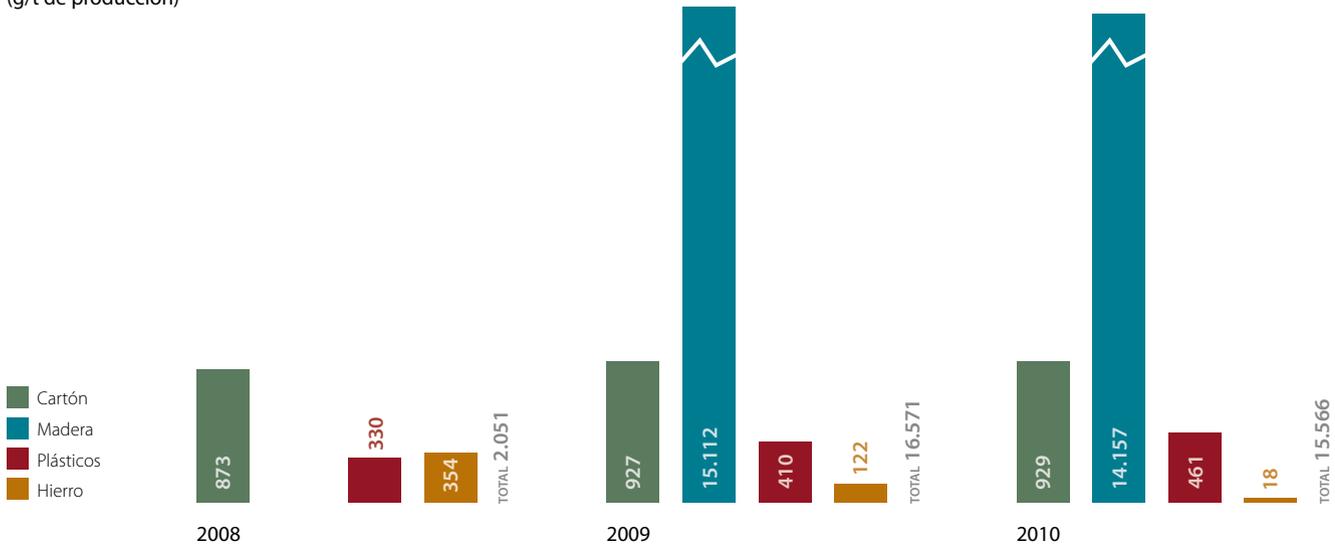
- Control de la conductividad de los circuitos de refrigeración, entre 1.000-1.100 uS/cm y, por tanto, disminución de las purgas.
- Puesta en marcha de variadores de frecuencia en los motores de los ventiladores de las torres de refrigeración de LFL (SC 1, T1 y T2) y de LFR (circuito de la rueda).
- Recuperación de calor del sistema de post-combustión (CMG2) para calentar el aire del quemador principal del horno de refino.
- Variación de la potencia del quemador del horno de refino cuando se abre la puerta de carga.

14.3.2 OTROS RECURSOS UTILIZADOS

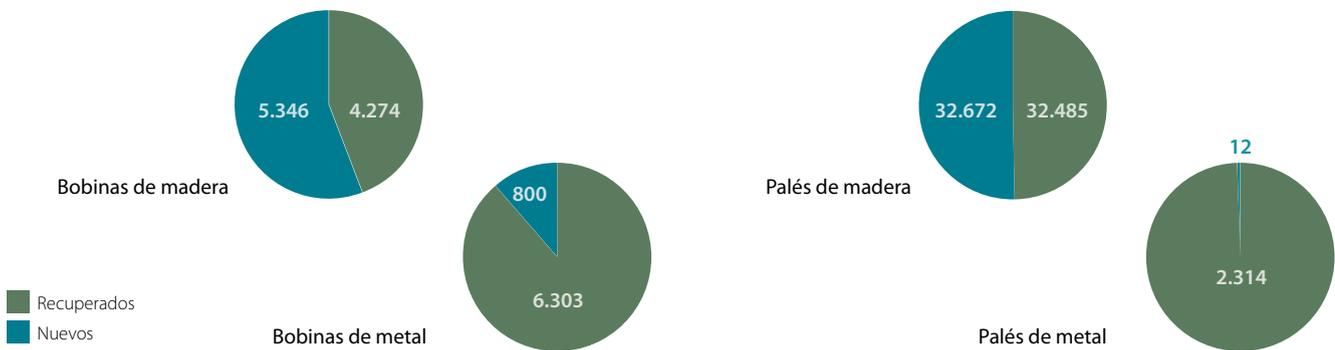
En el año 2010 se ha reducido un **6% el peso de los envases** puestos en el mercado, al sustituir los flejes metálicos y los envases de hierro por otros de plástico y disminuir el peso de los palés de madera para las cestas. En consecuencia, esto ha supuesto también una **mejora en la eficiencia del transporte**.

**Consumo anual global de otros recursos**

(g/t de producción)



**Materiales de embalaje recuperados al final de su vida útil**



## 14.4 UNA GESTIÓN INTEGRAL DE LOS RESIDUOS

Tenemos identificadas todas las fuentes de generación de residuos de la compañía y ello nos permite aplicar medidas para reducir continuamente las cantidades producidas por tonelada de producción. La gestión de residuos se enfoca de forma integral, previendo su generación en todas las fases del **ciclo de vida de los productos**.

### Mejoras introducidas en la gestión de los residuos:

- Depuradora biológica SBR (ya no hay generación de residuos asimilables a fosa séptica).
- Instalación de un depósito para gestionar internamente las emulsiones de agua con aceite.
- Uso de contenedores con tapas para segregar los residuos banales y reducir su peso.
- Instalación de un sistema de filtrado para minimizar las aguas de refrigeración con aceite.
- Periódicamente se revisan los estudios de minimización de residuos peligrosos y los planes empresariales de prevención de residuos.

### Cantidad de residuos por tonelada de producción

	2008	2009	2010	
Restos de madera (kg)	1,79	2,13	2,74	↑
Aceite (g)	711,00	498,05	883,13	↑
Envases vacíos (unidades)	0,01	0,00	0,01	↑
Chatarra (kg)	2,31	1,07	1,14	↑
Cartón (g)	713,54	644,95	721,74	↑
Emulsiones de agua en aceite (g)	24,62	4,89	0,00	↓
Asimilables a fosa séptica (g)	0,00	0,00	0,00	→
Banales (g)	518,14	876,24	797,87	↓
Tóners (mg)	294,69	54,40	296,79	↑
Aerosoles (mg)	464,95	97,93	392,37	↑
Cristales (g)	0,00	0,00	0,48	↑
Material informático (mg)	2.357,50	3.726,96	4.839,25	↑
Plásticos (g)	11,00	0,00	0,00	→
Absorbentes con aceite (g)	25,26	4,61	4,68	↑
Pilas y baterías (mg)	857,87	418,94	140,85	↓
Fluorescentes (mg)	772,74	380,86	1.232,45	↑
Residuos especiales en pequeñas cantidades (g)	-	0,81	0,61	↓
Refractarios (kg)	-	0,27	414,41	↑
Agua de refrigeración con aceites (g)	-	0,20	0,00	↓
Filtros (g)	-	-	34,22	
Restos de pintura (g)	-	-	1,00	

Para el tratamiento de los principales residuos seguimos las disposiciones de la Agencia de Residuos de Cataluña. La mayor parte se reciclan o bien se recuperan una vez utilizados.



