

CAPACIDAD DE CRECIMIENTO CON VISIÓN DE FUTURO

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2011



CAPACIDAD DE CRECIMIENTO CON VISIÓN DE FUTURO

INFORME DE SOSTENIBILIDAD **2011**



La Farga Group
Ctra. C-17, km 73,5
08508 Les Masies de Voltregà
Barcelona (España)
www.lfg.es

Diseño y realización: lavola

Depósito Legal:

ÍNDICE

CAPACIDAD DE CRECIMIENTO CON VISIÓN DE FUTURO

- 1 CARTA DEL PRESIDENTE, **6**
- 2 CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO, **10**
- 3 PRESENTACIÓN DEL INFORME, **12**
- 4 RESUMEN DE 2011, **14**
- 5 LA FARGA GROUP DE UN VISTAZO, **16**
 - 5.1 Aspectos destacados del ejercicio 2011, **18**
 - 5.2 Mercado internacional, **21**
 - 5.3 Participación en asociaciones y organizaciones sectoriales y del entorno, **21**
- 6 NUESTRO ENFOQUE DE CREACIÓN DE VALOR, **24**
 - 6.1 Misión, visión, valores, **26**
 - 6.2 Relación cercana con los grupos de interés, **26**

7 FAMILIA EMPRESARIA

- 7.1 Prácticas de buen gobierno, **29**
- 7.2 Capacidad de reacción ante el contexto económico actual, **33**
- 7.3 Gestión económica para un crecimiento sólido y sostenido, **36**
- 7.4 Capacidad de previsión, **38**
- 7.5 Información fiable para una mayor eficiencia, **39**

8 EQUIPO HUMANO

- 8.1 Incorporamos los mejores perfiles, **45**
- 8.2 Propiciamos un empleo de calidad, **47**
- 8.3 Fomentamos la igualdad y la diversidad para enriquecer el equipo, **50**
- 8.4 Impulsamos un buen clima laboral, **52**
- 8.5 Creamos oportunidades de crecimiento profesional, **53**
- 8.6 Aplicamos técnicas de mejora continua para una mayor eficiencia, **56**
- 8.7 Facilitamos la conciliación y sumamos beneficios, **57**
- 8.8 Comunicamos para fomentar la cohesión, **58**
- 8.9 Proporcionamos un entorno laboral seguro, **60**

9 CLIENTES

- 9.1 Innovación para transformar las ideas en valor, **68**
- 9.2 Productos y servicios orientados a la satisfacción del cliente, **73**
- 9.3 Gestionamos la calidad de forma transversal, **76**
- 9.4 Favorecemos la mejora continua, **78**
- 9.5 Damos respuesta a las necesidades de comunicación, **79**

10 PROVEEDORES

- 10.1 Hacemos extensivo el compromiso de sostenibilidad, **83**
- 10.2 Relaciones de alianza con la empresa proveedora, **84**
- 10.3 Compromiso con los proveedores locales de materia prima y servicios, **85**

11 VECINOS, ADMINISTRACIONES PÚBLICAS, COMUNIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 11.1 Involucrados con las generaciones futuras, **88**
- 11.2 Compartimos nuestra experiencia, **89**
- 11.3 El entorno es la esencia de nuestro modelo de innovación abierta, **91**
- 11.4 Gestionamos la Fundació La Farga para la creación de valor, **92**
- 11.5 Comunicar es la base para una buena relación con nuestro entorno, **98**

12 MEDIO AMBIENTE

- 12.1 Sistema de gestión ambiental para proteger el entorno, **102**
- 12.2 Mejora continua: gestión eficiente en el uso de recursos, **105**
- 12.3 Gestión de los residuos para su minimización, **108**
- 12.4 Evaluamos el ruido y la afección lumínica, **109**
- 12.5 Controlamos y prevenimos la afección al suelo, **109**
- 12.6 Aprovechamos las aguas residuales de proceso, **110**
- 12.7 Soluciones para reducir la huella de carbono, **110**

13 BALANCE DE SITUACIÓN Y CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS, **114**

- 13.1 Balance de situación, **114**
- 13.2 Cuenta de pérdidas y ganancias, **119**

14 TABLA DE CONTENIDOS DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE, **123**

15 TABLA DE CONTENIDOS DEL PACTO MUNDIAL, **132**

16 INFORMES DE VERIFICACIÓN, **133**

1 CARTA DEL PRESIDENTE



Nuevamente ponemos en vuestras manos el *Informe de sostenibilidad* de La Farga Group correspondiente al pasado ejercicio económico.

Es nuestro deseo renovar el compromiso adquirido el año 2006 con el Pacto Mundial, y contribuir así a la promoción de acciones dirigidas a implantar cada uno de los principios que recoge esta iniciativa internacional. Tal y como muestra el *Informe de sostenibilidad* del año 2011, hemos continuado trabajando para extender buenas prácticas que, alineadas con nuestra actividad, contribuyen a la sostenibilidad del Grupo.

El año 2011 ha sido, indudablemente, el que ha registrado una mayor agudización en la crisis general que venimos soportando desde el año 2008 y que, no habiendo sido debidamente gestionada durante años, ha dado lugar, en noviembre de 2011, a un cambio radical en la mayoría política del país, a la que corresponderá emprender la indispensable mejora de nuestra infraestructura financiera, industrial y laboral para sanear nuestra economía y hacerla competitiva en nuestro entorno europeo. Para ello no sólo hace falta una legislación adecuada sino, muy particularmente, una nueva mentalidad tanto en el empresario como en el trabajador.

Y ésta es, creemos, la mentalidad que impera en el complejo industrial de La Farga Group, motivo por el cual hemos conseguido superar este período sin reducir nuestra plantilla y sin que ninguna de nuestras tres unidades productivas haya entrado en pérdidas a pesar de las dificultades de venta en el mercado nacional, que hemos compensado con un mayor porcentaje de exportaciones y la diversificación de nuestros productos para conseguir los de mayor valor añadido.

LA FARGA LACAMBRA SAU

Así, en La Farga Lacambra SAU se ha conseguido un nivel récord de ventas, fruto del esfuerzo que la compañía ha hecho en los últimos años en inversiones industriales y en la industrialización. Este éxito en el volumen de ventas ha estado acompañado también de una mayor rentabilidad, consiguiendo un incremento del beneficio neto de un 19%.

Manteniendo la totalidad de la plantilla se ha profundizado en la formación continua de los trabajadores, habiendo conseguido las máximas condiciones de seguridad, obteniendo el valor mínimo de frecuencia en accidentes.

Estimamos necesario destacar, en nuestra gestión exportadora, la obtención del contrato de suministro de productos ferroviarios por un período de cuatro años a la Sociedad Nacional de Ferrocarriles Franceses (SNCF), lo que posiciona favorablemente a La Farga Lacambra en el mercado ferroviario europeo.



Igualmente, hemos de reseñar el gran esfuerzo que, de forma continua, se hace en los nuevos proyectos de investigación e innovación que esperamos den fruto, con nuevos productos, en los próximos años. En esta importantísima labor de investigación – siembra para futuras cosechas – se ha intensificado la relación que desde hace muchos años venimos manteniendo con Universidades y Centros de Investigación especializada, así como en la redacción y registro de nuevas patentes.

LA FARGA TUB SLU

Esta empresa ha sufrido más intensamente la crisis del mercado español, cuyo consumo de tubo de cobre ha descendido un 20% en el año 2011, pese a lo cual seguimos siendo líderes en este mercado con una cuota del 50% en el tubo sanitario.

Las ventas representan, en total, un 5,6% menos de tonelaje en relación al año anterior, habiéndose compensado en gran parte la débil demanda del mercado español gracias a la exportación, que ha alcanzado el 29% del total. Para facilitar nuestras exportaciones se ha creado una nueva compañía –La Farga Tub France– para distribuir los productos de La Farga Tub SLU. en el vecino país.

Pese a la situación de crisis se ha mantenido la política de inversiones, con la compra de un nuevo banco de estiraje, que ha comportado más productividad y distribución del coste de fabricación, entre otros elementos, como un medidor de excen-

tricidades a la salida de la prensa con el objetivo de controlar la excentricidad del espesor del tubo final.

Finalmente, hemos conseguido la homologación de nuestros tubos en Gran Bretaña (Normas BSI) y en Irlanda (Normas NSAI).

LA FARGA ROD SAU

El mercado español está muy afectado por la crisis, pese a lo cual las ventas de alambón han aumentado un 3% respecto al año anterior, gracias a que el 44% de las mismas se han destinado a la exportación. En cuanto al Valor Añadido se ha incrementado un 11% en relación al año anterior.

El nivel de calidad ha sido alto y estable, lo que ha permitido que el Índice de Satisfacción del Cliente aumentara en un 10%, alcanzando un 8,24 sobre 10, y que dos consultores externos hayan reconocido avances muy significativos en la gestión de la mejora continua de la planta.

Siguiendo la política del Grupo, se ha mantenido el número de trabajadores de la planta, reduciéndose el absentismo al 0,49% frente al 1,14% del año anterior. Sólo se produjo un accidente con baja (2 días) después de un período de 2 años, 1 mes y 17 días sin accidentes. El sistema de sugerencias implantado anteriormente se mantiene bien aceptado, con 4 sugerencias por operario/año, siendo el nivel más alto dentro del Grupo.





LA FARGA INTEC SLU

En el apartado de venta de tecnología se ha realizado la formación del personal de una planta en Pakistán y de otra en Italia, las cuales están ya en condiciones para su puesta en marcha.

Ganzhou Jiangwu La Farga high-speed **Railway Copper** Materials, la planta de nuestra participada en China, se encuentra totalmente estabilizada en cuanto a producción y calidad del producto, habiéndose finalizado el proceso de traspaso de nuestro conocimiento técnico. Se halla pendiente de que el Gobierno decida sobre su nueva política de homologaciones, para que el Ministerio competente nos autorice el suministro de material ferroviario a la red estatal de ferrocarriles, toda vez que ya hemos superado las pruebas técnicas a las que fuimos sometidos.

SDI LA FARGA

La construcción de esta fábrica en EE.UU. (Fort Wayne, Indiana) sigue el ritmo previsto para su puesta en marcha a finales de abril de 2012.

En el mes de noviembre se celebró en nuestra sede social de Les Masies de Voltregà una reunión del Consejo de Administración de la nueva compañía americana, lo que dio ocasión de comprobar el alto grado de sintonía entre ambos socios y la compenetración y entusiasmo existente para que esta planta sea puntera en el mercado del alambrón de EE.UU. y Canadá, ya que ofrecerá un producto nuevo en dicho mercado y al que se augura un gran futuro por sus excepcionales ratios de calidad/precio.

LA FARGA TUB FRANCE SL

Para la distribución en Francia de los productos fabricados por La Farga Tub SLU, se ha constituido esta sociedad que cuenta, para ello, con un almacén en Lyon.

OTRAS PARTICIPADAS

Con independencia de las unidades productivas reseñadas, nuestro Grupo participa mayoritariamente en Metalúrgica Catalana SA, sociedad que administra un patrimonio inmobiliario, y en Hidroelèctrica del Voltregà SLU, que gestiona la central hidroeléctrica sobre el río Ter, propiedad de La Farga Lacambra SAU.

Con carácter minoritario participa también en Agric Bemvig SA, Vicente Torns Distribution SL, Vicente Torns Distribution France SL, Vicente Torns Distribution UK SL, Oxolutia, Ausa Futur y La Farga Tertub AIE.



FUNDACIÓ LA FARGA

Aunque jurídicamente ajena a la estructura del Grupo, la Fundació es un exponente vivo del espíritu que anima toda nuestra actividad: la responsabilidad social. Por su conducto se mantiene el Museo del Cobre, único en el mundo en esta especialidad, y se dota anualmente de cuantiosas becas para estudios superiores de las que son beneficiarios nuestros trabajadores, sus hijos, los hijos de los socios y los jóvenes residentes en el municipio de Les Masies de Voltregà, en este último caso con la colaboración de su Ayuntamiento.

De conformidad con lo dispuesto en el Protocolo Familiar, que suscriben obligatoriamente quienes aspiran a ser socios del Grupo La Farga, una parte de los beneficios repartibles se destinarán anualmente a dotar de medios económicos a la Fundació, asegurando así la continuidad de su labor en ausencia de sus fundadores.

Este Informe tiene por objeto exponer nuestra actividad desde la óptica de la Responsabilidad Corporativa, y este año pretendemos hacerlo en un nuevo formato. Hasta ahora, las políticas de gestión del Grupo daban cuenta de las necesidades de los distintos grupos de interés, desde el punto de vista empresarial. Este año, el Informe se estructura de una forma más didáctica, para generar una política de gestión individual que dé respuesta a cada grupo de interés. Las políticas integradas forman nuestro modelo global de responsabilidad corporativa, con el objetivo último de crear valor.

Entendemos la Responsabilidad Corporativa como la suma sostenible de la Responsabilidad Ambiental, la Responsabilidad Social y la Responsabilidad Económica. De este modo, nuestros compromisos comprenden la profesionalidad en la gestión, el orgullo de pertenencia, la vocación a largo plazo y

el espíritu emprendedor y de mejora. Todo ello implica unas prácticas de buen gobierno, la capacidad de reacción ante el contexto económico actual, la gestión económica para un crecimiento sólido y sostenido y la información fiable, para una mayor eficiencia.

Dos simples ejemplos de nuestra Política de Responsabilidad Ambiental y Social. En el primer caso, cabe destacar que el ahorro de un 16% en el consumo del agua permitiría llenar 14 piscinas olímpicas. En el segundo caso, creemos importante señalar que, en un contexto de cierre de empresas, expedientes de regulación de empleo y despidos generalizados, nuestro Grupo ha creado 30 puestos de trabajo sobre los 342 que mantenía el año anterior.

Somos conscientes de que el año 2012 va a ser, por lo menos, tan difícil como el anterior, pues la crisis no se resolverá fácilmente ni en plazo breve, pero estamos seguros de que superaremos todas las dificultades si, como hasta ahora, todos los grupos interesados mantienen su apoyo y el equipo directivo del Grupo sigue luchando para aumentar la productividad y eficiencia de nuestras plantas e incrementar el catálogo de nuestros productos y consolidar la internacionalización de las ventas.

Vicente Fisas Comella, Presidente

2 CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO



Apreciados amigos,

Las páginas que siguen este informe de La Farga Group muestran, de modo resumido, nuestras actividades más destacadas del año 2011.

Desde La Farga Group miramos el futuro con optimismo. Hemos afrontado este año con gran esfuerzo e ilusión, a pesar de las dificultades surgidas por la crisis económica. La internacionalización en todos los ámbitos y el crecimiento propio de La Farga Group nos han permitido conseguir con éxito los objetivos marcados al inicio.

Nuestros proyectos de futuro sólo pueden hacerse realidad a través de la transformación del Grupo, el cual debe hacer frente a un entorno cada día más global. Debemos consolidar nuestra posición internacional en todos los ámbitos: organizativo, cultural, técnico, mercados, suministro de materia prima, gama de productos, servicio, calidad, venta de tecnología, formativo y toda evolución necesaria para ser una compañía global.

Igualmente tenemos la necesidad de consolidar la organización, lo que nos hace ser creativos con las estructuras funcionales y jerárquicas.



Hemos de enfrentarnos a entornos cambiantes y ser cada vez más flexibles e innovadores, avanzarnos a los acontecimientos y dotarnos de nuevas capacidades. Para ello hemos enfocado a los equipos hacia el nuevo contexto de internacionalización.

Todas las áreas de nuestra organización deben interiorizar un cambio en la manera de enfocar el futuro. Es necesario un cambio de cultura para conseguir éxito en este planteamiento de expansión internacional que nos hemos propuesto como reto de nuestro proyecto. Con la incorporación al grupo de las compañías internacionales se vuelve imprescindible incorporar diferentes mentalidades, costumbres, visiones y puntos de vista diferentes a los que ya estábamos acostumbrados. Esta nueva diversidad enriquece sin duda a nuestro grupo.

Debemos introducir en nuestra mentalidad la capacidad de análisis de normativas muy variables, tanto legal como de producto, o de gestión financiera y administrativa, así como de prácticas habituales de comercialización.



Los proyectos de expansión a través de nuestras *joint ventures* y las diferentes empresas participadas han llevado a una mayor implicación de nuestros recursos para impulsar los nuevos objetivos. Nuestro conocimiento tecnológico es cada vez más amplio y consistente, lo que nos ha obligado a desarrollar una detallada estructura de control y supervisión. Es a través de la transmisión de nuestro *know how* alrededor del mundo donde también se plasma nuestra cultura de empresa basada en nuestros valores: modestia, ilusión, responsabilidad y espíritu de mejora.

Durante el 2011 implantamos la plataforma SAP como nuevo Sistema de Información Integral, la cual se pondrá en marcha a partir de este año 2012.