## 14.5 CONTROLAMOS EL RUIDO Y LA AFECCIÓN LUMÍNICA

Periódicamente realizamos **controles** para evaluar el nivel de ruido tanto en el interior como en el exterior de las instalaciones. Actualmente, los niveles de ruido en el exterior de LFG están por debajo de los límites exigibles.

Para minimizar el impacto acústico, se han instalado variadores de frecuencia en los motores de los ventiladores de las torres de refrigeración de LFL (SC 1, T1 y T2) y en el circuito de la rueda de LFR.

## 14.6 PREVENIMOS LA AFECCIÓN AL SUELO

La contaminación difusa debida a la sedimentación de humos supone el factor más importante de afección al suelo de LFG y exige la toma de **acciones preventivas y correctivas** para reducir este riesgo.

### Medidas de control y prevención aplicadas:



- Aplicamos las mejores tecnologías disponibles para el tratamiento de humos.
- Disponemos de cubetos de retención para evitar vertidos líquidos.
- Canalizamos las aguas pluviales en circuitos separados de las aguas residuales.
- Existen cubiertas en los patios de materia prima para evitar la contaminación de las aguas superficiales y del suelo provocada por el lixiviado en caso de lluvia.
- Aplicamos la metodología 5's en las secciones productivas para evitar la afección al suelo.
- Realizamos muestreos periódicos de control en las zonas próximas a LFG.



## 14.7 REUTILIZAMOS LAS AGUAS RESIDUALES DE PROCESO



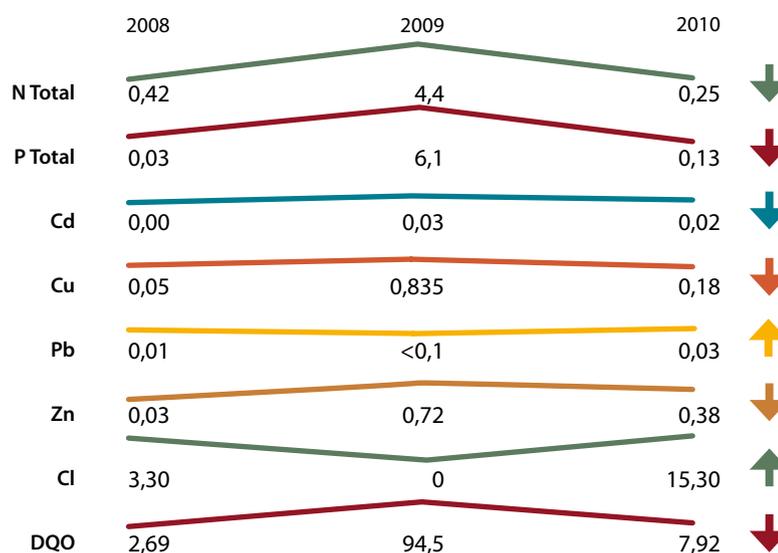
En LFG, el **100% del agua utilizada en el proceso productivo se reutiliza** completamente, mientras que el 8% del agua captada se vierte al colector municipal. Una parte del agua se utiliza para el **tratamiento de gases**.

Las medidas implantadas para mejorar la gestión de las aguas residuales han permitido reducirlas en un 54% (18.101 m<sup>3</sup>/año) respecto al máximo de la concesión (40.000 m<sup>3</sup>/año).

Para mejorar el tratamiento de las aguas residuales hemos instalado un **filtro de depuración para el agua de la rueda** en LFR y un **depósito de aguas residuales** en LFR.

### Parámetros de control de las aguas residuales depuradas de LFG

(g producidos por LFG/t de producción de LFG/año)



(Fuente: Registro de Emisiones y Fuentes Contaminantes, European Pollutant Emission Register)

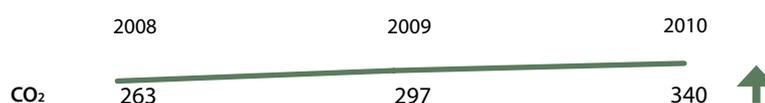
Nota: No disponemos de datos del resto de parámetros de emisiones porque no ha sido necesaria la realización de estudios oficiales, como por ejemplo la declaración EPER.

## 14.8 INTRODUCIENDO ACCIONES DE REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES

La introducción de nuevas máquinas ha supuesto un incremento de las emisiones atmosféricas directas e indirectas. Por eso trabajamos para introducir **nuevas mejoras** que permitan reducir las emisiones, utilizando las mejores tecnologías disponibles (BAT) para el tratamiento de gases.

### Emisiones de CO<sub>2</sub> directas e indirectas de LFG

(g/t de producción/año)



Fuentes: Electricidad - Comisión Nacional de Energía; gas natural - España, informe inventarios GEI 1990-2007 (2009), y gasoil - Instituto Catalán de la Energía.

Las emisiones de CO<sub>2</sub> han aumentado debido a los siguientes factores:

- Puesta en funcionamiento de nuevas máquinas, lo cual ha provocado un aumento del consumo de electricidad y gas natural.
- Incremento de la actividad de las instalaciones, con el consiguiente crecimiento del consumo de electricidad y gas natural correspondiente principalmente a los hornos.
- Funcionamiento del sistema de depuración de humos con un postcombustor (CMG2).

### Acciones para reducir las emisiones atmosféricas:

- Instalación de un medidor en continuo de partículas en LFL.
- Instalación de tuberías de depuración de humos en LFT.
- Uso del transporte multimodal, que incluye el transporte por ferrocarril y puede suponer un ahorro de hasta el 60% del impacto sobre el medio ambiente.



## EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

# La Farga Rod instala un sistema pionero de filtración de agua

*Este nuevo sistema mejora la producción de cobre y permite un ahorro de agua de hasta el 75%*



### DESCRIPCIÓN

LFR ha instalado un sistema de filtración para el agua de la rueda, comprado en los Estados Unidos, con una inversión de 91.000 €. La implantación ha sido propia con la implicación de las áreas de mantenimiento, producción y I+D+I, esta última encargada de las pruebas de parámetros de ajuste en la misma planta. Este sistema provoca la coagulación de las partículas en un floculante estable. Una vez que el floculo es filtrado, el agua limpia se puede volver a utilizar y los sólidos contaminantes secos se descargan en un contenedor para su eliminación.

En el proceso de fundición de cobre de colada continua con la rueda, el hollín de acetileno se aplica a la rueda giratoria y a la banda como un agente de liberación y aislante, a la vez que optimiza la transferencia de calor. La cantidad de hollín que queda en el agua es fundamental para el proceso y se relaciona directamente con la velocidad de la línea, la vida de los componentes y la calidad del producto.

### INDICADORES DE SEGUIMIENTO

- Reducción en el consumo de agua: 27,5%.
- Consumo mensual medio 1<sup>er</sup> semestre (sin filtro): 440,5 m<sup>3</sup>.
- Consumo mensual medio 2<sup>o</sup> semestre (con filtro): 319,3 m<sup>3</sup>.
- Ratio de calidad del producto: duplicado.
- Duración de los elementos de máquinas (rueda): de 8.000 toneladas a 15.000 toneladas.