También durante el ejercicio que se cierra se ha evolucionado en nuestra gobernanza para incrementar el conocimiento de estas herramientas en las áreas internacionales.

Por otro lado, se ha desarrollado una nueva Política de Responsabilidad Corporativa, pensada para facilitar la información a nuestros grupos de interés.

Esta nueva política se basa en 6 ejes de creación de valor:

- **Equipo humano:** aportar valor a un objetivo.
- **Clientes:** soluciones y respuestas a las mayores exigencias.
- **Proveedores:** sinergias ganadoras.
- **Familia empresarial:** creación de valor para la empresa y el entorno.
- **Medio Ambiente:** respeto por nuestro entorno.
- **Vecinos, comunidad, administraciones y medios de comunicación:** implicación con el territorio.

Finalmente, quiero aprovechar estas líneas para agradecer a todos los implicados en el desarrollo del futuro de la compañía, ya que han confiado en nuestros proyectos y han dedicado su tiempo para hacer de La Farga Group la empresa de referencia actual en el reciclado del cobre y aleaciones de altas prestaciones.

Oriol Guixà, consejero delegado

3 PRESENTACIÓN DEL INFORME

ALCANCE

El presente *Informe de sostenibilidad* detalla el enfoque y el desempeño económico, social y ambiental de La Farga Group correspondiente al período comprendido entre el **1 de enero y el 31 de diciembre de 2011**; incluye 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 Hidroelèctrica del Voltregà, SLU, además de la Fundació La Farga.

Desde el año 2006, en La Farga Group publicamos el *Informe de sostenibilidad* como parte de nuestro compromiso con la transparencia y con todos nuestros grupos de interés.

DEFINICIÓN DEL CONTENIDO

Hemos priorizado los **temas de nuestra estrategia de desarrollo sostenible** y también aquellos que tienen el potencial de convertirse en materiales y relevantes para las actividades a largo plazo de La Farga Group. Para determinar qué temas o aspectos son importantes hemos considerado:

- Los resultados obtenidos de la sesión *Conversación de café* realizada con los grupos de interés.
- Las informaciones recopiladas en las entrevistas personales mantenidas con el consejero delegado de LFG, los directores generales de LFL, LFT, LFR y LFI, y los responsables de las áreas corporativas.
- El nuevo enfoque estratégico de responsabilidad corporativa.
- El análisis del contexto y la situación económica, social y ambiental que afecta directa o indirectamente a la operativa del grupo, incluyendo requisitos y obligaciones legales.
- La gestión de los riesgos: identificación y evaluación de riesgos y oportunidades, como parte de la gestión y de los procesos de planificación.
- Las recomendaciones y los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Los principios y los indicadores de la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*, versión 3.1 del Global Reporting Initiative y su suplemento para el sector de la minería y el metal.

VERIFICACIÓN

El informe alcanza el **nivel de aplicación A+**, según verificación realizada por Ecocert Ibérica SL, y señala que La Farga Group cumple con las directrices que establece la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* (G3.1) del Global Reporting Initiative y su suplemento para el sector de la minería y el metal. Ecocert Ibérica, SL es una empresa auditora externa e independiente de La Farga Group.

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Para hacer partícipes a los grupos de interés en el proceso de definición de los contenidos y temas a priorizar en el informe, hemos llevado a cabo una iniciativa nueva en formato ***Conversación de café***. Se trata de una sesión de grupo, que se planteó como un **encuentro informal con los grupos de interés** de La Farga Group para propiciar la conversación y departir con ellos sobre la estrategia de responsabilidad corporativa del grupo y los contenidos y el formato del *Informe de sostenibilidad* de 2011.

La sesión tuvo lugar el **15 de Diciembre de 2011**, de las 12:00 h a las 14:00 h, en las instalaciones del Museo del Cobre; asistieron un total de 25 personas: 4 accionistas, 2 representantes de instituciones locales, 6 proveedores, 2 directivos y 11 trabajadores.

Como conclusiones de la sesión, detallamos a continuación los **aspectos que nuestros grupos de interés consideran prioritarios** en nuestra estrategia de responsabilidad corporativa, así como también aquellas cuestiones en las que debemos profundizar en el *Informe de sostenibilidad*.

Hemos considerado ya las principales conclusiones extraídas de la sesión de grupo en el **diseño del nuevo planteamiento de la estrategia de responsabilidad corporativa**. Así, en el presente informe hemos profundizado en aquellos temas que son más relevantes para nuestros grupos de interés aportando información adicional y datos complementarios.



VECTOR AMBIENTAL

El impacto y control de las emisiones de CO₂ y las medidas de mejora implantadas para minimizarlas.

Las ventajas ambientales asociadas al reciclaje de cobre y del cobre reciclado.

La aplicación de criterios sostenibles en el desarrollo de nuevos productos (valor añadido asociado a la marca ecocopper).

La aplicación de las BAT (mejores técnicas disponibles) para la mejora ambiental.

El impacto ambiental en el entorno más próximo.

VECTOR SOCIAL

La creación de puestos de trabajo, priorizando la contratación de trabajadores residentes en el entorno local más cercano y la estabilidad de la plantilla.

La formación, la promoción, el plan de carrera y la conciliación.

La participación de los grupos de interés, principalmente trabajadores y empresas proveedoras, en los procesos de mejora y de innovación y también en los temas de sostenibilidad de LFG.

La implicación con la comunidad local (comarca de Osona y, concretamente, el Voltreganès) a través de la Fundació La Farga.

El apoyo y dinamización económica de la comarca, mediante compras a proveedores locales.

La colaboración con universidades y con centros de investigación, para crear trabajo en red.

La proximidad, la atención y las mejoras del servicio al cliente.

VECTOR ECONÓMICO

El beneficio del accionista de LFG, no sólo económico sino también social.

La sostenibilidad económica de LFG y de cada una de sus empresas (viabilidad a largo plazo) y su capacidad de crecimiento en infraestructuras tanto en el ámbito nacional como en el internacional (proceso de internacionalización).

Las características de LFG como empresa familiar: implicación del accionista y protocolo de familia.

4 RESUMEN DE 2011

En Estados Unidos, actualmente, se encuentra en **fase de construcción la planta de SDI-La Farga para la venta de alambrón** de cobre procedente de material reciclado, cuya inversión total, compartida con el socio SDI, asciende a 27 millones de euros.

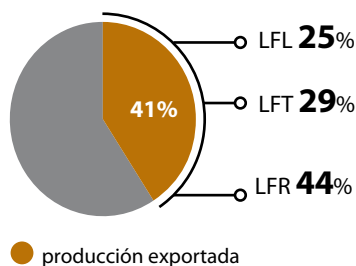


Productividad media de LFG:

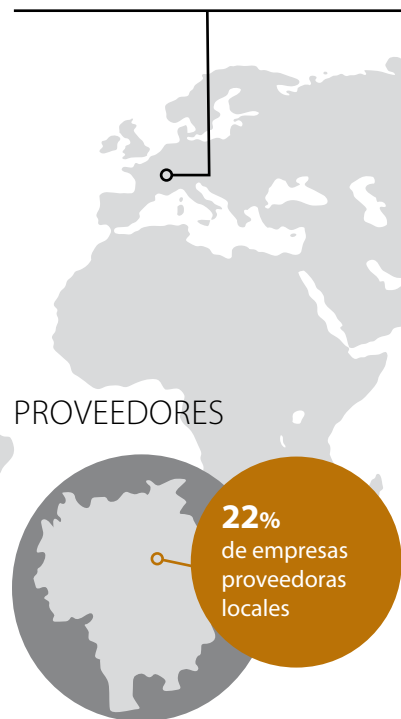
664 t/ **trabajador en plantilla**

Aleaciones de LFL de elevadas prestaciones mecánicas y de alta conductividad

Exportaciones:



La Farga Group ha mantenido el ritmo de crecimiento a pesar del entorno de crisis generalizada. LFL y LFR han progresado gracias a la **internacionalización del mercado y a la ampliación de la gama de productos**. LFT no ha incrementado sus ventas pero ha aumentado la cuota de mercado en España.