### VENTAJAS

- Ahorro en el consumo de agua de un 75% respecto al consumo global de LFR.
- Mejora de la calidad del producto, ya que el agua para otros procesos es más limpia.
- Incremento de la vida útil de algunos elementos y componentes de la maquinaria.
- Aumento en la producción.
- Menor intercambio de calor o limpieza de la torre de refrigeración.



## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos para el 2010

	LFL	LFT	LFR
• Detectar y eliminar las emisiones no vehiculadas de humos.	● 50%	● 100%	● 100%
• Disminuir, respecto al 2009:			
- Los residuos no recogidos selectivamente/t destinada a la venta	● 100%		
- El consumo de agua (potable + industrial)/t destinada a la producción	● 100%		● 100%
- El número de puntos de riesgo de afección al suelo	● 100%	● 67%	● 80%
- Los residuos banales y los residuos de madera		● 67%	
- El consumo de diacetona/t destinada a la producción		● 100%	
- Los residuos de envases vacíos y los residuos no recogidos selectivamente			● 100%
• Controlar el 100% de las aguas residuales vertidas al colector del Consell Comarcal d'Osona.	● 75%		
• Contener y recoger el 100% de las aguas residuales generadas.		● 67%	
• Mantener, respecto al 2009:			
- El ruido ambiental	● 100%	● 100%	● 100%
- La generación de los envases y embalajes/t destinada a la venta	● 50%	● 25%	● 33%
- El consumo energético/t destinada a la producción	● 50%	● 75%	● 67%
- Los residuos de papel y cartón		● 67%	
- El consumo de espuma de PE/metro aislado		● 100%	
- El consumo de agua (potable + industrial)/t destinada a la producción		● 100%	
• Disponer de un sistema de retención de los efluentes líquidos en el 100% de las situaciones de emergencia.			● 100%



## Objetivos para el 2011

	LFL	LFT	LFR
• Detectar y eliminar las emisiones no vehiculadas de humos.	●	●	●
• Detectar y eliminar los puntos de posible afección al suelo.		●	●
• Disminuir, respecto al 2010:			
- Los residuos no recogidos selectivamente/t destinados a la venta	●		
- El número de puntos de riesgo de afección al suelo		●	●
- Los residuos de aceites		●	
- Los residuos de envases vacíos y residuos no recogidos selectivamente/t destinados a la venta			●
- El consumo de agua (potable + industrial)/t destinada a la producción			●
• Mantener, respecto al 2009:			
- El ruido ambiental	●	●	●
- El consumo de agua (potable + industrial)/t destinada a la producción	●	●	
- El número de puntos de riesgo de afección al suelo	●		
- La generación de los residuos de envases y embalajes/t destinados a la venta	●	●	●
- El consumo energético/t destinado a la producción	●	●	●
- Los residuos no recogidos selectivamente		●	
- El consumo de espuma de pe/metro aislado		●	
• Controlar del 100% de las aguas residuales vertidas al colector del Consell Comarcal de Osona.	●		
• Controlar el 100% de los circuitos de refrigeración.	●	●	
• Disponer de un sistema para retener los efluentes líquidos en el 100% de las situaciones de emergencia.			●

# MOVIMIENTO **POSITIVO**



# 15 CREACIÓN DE VALOR

LA CREACIÓN DE VALOR ES LA FINALIDAD ÚLTIMA DE LA FARGA GROUP. POR ESO GESTIONAMOS LOS RECURSOS CON CRITERIOS DE CREACIÓN DE VALOR PARA LOS CLIENTES, PROVEEDORES, ACCIONISTAS Y PARA LA SOCIEDAD EN GENERAL.

## 15.1 LA EMPRESA PROVEEDORA, UN ALIADO ESTRATÉGICO

En LFG consideramos que la **relación estratégica** con las empresas proveedoras es un factor clave que permite alinear la gestión de los proveedores a los objetivos de la empresa y alcanzar las metas planteadas a medio y largo plazo.

La **priorización de empresas proveedoras nacionales y locales**, con el entendimiento de que algunos bienes y servicios no están disponibles localmente, nos permite una contribución económica muy cercana a la comunidad donde operamos –la comarca y sus alrededores–, además de minimizar el impacto ambiental debido al transporte.

Asimismo, extendemos nuestro compromiso con la sostenibilidad a nuestras empresas proveedoras de materia prima mediante un procedimiento de evaluación y selección que contempla criterios tales como la calidad y el servicio del producto y también **aspectos sociales y ambientales**.

### Win to win

La aplicación del concepto *win to win*, como relación entre clientes y proveedores, nos permite construir las bases de los **planes de mejora** continua a partir de las medidas de calidad percibidas por ellos.

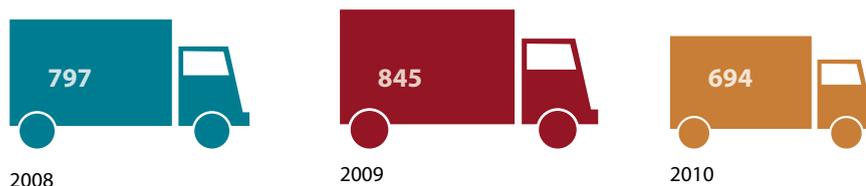
### Evaluación técnica de los proveedores

La evaluación técnica del servicio ofrecido por las empresas proveedoras la realizan los equipos técnicos de LFG que se relacionan con ellas. En 2010, el resultado ha sido de un **7,75** sobre 10.

### Priorización de las empresas locales

La **priorización de las empresas proveedoras locales** contribuye a la dinamización de la actividad económica y a la creación de valor en nuestra comarca y sus alrededores.

### Número de empresas proveedoras

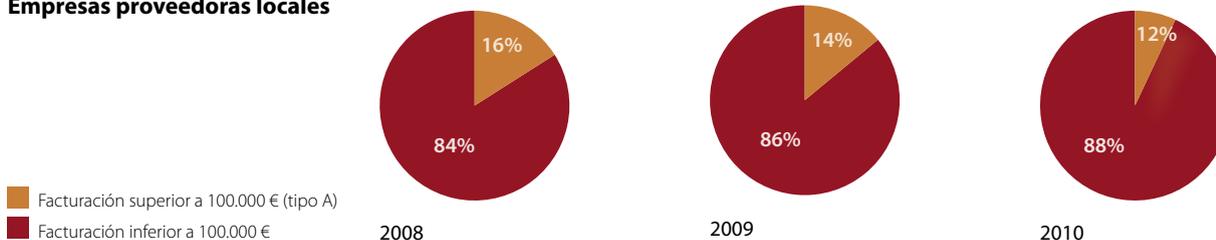


### Ubicación de las empresas



El **27%** del total de proveedores de LFG son **locales** (de las comarcas de Osona y El Ripollès).