VECINOS, COMUNIDAD, ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Inversión en becas y ayudas para estudios:

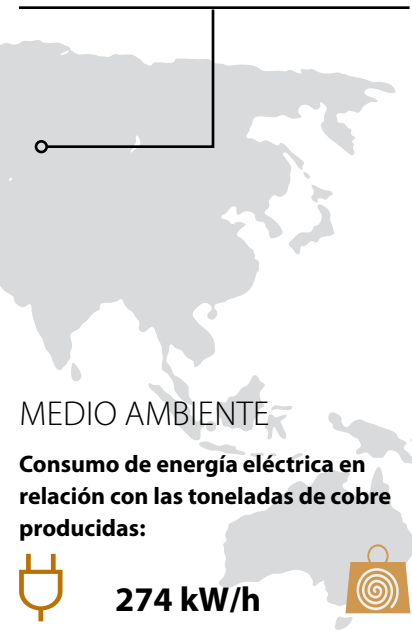
80.163 €

Número de visitas al Museo del Cobre:

4.924 personas



La Farga Group ha consolidado su posicionamiento en el mercado europeo y ha sido reconocida como **líder mundial en tecnología de reciclaje de cobre** para la elaboración directa de productos semielaborados del mundo. Esta consolidación se afianza en el conocimiento tecnológico, en la calidad y la experiencia.



Consumo de energía térmica en relación con las toneladas de cobre producidas:

1.037 kW/h

Consumo de agua en relación con las toneladas de cobre producidas:

0,97 m³

Emissiones de CO₂ en relación con las toneladas de cobre producidas:

326 kg

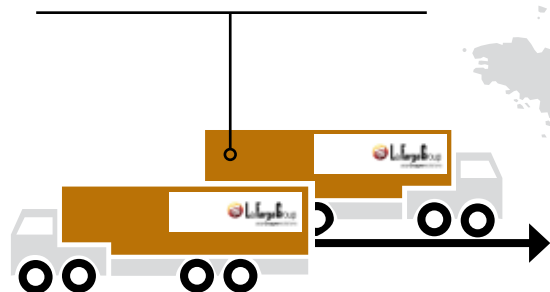
Porcentaje de materiales de embalaje recuperados al final de su vida útil:

48% de los palés de madera

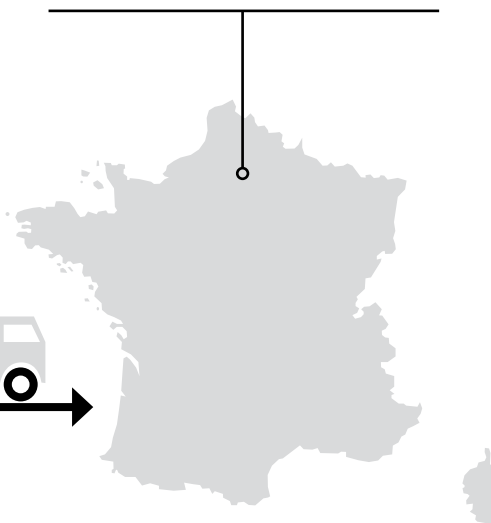
29% otros materiales



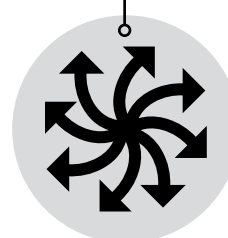
Cada una de las tres compañías LFL, LFT y LFR ha avanzado en la consolidación de clientes. El grupo ha pasado a ser considerado como el **proveedor global capaz de satisfacer todas las necesidades de cobre** de los clientes, ya que puede ofrecer una amplia gama de productos junto con un servicio de calidad.



La Farga Group ha dado un nuevo impulso a la expansión internacional del grupo, con su **entrada en el mercado francés** a través de La Farga Tub France.



Una año más, La Farga Group ha profundizado en la **diversificación de productos** para dar respuesta a las nuevas demandas de los clientes y ha entrado en nuevos mercados que amplían el ámbito operativo del grupo.



CLIENTES

Planes de mejora:



16 proyectos

Certificados de calidad de productos conseguidos: **1**



Inversión en I+D+I:



→ **41,8%** del beneficio neto consolidado

Nuevos clientes de:

LFL
19%

LFT
21%

LFR
16%



Índice de satisfacción de los clientes:

LFL
8,10

LFT
7,78

LFR
8,24

LFI
8,40

EQUIPO HUMANO

Plantilla media equivalente:

342 trabajadores



Plantilla con contrato indefinido **86%**



Procedentes de la comarca **79%**

Plantilla a jornada completa **96%**

Mujeres en plantilla **12%**

Grupos de edad con más representación en la plantilla:

26-35
30%

36-45
39%

Media de antigüedad: **10,3 años**

FAMILIA EMPRESARIA



67.817.631 €

Recursos propios



17.943.685 €

Endeudamiento



8.037.058 €

Inversión del ejercicio



1.081.756.870 €

Facturación



6.005.347 €

Resultado



12.821.334 €

Flujo de caja

Toneladas producidas:



209.096 t

5 LA FARGA GROUP DE UN VISTAZO

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



Marcas:





(Corporación Metalúrgica Catalana, SL)

Es un *holding* familiar que tiene por objetivo dirigir, gestionar y prestar servicios de asesoramiento al resto de sociedades del grupo, así como gestionar sus participaciones.



Gestión de la venta de tecnología que se realiza a través de la *joint venture* con la empresa italiana **Continuus Properzi**

Planificación y gestión de la expansión de **LFG**

Seguimiento de las empresas participadas de **LFG**



Es una entidad sin ánimo de lucro que tiene como misión la creación de valor y riqueza en su entorno más próximo, la comarca de Osona, trabajadores y sus hijos, y accionistas del grupo empresarial, promoviendo, ayudando, apoyando y participando en iniciativas sociales, culturales y de formación.



Becas



Colaboraciones,
donaciones y patrocinios

Es un museo que divulga de manera atractiva y amena tanto la historia de la empresa como el conocimiento del cobre y sus aplicaciones a lo largo de la historia. La Farga Group ofrece con este museo su punto de vista histórico, ambiental, económico e industrial.



Empresas participadas



5.1 ASPECTOS DESTACADOS DEL EJERCICIO 2011



LA FARGA LACAMBRA (LFL)

- Por primera vez en la historia de LFL hemos alcanzado la **cifra de ventas de 100.000 de toneladas de cobre**, a pesar de las condiciones económicas y de mercado. Esto supone un incremento del 8% respecto al ejercicio 2010, debido esencialmente a la internacionalización de nuestros mercados y al esfuerzo del trabajo en equipo. En el año 2011, la exportación ha sido del 25%.
- La **entrada en nuevos mercados** se ha hecho efectiva allí donde el transporte no supone una desventaja para nuestro producto. Destaca el **sector ferroviario en el mercado francés**, donde hemos firmado un contrato emblemático, de 4 años, para el suministro de la totalidad de productos de cobre a la red ferroviaria francesa.
- Gracias a los resultados de las inversiones realizadas en años anteriores, hemos profundizado en la **diversificación de productos**, para dar respuesta a las nuevas demandas de los clientes. Como novedades, destacan las aleaciones y los productos para el sector ferroviario, como los cobres estañados.
- **Seis años de inversiones en I+D+I** y las mejoras en tecnología nos han permitido aumentar la calidad del producto logrando que el comportamiento de nuestro cobre reciclado sea casi el mismo que el del cobre procedente de cátodo.
- La **ausencia de impagados**, los **buenos resultados económicos** y la **consolidación financiera** también han caracterizado el ejercicio del año 2011.

Miquel Garcia, director general LFL



LA FARGA TUB (LFT)

- El contexto económico mundial, europeo y nacional ha marcado la trayectoria de LFT, con una **reducción de las ventas y con ciertas dificultades en el cobro** por parte de los clientes. Por lo demás, hay que añadirle a este contexto el descenso de la actividad del sector de la construcción.
- La nueva situación de mercado ha conllevado una disminución de las ventas, pasando en LFT de 25 a 3 toneladas de promedio por pedido, puesto que el cliente compra considerando su capacidad de venta. Ante este panorama, nos hemos adaptado para **disponer en todo momento del producto que el cliente pide y actuar como su almacén**.
- A pesar de la caída de las ventas de cobre en España, hemos **incrementado nuestra cuota de mercado en el país**, situándose en el 47% con el tubo sanitario y alrededor del 55% con los tubos industriales. Junto con el incremento de las ventas en el exterior, que han sido del 25%, nos han permitido alcanzar un **nivel óptimo de facturación**.
- Las **inversiones** realizadas en 2011 y las previstas para el año 2012 ascienden a **2 millones de euros**. Estas inversiones se van a concretar principalmente a nivel industrial con la compra de nueva maquinaria para incrementar la producción y disminuir los costes.
- Hemos hecho un esfuerzo importante a nivel comercial, que ha dado lugar a **nuevos contratos para el año 2012**.