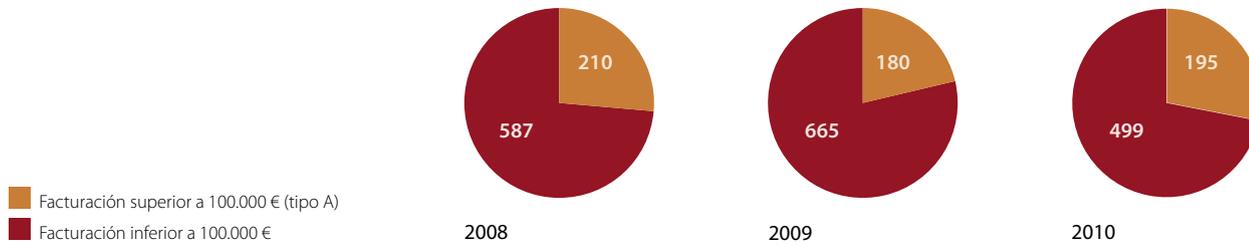
### Empresas proveedoras locales



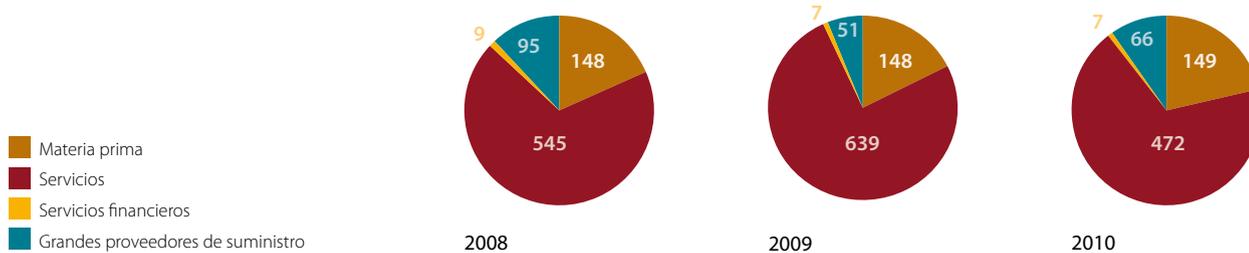
El **12%** del total de proveedores del tipo A de LFG son **locales**.



### Empresas proveedoras por tipo de facturación



### Empresas proveedoras por tipo de producto



El 2010 se ha caracterizado por una **optimización de los proveedores de servicios y suministros**, incluidos los de transporte.

Como novedad, hay que destacar la **externalización de la gestión de:**

- el suministro de bobinas de madera y la recuperación de palés y de bobinas metálicas (los proveedores están

ubicados dentro del recinto industrial de LFG, donde almacenan, fabrican y preparan el stock de sus productos antes de ser utilizados en los procesos productivos);

- los equipos de primera intervención (EPI). En este caso, hemos instalado máquinas dispensadoras de EPI, lo cual nos ha permitido aumentar el control de entregas sobre el personal, racionalizar el consumo y minimizar el impacto ambiental al reducir el transporte.



## 15.2 INICIATIVAS SOCIALES DE IMPLICACIÓN CON EL ENTORNO

En LFG estamos comprometidos con el desarrollo social, ambiental y económico de nuestro entorno local, la comarca de Osona y sus alrededores, y de la sociedad en general. Por eso mantenemos una estrecha **relación de cooperación y colaboración** con varios colectivos

del territorio y apoyamos y coordinamos **programas propios y colaboraciones** con entidades para el desarrollo de proyectos e iniciativas que aportan valor añadido a la sociedad y ofrecen oportunidades de desarrollo y progreso social y económico al territorio.

### 15.2.1 CONVENIOS DE COLABORACIÓN

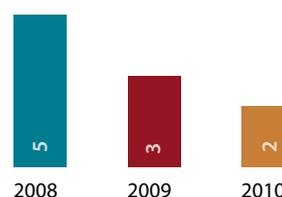
#### Convenios con centros académicos de Cataluña para la contratación de estudiantes en prácticas

En LFG tenemos establecidos convenios de colaboración para formación profesional con **institutos y universidades** del país a través de los cuales hemos acogido a un total de 12 alumnos en prácticas, que han sido ubicados en diferentes departamentos de LFL, LFT y LFR. Los alumnos en prácticas proceden de la Universidad Politécnica de Cataluña, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad de Vic y los institutos IES VIC, IES Voltregà y La Salle.

#### Convenios con fundaciones y centros educativos para el desarrollo de programas y actividades culturales

Contribuimos al desarrollo de proyectos de tipo **social o cultural** en colaboración con diferentes entidades.

Número de convenios para proyectos



FUNDACIONES Y CENTROS COLABORADORES (2010)	PROYECTOS	MES
CRECIM y UAB	Proyecto Prat de la Riba para potenciar las carreras científico-técnicas entre los estudiantes de secundaria antes de que se decidan por alguna de las modalidades del bachillerato, ofreciendo visitas al museo y a la fábrica.	Desde febrero de 2009
Escola d'Art i Superior de Disseny de Vic (EartVic)	Premios Innovación en Tubo de Cobre de la Fundació La Farga a los alumnos de la Escola d'Art i Superior de Disseny de Vic (EartVic). Se trata de un concurso de prototipos de piezas funcionales e innovadoras a partir de tubo de cobre entre los alumnos de forja y fundición artísticas de la escuela. La Fundació La Farga suministró el tubo de cobre y los alumnos que se presentaron, un total de 8, elaboraron varios prototipos de piezas. La recompensa económica de los premios fue en forma de beca.	Mayo de 2010

### 15.2.2 PONENCIAS Y SEMINARIOS

La divulgación de nuestra **experiencia y conocimiento** se materializa con la colaboración y participación en ponencias y seminarios.

DÍA	LUGAR	TEMA	PONENTE
04/03/2010	ESADE	"Una reflexió estratègica"	Oriol Guixà
Septiembre	Canal Taronja	Debate sobre los efectos de la huelga con el Sr. Cesch Poch de la UGT y el Sr. Sánchez de CCOO	Daniel Pérez
17/12/2010	La suma de todos, Comunidad de Madrid	Tubo de cobre y construcción sostenible en Madrid	Carne Sáez
17/12/2010	La suma de todos, Comunidad de Madrid	Tubo de cobre certificado	Xavier Rovira



## 15.3 FUNDACIÓ LA FARGA

La Fundació La Farga tiene como misión la **creación de valor y riqueza** para los grupos de interés de su **entorno más cercano**: el municipio de Les Masies de Voltregà, los trabajadores y sus hijos y los accionistas del grupo empresarial. Por ello apoya, promueve y participa en iniciativas de tipo social, cultural y formativo.

### Áreas de actuación de la Fundació La Farga

#### CULTURAL

↳ Museo del Cobre

#### SOCIAL

↳ Becas en el municipio de Les Masies de Voltregà y para estudiantes de ciertas disciplinas

#### FORMATIVO

↳ Formación de los accionistas de LFG, de sus hijos, de los trabajadores y de los hijos de los trabajadores del Grupo

### Proyectos destacados del año

#### PROYECTO JOYA

En LFG hemos traspasado la barrera de lo industrial para convertirlo en arte. A partir de cobre reciclado hemos creado una línea de joyas bajo el nombre de **Coppergold**; son piezas que innovan en materiales aportando nuevos escenarios de colores y aplicaciones, crean significados más allá de su belleza como material, comunican valores intrínsecos y cambian nuestra visión del cobre. Es, por lo tanto, una manera de acercar el mundo del cobre a la ciudadanía.