Jordi Magnet, director general LFT



LA FARGA ROD (LFR)

- Durante el año 2011 hemos **incrementado un 10% el índice de satisfacción del cliente**, pasando de una puntuación de 7,46 a 8,24. Los factores que explican esta mejoría son el incremento de la calidad del producto y la mejora del servicio. A nivel de servicio hemos establecido un indicador sobre el cumplimiento de la fecha de la demanda del cliente, que se ha situado en un 95%.
- En relación a nuestros competidores hemos pasado de ocupar el **6º lugar al 2º** en el ranking, siendo LFR la compañía que ha registrado una subida más significativa. El 2011 ha sido el año de la consolidación, consiguiendo estabilidad a nivel de calidad y eficiencia.
- Hemos conseguido incrementar los resultados económicos en un entorno bastante complejo, gracias al **aumento de las ventas** que han pasado de 88.000 t el 2010 a 90.000 t el 2011, y a una **mayor eficiencia** que ha pasado de un 75% a un 81%.
- Hemos **ampliado las instalaciones**, con una línea de diámetros grandes que nos ha permitido **aumentar la gama de productos**, pasando de 3 a 16 productos, y, en consecuencia, llegar a nuevos segmentos de mercado.
- Gracias al importante salto en el nivel de calidad y a las acciones comerciales realizadas hemos conseguido nuevos clientes, todos de fuera del país. En el ejercicio 2011 la exportación ha sido del 44%, dato que pone de manifiesto la **internacionalización de los clientes** de la compañía.

Carles Camprubí, director general LFR



LA FARGA INTEC (LFI)

- El 2011 ha sido el año de la **consolidación del traspaso de conocimiento** a la planta de China, Ganzhou Jiangwu La Farga high-speed **RailwayCopperMaterials**.
- Para la entrada en funcionamiento de SDI-LaFarga en el transcurso del 2012, hemos trabajado en el **diseño y construcción de la nueva factoría** tanto a nivel de maquinaria como de traspaso de conocimientos.
- Consideramos que la **entrada en Francia**, con la distribución de tubos de cobre a través de LFT France, ha sido uno de los principales logros del año.
- Hemos dotado de la tecnología que desarrollan conjuntamente LFL y Continuuus Properzi a tres nuevas plantas productivas en Italia, Brasil y China. Con éstas, suman ya un total de **30 plantas alrededor del mundo**.

Inka Guixà, directora general LFI

INTERNACIONALIZACIÓN: CHINA, ESTADOS UNIDOS Y FRANCIA



EN CHINA

Ganzhou Jiangwu La Farga high-speed Railway Copper Materials es una **planta técnicamente preparada y dotada de personal cualificado**, con capacidad para hacer frente al mercado chino.

Hoy trabajan en esta planta **41 personas**, todas ellas del país, pero está previsto que el número de empleados aumente cuando la planta funcione a pleno rendimiento.

Actualmente se está trabajando para conseguir la certificación del producto ferroviario.



EN ESTADOS UNIDOS

El pasado 2010, La Farga Group firmó una *joint venture* con la empresa Steel Dynamics, Inc. (SDI) para la creación de la empresa SDI-LaFarga, cuya actividad es la **venta de alambroón procedente de material reciclado**.

La Farga Group es el socio tecnológico y SDI el socio conocedor del mercado y proveedor de la materia prima. Las dos empresas hemos **invertido un total de 27 millones** de euros en la planta que se ubicará en Fort Wayne (Indiana) y creará 35 puestos de trabajo. La nueva fábrica tendrá un horno de refino de 250 t/día y una capacidad de línea de 30 t/hora, aplicando la tecnología patentada de LFG.

Actualmente la planta se encuentra en fase de construcción y está previsto que entre en funcionamiento durante el primer trimestre de 2012.



EN FRANCIA

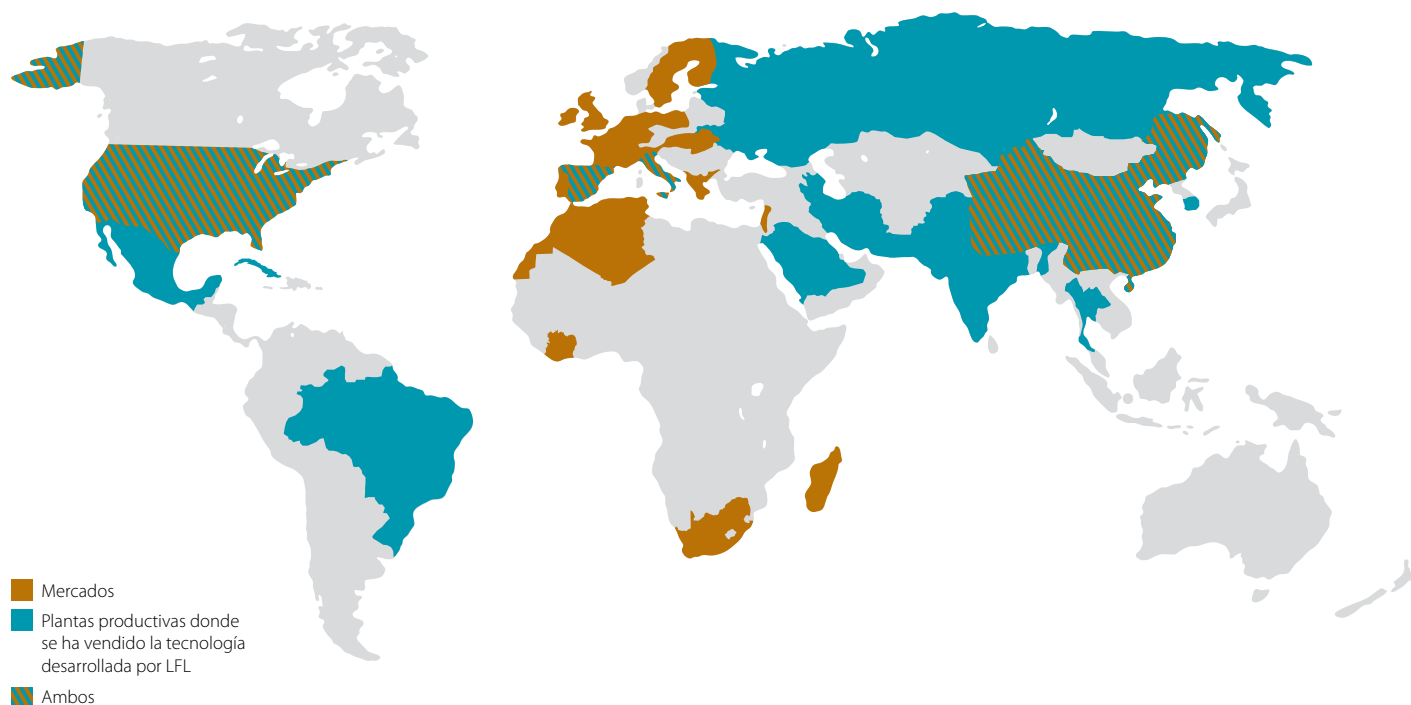
La Farga Group ha abierto en Francia un **nuevo centro de distribución de tubos de cobre**, con el nombre de **La Farga Tub France**. Esta empresa cuenta con una amplia red de distribución en todo el territorio galo.

También en Francia, hemos ampliado la capacidad del almacén de SAS Vicente Torns Distribution France, empresa participada por La Farga Group.

Para dar continuidad a nuestro proceso de expansión, estamos trabajando en nuevos proyectos internacionales en Rusia, Brasil y Europa, donde puede haber una posible consolidación de la compañía en los próximos años.



5.2 MERCADO INTERNACIONAL



5.3 PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES Y ORGANIZACIONES SECTORIALES Y DEL ENTORNO

LA FARGA GROUP
ES UNA EMPRESA ASOCIADA A



ES MIEMBRO ACTIVO DE



Cambra de Comerç
de Barcelona



Confederación Española
de Organizaciones Empresariales



Associació
Catalana
de l'Empresa
Familiar



ES MIEMBRO FUNDADOR DE



FORMA PARTE DEL PATRONATO DE



ES CONSEJERO DE



Cambra de Comerç
de Barcelona

Comité ejecutivo

EJERCE LA PRESIDENCIA DE



Comisi6n de Industria

EJERCE LA VICEPRESIDENCIA DE



CTC-004
COBRE CERTIFICADO
Garantía de Calidad



Centro Español de
Información del Cobre
Copper Alliance

COLABORA CON

UVIC

UNIVERSITAT
DE VIC



Universitat de Barcelona

RWTHAACHEN
UNIVERSITY



ACC10

Competitivitat per l'empresa

UAB

Universitat Autònoma de Barcelona



ascamm
centro tecnológico



EN EL ÁMBITO DE LA INNOVACIÓN, TRABAJA CON



Club de Innovación



ACC10

Competitivitat per l'empresa



Clúster MAV
Clúster de Materials Avançats de Catalunya

Club de
Innovación
Industrial

EN EL MERCADO CHINO



Cámara
OFICIAL DE COMERCIO DE ESPAÑA EN CHINA
中国总商会

6 NUESTRO ENFOQUE DE CREACIÓN DE VALOR

LA FARGA GROUP DEBE PERDURAR A LO LARGO DEL TIEMPO. PARA ELLO, NUESTRA GESTIÓN DEBE SER SOSTENIBLE, Y ESTA SOSTENIBILIDAD SE ENTIENDE EN EL ÁMBITO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL.

Durante el ejercicio 2011 hemos **replanteado la estrategia de responsabilidad corporativa de LFG para enfocarla en base a nuestros grupos de interés**. Los canales de comunicación utilizados que nos han permitido extraer información para desarrollar los principios de la nueva estrategia, según grupo de interés, son:

FAMILIA EMPRESARIA

Conversación de café, índice de satisfacción de los accionistas, índice de satisfacción del Consejo de Administración, cuestionario sobre la estrategia de responsabilidad corporativa y entrevistas personales.

EQUIPO HUMANO

Conversación de café, encuesta de clima, índice de satisfacción interno y entrevistas SER.

CLIENTES

Entrevistas personales, índice de satisfacción del cliente e índice de satisfacción de la venta de tecnología.

PROVEEDORES

Conversación de café, índice de satisfacción del proveedor e índice de valoración del servicio.

COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE

Conversación de café.

PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA NUEVA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA DE LFG

IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

DETERMINACIÓN DE LOS COMPROMISOS POR GRUPO DE INTERÉS

ESTABLECIMIENTO DE ACCIONES POR COMPROMISO EN BASE A LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

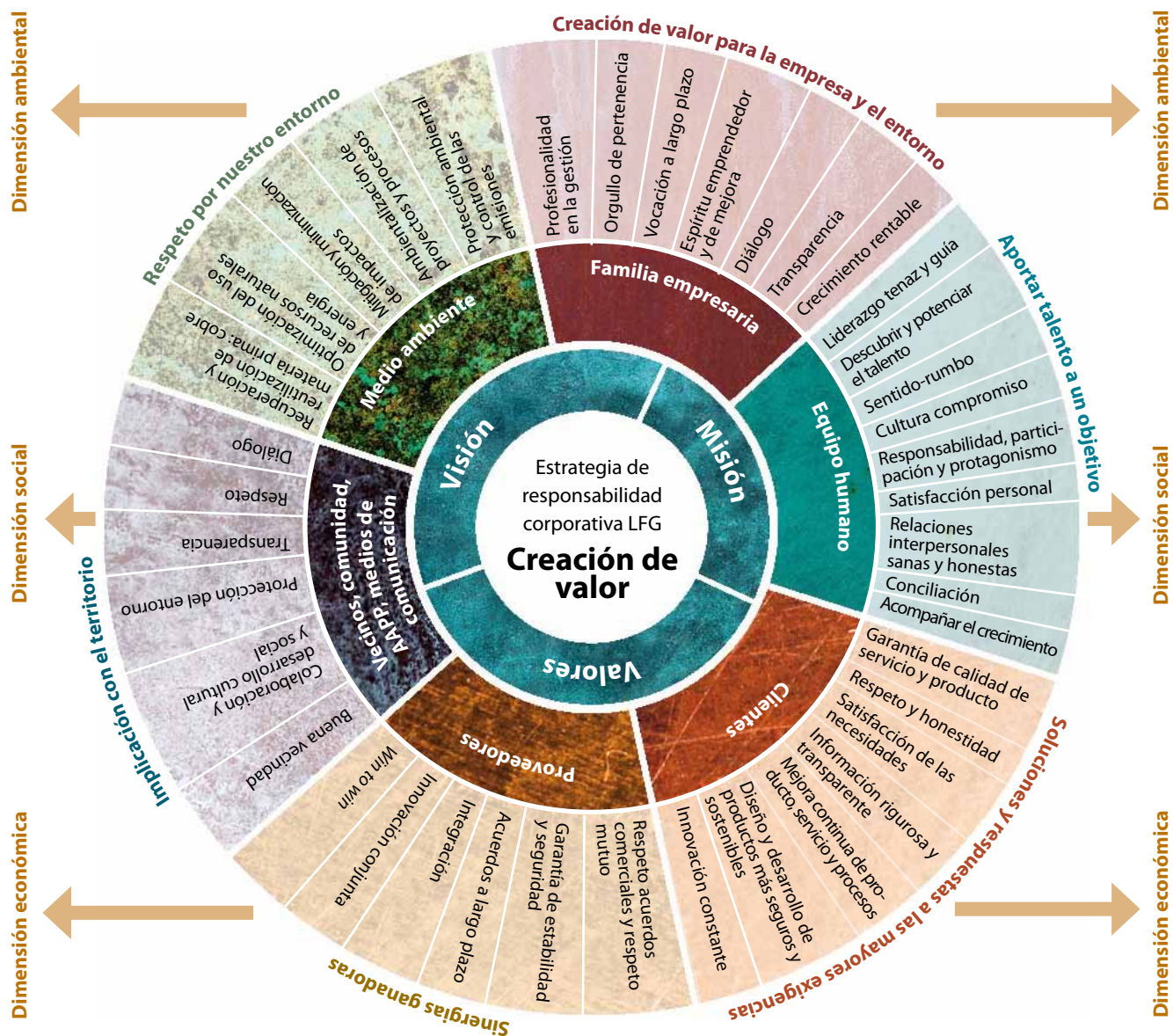
ELABORACIÓN DE LA POLÍTICA DE GESTIÓN POR ÁMBITO

MODELO DE GESTIÓN GLOBAL

CREACIÓN DE VALOR

El nuevo planteamiento tiene por objetivo **dar respuesta a las necesidades** de cada uno de los grupos de interés, con la **finalidad última de crear valor**. Los aspectos sociales, ambientales y económicos junto con la honestidad y la transparencia se encuentran integrados de manera transversal en todo el grupo. **Armonizar los objetivos de negocio con los objetivos sociales y ambientales** para crear valor constituye la raíz de nuestra estrategia corporativa. La creación de valor también pretende la perdurabilidad de la compañía y su estabilidad a largo plazo.

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA



La Política de Responsabilidad Corporativa es directamente **aplicable en LFG y en todas las compañías en las que tenemos capacidad de control**. En el resto de empresas participadas impulsamos a través de los respectivos órganos de administración la **adopción de medidas alineadas con esta política**.

Para el seguimiento de la estrategia de responsabilidad corporativa disponemos de una comisión formada por la

Dirección de Desarrollo Corporativo, la responsable de comunicación del grupo y un asesor externo.

PACTO MUNDIAL

Desde el año 2006, somos miembros del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas** (Global Compact).