Cada una de las piezas transmite un concepto específico relacionado con las propiedades que ofrece el cobre como material (reciclaje indefinido, resistencia a la corrosión y a la oxidación, conductividad eléctrica y térmica, ductilidad y maleabilidad). Cabe destacar que previamente realizamos un



estudio para conocer el imaginario colectivo acerca del cobre reciclado, y que con estas colecciones de joyas queremos contribuir a cambiar dicho imaginario.

Para el diseño de los diferentes modelos de joyas colaboramos con cuatro joyeros artesanos de la comarca de Osona y además, para su profesionalización, participaron dos asesores. Todos ellos se implicaron en el desarrollo de las doce colecciones y su concepto.

#### CUENTO EL COBRE, UN CONDUCTOR DE LA HISTORIA, UN AMIGO PARA TODA LA VIDA

La Fundació La Farga ha publicado la primera edición de un cuento para pintar titulado *El cobre, un conductor de la historia, un amigo para toda la vida*, dirigido a niños pequeños, que explica la reciclabilidad infinita del cobre. El cuento se acompaña de un juego de la oca. Con motivo de la celebración del día de Sant Jordi se donó un ejemplar a todos los empleados y se encuentra también disponible en el Museo del Cobre.



#### PAQUETE TURÍSTICO EL COBRE... DE LA TIERRA A LA COCINA

Creación del **primer paquete turístico sobre el cobre**, denominado *El cobre... de la tierra a la cocina*. Incluye programas dirigidos a varios públicos -familias, particulares y grupos (clubs, empresas, asociaciones, estudiantes, etc.)- para que disfruten de un día completo rodeados de cobre. Este paquete turístico fue presentado en el Mercat del Ram, feria que se celebra cada año en la ciudad de Vic.

#### MENÚ DEL COBRE

Presentación del **primer menú del cobre** en colaboración con el restaurante La Rectoria d'Orís, en el municipio de Orís, en la misma comarca de Osona. Se trata de una exquisita propuesta gastronómica elaborada a partir de alimentos que contienen cobre entre sus principales componentes.

## Asociaciones a las que pertenecen la Fundació La Farga y el Museo del Cobre



### ASOCIACIÓN DE AMIGOS DE LA METALÚRGICA (ASAMMET)

Asociación que nace de la identificación de la metalurgia como factor de cultura, en diferentes vertientes de la ciencia y la tecnología, y con la voluntad de establecer vínculos entre los distintos ámbitos metalúrgicos, tanto en Cataluña como en el resto de la Península.



### RED DE REFERENCIA EN TÉCNICAS AVANZADAS DE PRODUCCIÓN - XaRTAP

La entidad reúne 11 grupos de investigación, con más de 200 investigadores, con la intención de ayudar a las empresas y profesionales a incrementar su capacidad tecnológica a base de transferirles tecnología. Con la Fundació La Farga hemos contribuido a la edición de un cuento sobre un ejemplo de mejora continua implantado en LFL.



### CONSORCIO DE TURISMO PAISATGES DEL TER

Ente público que gestiona la promoción turística del norte de la comarca de Osona, con el objetivo de impulsar los recursos de la zona en conjunto.



### OSONA TURISME

Ente público que gestiona la promoción turística de la comarca de Osona.



### ASSOCIACIÓ DEL MUSEU DE LA CIÈNCIA I LA TÈCNICA I D'ARQUEOLOGIA INDUSTRIAL DE CATALUNYA (AMCTAIC)

Asociación creada con el fin de mantener vivo e íntegro el patrimonio industrial de Cataluña.



### TURISMO CERCA DE BARCELONA

Red de turismo de zonas cercanas a la capital catalana de la Diputación de Barcelona.



### CATALUNYA, TURISMO PARA TODOS. ESTABLECIMIENTOS Y DESTINOS ACCESIBLES

El sector turístico catalán ha impulsado la accesibilidad de sus servicios, haciendo realidad el principio de que a las personas con discapacidad se les reconozca la igualdad de condiciones en una sociedad plural y respetuosa.



### XARXA DE TURISME INDUSTRIAL DE CATALUNYA (XATIC)

El Museo del Cobre forma parte de esta red de turismo industrial como recurso asociado. XATIC promociona toda la oferta de turismo industrial de Cataluña.



### XARXA DE MUSEUS D'OSONA (XMO)

Red formada por nueve museos de la comarca de Osona donde se encuentra el Museo del Cobre.



Consell Comarcal d'Osona

### CONSELL DE MUSEUS DEL CONSELL COMARCAL D'OSONA

Entidad formada por museos y colecciones de la comarca de Osona que trabajan por unos objetivos comunes, principalmente relacionados con el Día Internacional de los Museos y con otros proyectos como la edición de guías.



### CLUB SUPER3

Programa de series infantiles producido y emitido en Cataluña por Televisió de Catalunya. Ofrece a sus seguidores la posibilidad de convertirse en socios (llamados *súpers*), los cuales reciben descuentos en actividades culturales y lúdicas. El Museo del Cobre forma parte del paquete de descuentos de la libreta Super3.



### CARNET JOVE

Servicio gestionado por la Agència Catalana de la Joventut para contribuir a mejorar la calidad de vida de los jóvenes catalanes a través del ofrecimiento y la promoción de servicios, propuestas y ventajas en diferentes ámbitos. Los titulares del carné reciben anualmente y de forma gratuita el Pack Jove, que incluye vales con descuentos en ámbitos como la cultura, formación, turismo, tecnología, deporte, salud u ocio. El Museo del Cobre forma parte de este paquete de descuentos.



### 15.3.1 MUSEO DEL COBRE, EL PRIMERO DE EUROPA

El Museo del Cobre, inaugurado en el 2008 con motivo de la celebración del bicentenario de La Farga Lacambra, está situado en una antigua torre de cariz modernista de principios del siglo XX, que se encuentra dentro de las instalaciones de La Farga Group. El museo materializa las **oportunidades** que LFG ofrece desde el punto de vista histórico, ambiental, económico e industrial.

#### Áreas temáticas de la exposición

- La Farga Lacambra: historia de una empresa.
- El cobre y los orígenes de la metalurgia.
- El cobre como elemento químico.
- Tecnologías y aplicaciones del cobre.
- Proceso productivo de transformación del cobre (recorrido mediante una pasarela por la planta de fusión, planta de colada y planta de trefilería de LFG).

Como novedad del 2010, hay que destacar la presentación del **primer dossier pedagógico del Museo del Cobre** y la edición de nuevos folletos del museo ampliando los idiomas al francés y al inglés.

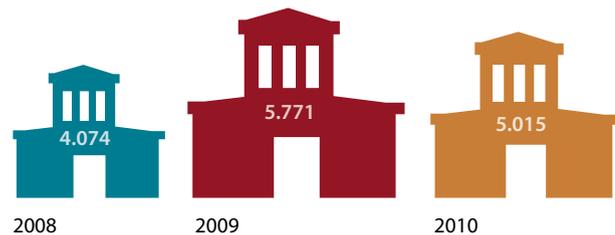


#### Visitantes del Museo del Cobre

Actualmente, la mayor parte de los visitantes del Museo del Cobre son grupos de la tercera edad, pero en menor medida también recibe visitas de personas que vienen por libre, grupos de estudiantes, centros docentes y asociaciones. En este contexto, para los próximos años queremos dar un nuevo enfoque al equipamiento con el objetivo de **impulsar las visitas de grupos de escolares** para así potenciar su vertiente educativa y formativa. Los clientes, proveedores y trabajadores de LFG son los perfiles de las visitas internas.