6.1 MISIÓN, VISIÓN, 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.

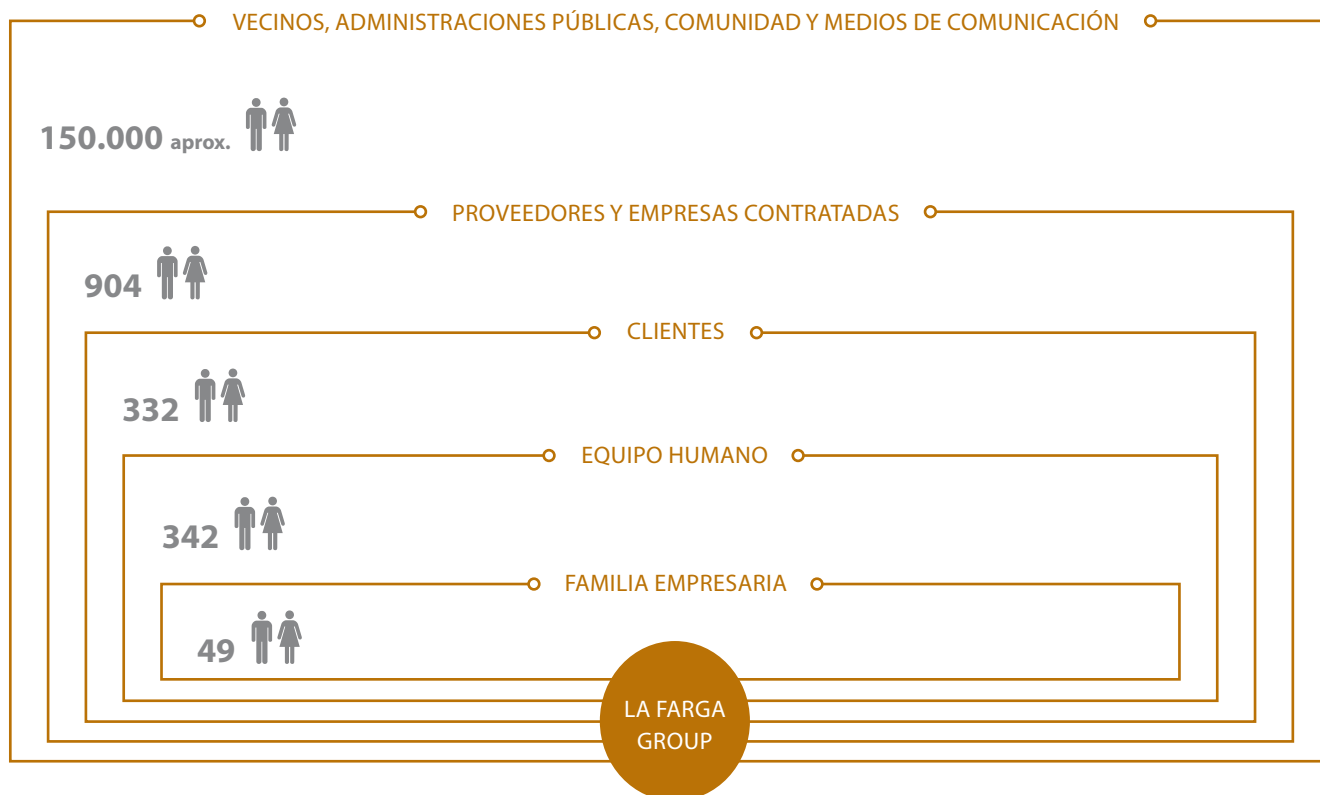
VALORES

- **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** para trabajar en equipo y conseguir un objetivo común.

6.2 RELACIÓN CERCANA CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

La estrategia de responsabilidad corporativa de LFG está orientada a cada uno de los grupos de interés que tenemos identificados. En el gráfico que se muestra a continuación hemos cuantificado la población de cada grupo; en el caso del grupo

de interés de vecinos, administraciones públicas, comunidad y medios de comunicación el dato es aproximado, tomando como referencia la población de la comarca de Osona en 2011.



7 Familia empresaria

CREACIÓN DE VALOR PARA LA EMPRESA Y EL ENTORNO

Más allá de los objetivos económicos, la familia empresaria busca la creación de valor para la empresa y su entorno a través de una gestión profesional y de una vocación a largo plazo.



22%

de aumento de la facturación



Nueva Política de Responsabilidad Corporativa



9

canales de comunicación con la familia empresaria



LA VOLUNTAD DE LA
FAMILIA EMPRESARIA DE
LA FARGA GROUP ES QUE
LA COMPAÑÍA CUENTE
CON UNA ESTRUCTURA
OPERATIVA SÓLIDA, EFICIENTE
Y TRANSPARENTE



Esta estructura debe permitir competir de forma efectiva y ser al mismo tiempo capaz de cuidar su patrimonio y de **contribuir con la creación de valor**, afianzando el crecimiento de las empresas del Grupo siempre a partir de la adecuada acción de los órganos de gobierno. Este enfoque **integra de forma transversal la sostenibilidad** en su triple dimensión: social, ambiental y económica.

La estrategia de responsabilidad corporativa de La Farga Group parte de la creación de valor para cada uno de nuestros grupos de interés:

- **Creación de valor**, para la empresa y el entorno y para la familia empresaria.
- **Aportar talento a un objetivo**, para el equipo humano.
- **Soluciones y respuestas a las mayores exigencias**, para los clientes.
- **Sinergias ganadoras**, para los proveedores.
- **Implicación con el territorio**, para los vecinos, administraciones públicas, comunidad y medios de comunicación.
- **Respeto por nuestro entorno**, para el medio ambiente.

Ver el modelo de nuestra estrategia de creación de valor en la página 25.

En 2011 hemos dado importantes pasos a nivel de gobierno y en estructura de gestión, para dar respuesta a las prioridades estratégicas de nuestra compañía:

- **Mayor racionalización** de los recursos disponibles, para mejorar la gestión, reducir los costes, conocer mejor los mercados a los que queremos llegar y potenciar los productos.
- **Más eficiencia en la gestión interna**, trabajando la sostenibilidad, para conseguir los mismos resultados con menos recursos; por ejemplo, incrementar la eficiencia energética.

7.1 PRÁCTICAS DE BUEN GOBIERNO

La Farga Group es una empresa de propiedad familiar, que tiene implantada una **estructura formal de gobierno corporativo y de familia que equilibra los poderes y, a su vez, divide las funciones** entre la familia empresaria y los órganos de gestión.

Los órganos de gobierno de la compañía están constituidos por la Junta General de Accionistas, los consejos administrativos y las direcciones generales. El Consejo Administrativo cuenta con tres consejeros externos y entre sus miembros hay un **22% de representación femenina**. Los departamentos de gestión complementan la estructura de gobierno del grupo.

En relación a la gestión económica, los máximos órganos de gobierno de La Farga Group son los responsables de aprobar el presupuesto anual y de hacer su seguimiento para detectar y evaluar posibles desviaciones. A raíz de la expansión de la compañía, cabe destacar las **nuevas tareas de la dirección financiera para dar apoyo a los proyectos de internacionalización**, principalmente al poner en marcha la vertiente económica de las nuevas empresas participadas.

La Farga Group es una **empresa familiar sujeta a un protocolo** que, en base a la ética, la transparencia y la responsabilidad como ejes de buen gobierno, garantiza la **gestión profesionalizada y la sucesión en la empresa**.

EMPRESA FAMILIAR, UNA FORTALEZA

El hecho de que La Farga Group sea **una empresa familiar representa claramente una fortaleza en un contexto económico como el actual**, dado que la confianza de los clientes se sustenta en la solvencia de los proyectos, en la estabilidad de las empresas y en la consideración de otros aspectos que afectan a su gestión, como los principios éticos, sociales y medioambientales.

La empresa familiar tiene por lo general una **estrategia a largo plazo de permanencia y perdurabilidad**, de modo que sus planteamientos estratégicos difieren a menudo de los estipulados en otro tipo de empresas. La visión de La Farga Group está **enfocada a la sostenibilidad de la compañía y no únicamente a los resultados inmediatos**. Los esfuerzos que realizamos para armonizar los objetivos de negocio con los sociales y ambientales forman parte de nuestra estrategia corporativa.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE LOS ACCIONISTAS Y DEL CONSEJO ADMINISTRATIVO DE LFG

Evaluamos el grado de satisfacción, las opiniones y sugerencias de los accionistas y de los miembros del Consejo Administrativo de LFG. La próxima evaluación se llevará a cabo en 2012.



7.1.1 ÓRGANOS DE GOBIERNO

ASAMBLEA FAMILIAR

Ana Fisas, Adelaida Fisas, Amadeu Fisas, Anna Guixà, Carles Guixà, Cris 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.

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

Ana Fisas (presidenta), Isa Fisas (secretaria), Ferran Fisas (responsable de comunicación), Fernando Sánchez Mora (asesor externo), Amadeu Fisas, Carles Guixà, Cris 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

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.

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Adelaida Fisas, Amadeu Fisas, Ana Fisas, Anna Guixà, Carles Guixà, Cris 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

Vicenç Fisas (presidente), Oriol Guixà (vicepresidente y consejero delegado), Ana Fisas (consejera de honor), Amadeu Fisas, Antoni Crous, Francesc Homs, Inka Guixà, Miquel Camps y Papik Fisas (consejeros) e Ignasi Castejón (secretario no consejero).

ÁREAS CORPORATIVAS

Dirección Financiera (Marco Bandettini), **Dirección de Calidad, Seguridad y Medio Ambiente** (Xavier Rovira), **Dirección de** (Dani Pérez), **Dirección de Desarrollo Corporativo** (Carme Sáez) **Dirección de Compras** (Enric Grau), **Dirección de I+D+I** (Núria Ferrer), **Dirección de Logística** (Gil Coll).