Desde su apertura, el mes de abril de 2008, el número de **visitantes** del museo asciende a **17.088 personas** (incluye las visitas recibidas durante los actos de celebración del bicentenario).

#### Número de visitas al Museo del Cobre

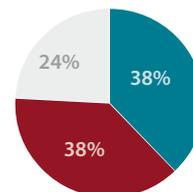


#### Índice de satisfacción de los visitantes del Museo del Cobre

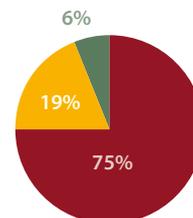
En diciembre de 2010 evaluamos por primera vez el grado de satisfacción de los visitantes del museo. Realizamos una encuesta a **61 particulares** -con el resultado medio de **9,21**- y a **16 agencias de viajes** -con una nota media de **9,31**-, ambas en una escala de 0 a 10.

La encuesta también nos ha permitido obtener información sobre la procedencia de las visitas particulares y de las agencias de viajes.

#### Visitas particulares



#### Agencia de viajes



- Comarca de Osona
- Provincia de Barcelona
- Provincia de Girona
- Provincia de Lleida
- No contestado

## 15.3.2 BECAS AÑO 2010

Anualmente, a través de la Fundació La Farga, convocamos becas para la familia empresaria, los trabajadores de LFG y sus hijos y los habitantes de Les Masies de Voltregà.

En la edición del 2010 hemos otorgado un total de **41 becas**, por un importe de **60.538,46 €**, repartidas entre dos convocatorias, la primera en octubre y la segunda en marzo. Las becas son para estudios de grado superior, postgrados y diplomaturas, y las de marzo incluyen también estudios de idiomas en el extranjero.

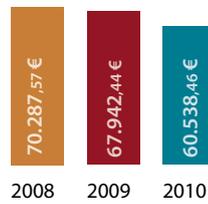
Además, y como novedad, hemos lanzado la **primera convocatoria de becas para centros y escuelas de verano** para los hijos de los trabajadores de LFG para favorecer la conciliación familiar. Del total de becas otorgadas, 9 fueron para centros y escuelas de verano.

### Becas otorgadas

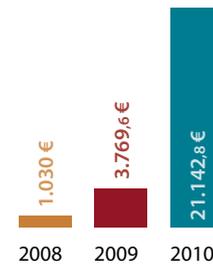
(convocatorias octubre y marzo de 2010)



### Evolución ayudas individuales



### Evolución ayudas a entidades



### 15.3.3 COLABORACIONES, DONACIONES Y PATROCINIOS

La actividad social de LFG se complementa con colaboraciones, donaciones y otras acciones de **tipo cultural** con entidades de tipología variada.

#### Nuestras colaboraciones...



- Edición de vídeos temáticos relacionados con diferentes aspectos del mundo del cobre.
- Elaboración de un vídeo promocional para el Club Super3 que se emitió durante todo el mes de diciembre de 2010.
- Participación en un taller de reciclaje en el marco de la Semana del Reciclaje de la escuela Comptes de Lacambra de Vinyoles del municipio de Les Masies de Voltregà, con motivo del Día Internacional del Reciclaje.
- Venta de participaciones de la Cruz Roja para el sorteo de la lotería de Navidad y el Sorteo de Oro entre los trabajadores de LFG.
- Participación en el libro de Iniciativa BMW titulado *Pez de Plata rBarcelona: reflexiona, recicla, responde*, que expone 24 iniciativas de responsabilidad social y medioambiental impulsadas por diferentes organizaciones y empresas. Uno de los proyectos que recoge el libro es el "Reciclado del cobre" de LFL, la cual ha colaborado aportando el conocimiento y el *know how* del proceso de reciclaje del cobre. En el marco de esta iniciativa hemos llevado a cabo talleres de reciclaje en el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) y en el centro comercial L'illa Diagonal.
- Donación de productos de cobre al CosmoCaixa Barcelona (Museo de la Ciencia de Barcelona) para una exposición sobre el reciclaje.
- Colaboración en el libro editado por el Ayuntamiento de Les Masies de Voltregà titulado *Les Masies de Voltregà, un riu d'història*. El libro hace un recorrido por la historia del municipio y reflexiona sobre la singular diversidad territorial del pueblo.
- Donación y colaboración con la Associació de Pares i Mares d'Alumnes de la escuela de Vinyoles para la edición de "La nostra revista"
- Esponsorización de los Premios Innovacat 2010.
- Jornada de puertas abiertas el fin de semana del Día Internacional de los Museos. Entrada gratuita al Museo del Cobre y a la fábrica.
- Jornada de puertas abiertas con motivo de las Jornadas Europeas del Patrimonio. Entrada gratuita al Museo del Cobre y a la fábrica.
- Donación de tubo de cobre a la Escola d'Art i Superior de Disseny de Vic.
- Patrocinio de la cabalgata de Reyes de Les Masies de Voltregà.
- Donación económica a la Comisión de Fiestas de Vinyoles para la Fiesta Mayor del municipio.
- Participación en la primera *Guia de museus i col·leccions d'Osona*, en la que consta el Museo del Cobre.
- Colaboración con la XATIC (Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya) en un estudio sobre los visitantes del turismo industrial en Cataluña.
- Cesión de joyas para el evento *Copper Essential for everyone* organizado por el European Copper Institute (ECI).
- Colaboración en la Setmana de l'Energia, campaña anual impulsada por el Institut Català de l'Energia, con la exposición *És possible la recuperació de calor en forns de coure?*
- Donación económica al Centre de Formació en Tecnologies de Manlleu (CEFOTEM).
- Donación económica a la Universidad de Vic.
- Donación económica a Cercle del Museu Episcopal de Vic.

#### Campana de comercio exterior solidario y responsable

Cada una de las empresas de LFG se ha adherido a la campaña *Comercio exterior de Ibercaja: más solidario y responsable*

*en beneficio de Intermón Oxfam, para hacer frente a la labor de ayuda al desarrollo y, en concreto, al proyecto *Combatir el hambre en Tanzania*.*

## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos dirigidos a las empresas proveedoras para el 2010

- Implantar la evaluación y selección de empresas proveedoras según criterios ambientales y sociales y hacer extensivo este proceso al resto de proveedores (no de materia prima).  0%
- Potenciar que los proveedores locales lo sean para todo el Grupo, ofreciéndoles la oportunidad de suministrar a más de una compañía de LFG.  62%

(\*) Un 62% de los proveedores locales han pasado a suministrar a más de una compañía de LFG.

### Objetivos dirigidos a las empresas proveedoras para el 2011

- Elaboración de un Código de conducta para proveedores como primer paso para la implantación de un sistema de selección y evaluación según criterios ambientales y sociales.

### Objetivos dirigidos a la comunidad para el 2010

- Promocionar valores como el reciclaje y el Medio Ambiente.  100%
- Todos los objetivos medioambientales asociados a la comunidad local.  100%

### Objetivos dirigidos a la comunidad para el 2011

- Focalizar las visitas al Museo del Cobre para escolares.
- Promocionar valores como el reciclaje, el medio ambiente y la innovación.
- Todos los objetivos medioambientales asociados a la comunidad local.



# 16 TABLA DE CONTENIDOS DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

<b>Indicadores de la guía G3 del Global Reporting Initiative (GRI)</b>			
CONCEPTO	NÚMERO DE INDICADOR	PÁGINA	COBERTURA
<b>Estrategia y análisis</b>			
Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	1.1	6-8	●
Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	1.2	6-8	●
<b>Perfil de la organización</b>			
Nombre de la organización.	2.1	17	●
Principales marcas, productos y/o servicios.	2.2	17-21	●
Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos ( <i>joint ventures</i> ).	2.3	17	●
Localización de la sede principal de la organización.	2.4	3	●
Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	2.5	23-24	●
Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	2.6	17	●
Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	2.7	17,23-24	●
Dimensiones de la organización informante, incluido: número de empleados, ventas netas (para organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para organizaciones del sector público), capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto (para organizaciones del sector privado) y cantidad de productos o servicios prestados.	2.8	63, 42, 44-51, 52-56	●
Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos la localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones; y cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital (para organizaciones del sector privado).	2.9	19	●
Premios y distinciones recibidas durante el periodo informativo.	2.10	28	●
<b>Parámetros de la memoria</b>			
Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	3.1	9-10	●
Fecha de la memoria anterior más reciente.	3.2	9-10	●
Ciclo de presentación de memorias.	3.3	9-10	●
Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o a su contenido.	3.4	3	●
Proceso de definición del contenido de la memoria, incluyendo: - Determinación de la materialidad - Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria - Identificación de los grupos de interés que se prevé que utilicen la memoria	3.5	9-10	●
Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	3.6	9-10	●

Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	3.7	Las limitaciones en el alcance de la información, cuando se producen, y la descripción de técnicas de medición y efectos de la reformulación de la información se reflejan en el apartado correspondiente del informe.	●
Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos ( <i>joint ventures</i> ), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	3.8	En el informe se incluyen en exclusiva los datos relativos La Farga Group y quedan especificadas las actividades de negocio que pueden afectar a la comparabilidad respecto a periodos anteriores.	●
Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	3.9	Se ha utilizado el siguiente documento marco y suplemento: Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad versión 3.0 y Suplemento del sector de la minería y el metal del Global Reporting Initiative. Cuando es necesario, las técnicas de medición de datos y las bases para realizar cálculos se especifican en los indicadores a lo largo del informe.	●
Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio o métodos de valoración).	3.10	No ha habido reexpresión de información significativa contenida en memorias anteriores. En caso de que se haya reformulado algún dato, se especifica con una nota explicando la causa de esta reformulación.	●
Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	3.11	No ha habido cambios significativos respecto al periodo anterior.	●
Contenidos básicos en la memoria.	3.12	113-120	●
Verificación externa de la memoria.	3.13	9-10, 122 Ecocert Ibérica SL, es una empresa que forma parte del grupo ECOCERT situado a l'Isle Jordaine, en Francia y no tiene ninguna relación con LFG.	●
<b>Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés</b>			
Estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	4.1	30-32	●
Debe indicarse si el presidente o presidenta del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	4.2	30-32	●
En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	4.3	30-32	●
Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	4.4	29, 35, 73	●
Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	4.5	69	●
Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	4.6	29-32	●



Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigibles a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	4.7	La política de gobierno corporativo y los procedimientos establecidos quedan recogidos en el Protocolo de Familia redefinido en 2009. Este recoge el marco legal, establece los principios de actuación de los órganos de gobierno (Familia y Empresa) y sus funciones y detalla los derechos y deberes de los accionistas y consejeros y su responsabilidad personal a la hora de ejercer el cargo y se clarifican los conflictos de interés.	●
Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	4.8	33-36	●
Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionados, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados internacionalmente, códigos de conducta y principios.	4.9	29-32, 33-36	●
Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	4.10	29-32, 33-36	●
Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	4.11	29-32, 33-36	●
Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	4.12	25-27, 106-107	●
Principales asociaciones a las que la organización pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a los que apoye y participe en los proyectos o comités, proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios o tenga consideraciones estratégicas.	4.13	25-27, 107	●
Relación de los grupos de interés que la organización ha incluido.	4.14	35	●
Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	4.15	9-10, 35	●
Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y la categoría de grupos de interés.	4.16	9-10, 35	●
Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	4.17	9-10	●
<b>INDICADORES DE CUMPLIMIENTO ECONÓMICO</b>			
<i>Enfoque de gestión</i>		38-56	
Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	EC1	42-43	●
Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	EC2	92-95, 98	●
Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	EC3	72	●
Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	EC4	42-43	●
Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	EC5	67	●
Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	EC6	104-105	●
Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	EC7	63	●
Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	EC8	106-108	●
Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	EC9	33-36	●

<b>INDICADORES DE CUMPLIMIENTO AMBIENTAL</b>			
<i>Enfoque de gestión</i>		92-101	
Materiales utilizados, por peso o volumen.	EN1	94-95	●
Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	EN2	94-95	●
Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	EN3	92	●
Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	EN4	92	●
Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	EN5	92	●
Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	EN6	92	●
Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	EN7	92	●
Captación total de agua por fuentes.	EN8	94	●
Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	EN9	92	●
Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	EN10	97	●
Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	EN11	LFG no tiene instalaciones en espacios protegidos o en áreas de alta biodiversidad ni adyacentes a las mismas.	No aplica
Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	EN12	LFG no tiene un impacto sobre la biodiversidad. Las instalaciones no se encuentran en espacios protegidos o en áreas de alta biodiversidad ni adyacentes a las mismas.	No aplica
Hábitats protegidos o restaurados.	EN13	LFG no tiene un impacto sobre la biodiversidad. Las instalaciones no se encuentran en hábitats protegidos o restaurados. Por este motivo, no existe como tal una estrategia específica para la prevención, gestión y restauración de daños en hábitats naturales, sino que ésta se integra en la política de RSC y ambiental del Grupo, que mediante diferentes iniciativas ya mencionadas minimiza el impacto ambiental.	No aplica
Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	EN14	LFG no tiene un impacto sobre la biodiversidad. Las instalaciones no se encuentran en hábitats protegidos o restaurados. Por este motivo, no existe como tal una estrategia específica para la prevención, gestión y restauración de daños en hábitats naturales, sino que ésta se integra en la política de RSC y ambiental del Grupo, que mediante diferentes iniciativas ya mencionadas minimiza el impacto ambiental.	No aplica
Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	EN15	Las operaciones de LFG no afectan a ningún hábitat con especies incluidas en la Lista Roja de la IUCN.	No aplica
Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	EN16	98	●



Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	EN17	LFG no genera emisiones significativas de gases de efecto invernadero diferentes a las de CO <sub>2</sub> ya reportadas.	No aplica
Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	EN18	98	●
Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	EN19	No disponemos de datos de estos parámetros de emisiones porque no ha sido necesaria la realización de estudios oficiales, como por ejemplo la declaración EPER, por el bajo impacto de estas emisiones.	No aplica
NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	EN20	No disponemos de datos de estos parámetros de emisiones porque no ha sido necesaria la realización de estudios oficiales, como por ejemplo la declaración EPER, por el bajo impacto de estas emisiones.	No aplica
Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	EN21	97	●
Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	EN22	96	●
Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	EN23	No se han producido vertidos accidentales significativos.	●
Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	EN24	Por razón de su actividad, LFG no importa, exporta, transporta, trata ni genera residuos considerados como peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea.	No aplica
Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	EN25	LFG no tiene un impacto sobre la biodiversidad de los recursos hídricos y hábitats relacionados.	No aplica
Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	EN26	93-96	●
Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	EN27	94	●
Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	EN28	No ha habido multas o sanciones judiciales relacionadas con el cumplimiento de la normativa ambiental.	●
Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	EN29	LFG no tiene impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes.	●
Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	EN30	92	●
<b>INDICADORES DE CUMPLIMIENTO SOCIAL</b>			
<b>PRÁCTICAS LABORALES</b>			
<i>Enfoque de gestión</i>		62-79	
Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	LA1	63-65	●
Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	LA2	65-66 (*) Los datos no se detallan por sexo y grupo de edad.	◐*
Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	LA3	72	●
Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	LA4	64	●
Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	LA5	Los cambios organizativos se informan con el máximo de antelación, cumpliendo con la normativa legal y del convenio colectivo.	●

Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	LA6	30-32	●
Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	LA7	75-79	●
Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	LA8	75-79	●
Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	LA9	Información no reportada (indicador adicional)	
Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	LA10	70	●
Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	LA11	69	●
Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	LA12	68	●
Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	LA13	30-32	●
Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	LA14	67	●
<b>DERECHOS HUMANOS</b>			
<i>Enfoque de gestión</i>		36	
Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	HR1	LFG aplica en sus inversiones el Código de ética y las normas que garantizan la máxima protección de los derechos humanos, exigen un comportamiento ético en todas sus relaciones y asume como mínimos el máximo cumplimiento de la legislación nacional e internacional aplicable en el desarrollo de sus actividades.	●
Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	HR2	36	●
Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	HR3	Los empleados de LFG no han recibido formación específica en materia de derechos humanos.	●
Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	HR4	No se han producido ningún incidente de discriminación.	●
Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	HR5	No hay actividades en las que el derecho a la libertad de asociación y a acogerse a convenios colectivos pueda correr riesgos.	●
Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	HR6	No hay actividades que comporten un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil.	●
Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	HR7	No hay operaciones que conlleven un riesgo de originar episodios de trabajo forzado o no consentido.	●
Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	HR8	LFG contrata al personal de Seguridad a través de empresas externas autorizadas por la Dirección General de la Policía que garantizan la adecuada formación de los empleados para el puesto.	●
Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	HR9	No se ha producido ningún incidente relacionado con la violación de los derechos de los indígenas.	●



<b>SOCIEDAD</b>			
<i>Enfoque de gestión</i>		106-111	
Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	SO1	106	●
Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	SO2	36 Todas las unidades de negocio son analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	●
Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	SO3	36	●
Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	SO4	No se han producido incidentes de corrupción durante el periodo cubierto por la memoria.	●
Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	SO5	La empresa no se posiciona en políticas públicas ni participa en el desarrollo de las mismas ni en actividades de "lobbying".	●
Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	SO6	No hay aportaciones financieras ni en especie a partidos políticos.	●
Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	SO7	No hay acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas ni contra la libre competencia.	●
Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	SO8	42-43	●
<b>RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO</b>			
<i>Enfoque de gestión</i>		82-90, 57-60	●
Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	PR1	57-60 LFG dispone de directrices para garantizar que los impactos y riesgos asociados a los productos y servicios se identifican, analizan y evalúan; para ello se realizan controles de calidad. La información de productos se complementa con información sobre su composición.	●
Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	PR2	No se ha producido ningún incidente en este sentido.	●
Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	PR3	88	●
Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	PR4	No ha habido ningún incumplimiento durante el periodo de cobertura del informe.	●
Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	PR5	82-87	●
Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	PR6	No hay programas de cumplimiento de leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios.	●
Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	PR7	No ha habido ningún tipo de incidente durante el periodo de tiempo que cubre el informe.	●
Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	PR8	En los tres últimos años LFG no ha registrado reclamaciones de este tipo.	●
Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	PR9	No se han registrado multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro o uso de productos y servicios de la organización.	●

# 17 TABLA DE CONTENIDOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Las empresas deben...		Páginas	Indicadores GRI
1	apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	36	HR1, HR2, HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9
2	asegurar que sus empresas no sean cómplices de la vulneración de los derechos humanos.	36	HR1, HR2, HR8
3	apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	63-64	LA4, LA5, HR5
4	apoyar la eliminación de cualquier trabajo forzado o realizado bajo coacción.	36	HR7
5	apoyar la erradicación del trabajo infantil.	36	HR6
6	apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el trabajo y en la ocupación.	65-66 69 67 30-32	LA2, LA10, LA13, LA14, HR4
7	mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	30-32 36	4.11
8	fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	92-101	EN2, EN5, EN6, EN7, EN10, EN13, EN14, EN18, EN21, EN22, EN26, EN27, EN30
9	favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	92-101	EN2, EN5, EN6, EN7, EN10, EN18, EN26, EN27
10	trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	36	SO2, SO3, SO4



# 18 INFORMES DE VERIFICACIÓN



## Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **La Farga Group** ha presentado su memoria "Respuestas adaptadas a un mundo en movimiento" (2010) a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A+.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI.

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

20 de abril 2011, Amsterdam

Nelmara Arbex  
Subdirectora Ejecutiva  
Global Reporting Initiative



Se ha añadido el signo "+" al Nivel de Aplicación porque La Farga Group ha solicitado la verificación externa de (parte de) su memoria. GRI acepta el buen juicio de la organización que ha elaborado la memoria en la elección de la entidad verificadora y en la decisión acerca del alcance de la verificación.

*Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Descargo de responsabilidad:** En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 1 de abril 2011. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

# CERTIFICADO

**Ecocert Ibérica, SL certifica que la verificación del Informe de sostenibilidad del año 2010, titulado “Respuestas adaptadas a un mundo en movimiento” de la empresa:**

**LA FARGA GROUP  
(CORPORACIÓN METALÚRGICA CATALANA, SL)**

**Carretera C-17, Km 73,5  
08508 Les Masies de Voltregà  
Barcelona**

**CERTIFICADO 111.002**

**SE HA REALIZADO DE CONFORMIDAD A LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS  
POR LA GUIA G3 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE  
CON EL NIVEL DE APLICACIÓN A<sup>+</sup>**

Fecha del certificado:  
25 de marzo de 2011

Ecocert Ibérica, SL, empresa del grupo ECOCERT, con NIF B62209044, con sede en Manlleu, ha sido la empresa que ha llevado a cabo la verificación de la memoria de sostenibilidad de 2010 de La Farga Group. Esta empresa es totalmente independiente de La Farga Group y, antes de esta certificación, no ha tenido ningún tipo de vínculo comercial ni de otro tipo con la organización.

Esta memoria está disponible en versión PDF en la página web de La Farga Group: [www.lfg.es](http://www.lfg.es).

Para más información sobre su contenido podéis dirigirlos a [etica@lfg.es](mailto:etica@lfg.es).

Este informe ha sido revisado por el Global Reporting Initiative, y su conclusión es que cumple los criterios para un nivel de aplicación A+.



La Farga Group  
Ctra. C-17, km 73,5  
08508 Les Masies de Voltregà  
Barcelona (Spain)  
[www.lfg.es](http://www.lfg.es)