PATRONATO

Patrones fundadores: Vicenç Fisas y Oriol Guixà.

Patrones: Adelaida Fisas, Anna Guixà y Edgar Guixà.

COMPOSICIÓN

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.



CONSEJO ADMINISTRATIVO

Vicenç Fisas (Presidente), Oriol Guixà (consejero delegado), Amadeu Fisas (consejero) e Ignasi Castejón (secretario no consejero).



CONSEJO ADMINISTRATIVO

Vicenç Fisas (Presidente), Oriol Guixà (consejero delegado), Miquel Camps (consejero) e Ignasi Castejón (secretario no consejero).



CONSEJO ADMINISTRATIVO

Antoni Crous (Presidente), Oriol Guixà (consejero delegado), Inka Guixà (consejera) e Ignasi Castejón (secretario no consejero).



ADMINISTRADOR ÚNICO

Oriol Guixà (administrador).



ADMINISTRADOR ÚNICO

Oriol Guixà (administrador).

7.1.2 COMITÉS DE GESTIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA

COMITÉ EJECUTIVO DEL GRUPO INDUSTRIAL

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

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, directora general LFI y todos los directores departamentales de LFL, LFT y LFR.

Funciones: trasladar las decisiones estratégicas a los directores corporativos 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 incumplimientos o vulneraciones de las conductas recogidas en el mismo. El Comité de Ética dispone de una dirección de correo electrónico específica para vehicular consultas, demandas o sugerencias.

COMITÉ DE COMUNICACIÓN

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 Personas y Organización.

Funciones: decidir la estrategia de comunicación tanto interna como externa que ha de seguir la empresa.

COMITÉ DE SEGURIDAD Y SALUD

Composición: delegados de prevención (representantes y trabajadores) y representantes de empresa.

Funciones: participar en la elaboración y puesta en práctica y evaluación de planes y programas de prevención de riesgos en la empresa; y promover iniciativas sobre métodos y procedimientos para la prevención efectiva de los riesgos proponiendo a la empresa la mejora de condiciones o la corrección de deficiencias existentes. El Comité de Seguridad y Salud 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 y materiales, más allá de la ampliación de gama; determinar las pautas de innovación y los recursos disponibles en I+D+I; recoger las sugerencias, tanto de producto como de proceso, de empleados de clientes y de proveedores, y hacer el seguimiento de los proyectos. El Comité de Innovación para el Desarrollo 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 nuevos, y los nuevos requerimientos de los clientes habituales, ya sean de servicio o de calidad. Gestionar, coordinar y controlar el seguimiento de nuevos clientes.

COMITÉ DE INNOVACIÓN PARA OPERACIONES (CIO)

Composición: miembros de las respectivas áreas de calidad, ingeniería, operaciones y mantenimiento.

Funciones: trasladar los proyectos de innovación a la fase de ejecución (calidad, ingeniería y operaciones). Cada empresa realiza su propio seguimiento independientemente de este comité que, a su vez, se puede integrar en otros comités ejecutivos.

COMITÉ DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN (CIR)

Composición: consejero delegado, director general de LFL, director general de LFT, director general de LFR, directora general de LFI, directora de Desarrollo Corporativo, gestora de la investigación, directora de I+D+I, técnico de I+D+I, investigadores y dos doctores: de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), y de la Universidad de Barcelona (UB).

Funciones: presentar cada tres meses las investigaciones que llevan a cabo los investigadores y hacer el seguimiento de los objetivos.

COMITÉ ESTRATÉGICO PARA LA INVESTIGACIÓN Y LA INNOVACIÓN (CEPRI)

Funciones: Asignar recursos económicos y humanos a los proyectos, desde la perspectiva de su realización. Marcar prioridades.

7.2 CAPACIDAD DE REACCIÓN ANTE EL CONTEXTO ECONÓMICO ACTUAL

El año 2011 ha transcurrido en un entorno difícil desde un punto de vista económico y financiero. En un contexto de incertidumbre generalizada, **La Farga Group ha obtenido los recursos necesarios para poder mantener un crecimiento sólido y sostenido.**

COYUNTURA ECONÓMICA GLOBAL, NACIONAL E INTERNACIONAL

El ejercicio 2011 pone de manifiesto las complicaciones surgidas en las economías avanzadas. En las emergentes, por el contrario, la actividad se ha desacelerado levemente. Es posible que esta tónica se extienda todavía al próximo año.

La **pérdida de impulso de las economías desarrolladas en 2011** estaba prevista en parte debido a la naturaleza de la crisis económica y financiera de 2008-2009 y a las políticas aplicadas para superarla.

Por un lado, la recesión originada en buena medida por un **exceso de deuda** acostumbra a dar lugar a una salida de la misma lenta y débil. Por otro, la retirada de las **contundentes políticas** fiscales, monetarias y financieras empleadas para hacer frente a la recesión van en detrimento del crecimiento posterior.

En el **último trimestre** de 2011, la economía española registró una **caída del PIB de un 0,3%**, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

PERSPECTIVAS 2012

El año 2012 se inicia en un **ambiente de incertidumbre general** sobre la continuidad del crecimiento de la economía mundial. Mientras Estados Unidos muestra un perfil expansivo relativamente sólido, la zona euro apunta a un elevado riesgo de recesión y a que los países emergentes registren una pérdida gradual de impulso. La crisis de la deuda soberana de la zona euro es señalada como fuente de tensiones y de generación de desconfianza.

Las previsiones de crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) español para 2012 van a la baja y, de media, **se espera un retroceso del 1,7%** para el conjunto del año, según la previsión del Gobierno y de la Comisión Europea. En gran medida, la magnitud y la duración del retroceso del PIB vendrán determinados por tres factores: la resolución de la crisis de deuda soberana, la envergadura y la forma del ajuste del déficit fiscal español y la evolución del precio del petróleo.



COYUNTURA DEL METAL

MERCADO DEL COBRE

En los últimos años, **China** ha pasado a ser el principal consumidor de cobre -compra el 40% del cobre en el mercado mundial-. Por otro lado, el cobre ha derivado en **instrumento financiero** vinculado al crecimiento económico, ya que, hoy por hoy, el futuro tecnológico depende de este metal. Este factor introduce **volatilidad en el sistema**, por ser el cobre un valor atractivo para los inversores; implica, además, que la demanda aumente y también su precio.

Durante el **primer semestre de 2011 el precio del cobre fue alto**, y, por lo tanto, el valor añadido de la compra también fue alto. En el **segundo trimestre el precio descendió en un 25%** hasta llegar a 8.400\$/t debido a la coyuntura económica y financiera ante la previsión de desaceleración de la economía global que mantiene a las naciones más desarrolladas estancadas en los problemas de la deuda soberana. Después de un repunte en el tercer trimestre, el precio sufre una importante bajada y en el **cuarto trimestre se estabiliza** hasta situarse en 7.372\$/t a finales de Diciembre.

El ejercicio 2011 ha finalizado con un **precio promedio del cobre de 8.810,89\$/t**, un 11% superior sobre el promedio registrado el año anterior.

Los principales factores que explican el aumento del precio del cobre son:

- La utilización del cobre como **instrumento de inversión financiera**.
- **Tensiones en el suministro de cobre a nivel mundial**, debidas al incremento de la demanda y a factores externos como catástrofes naturales o huelgas.
- **El consumo de cobre por parte de la industria se ha incrementado** de tal manera que, tan sólo en China, por ejemplo, la demanda de cobre pasó de 400.000 toneladas a 2 millones de toneladas, entre 2002 y 2011. Según información del International Copper Study Group, el país asiático ha satisfecho la demanda de la industria mundial ya que pocos países han invertido, como China, en la tecnología necesaria para la refinación de cobre; en años recientes ha aumentado su capacidad para refinar y fabricar 13 millones de toneladas de productos terminados de cobre por año.
- **Importantes industrias**, como la del automóvil, **dependen del cobre para su desarrollo**. Según los fabricantes, el uso de cobre por vehículo va a crecer de 35 a 65 kilogramos, por las innovaciones tecnológicas introducidas.

COTIZACIÓN DEL COBRE DURANTE EL EJERCICIO 2011 (\$/T)



DEMANDA DE COBRE

En 2011 se evidenció una desaceleración de la demanda global de cobre refinado, en comparación con el 2010, sin embargo, creció más de lo esperado. En el tercer trimestre la caída de la demanda en la Unión Europea fue casi del 9% respecto al año anterior, y en Estados Unidos del 5%. En Japón, como consecuencia del terremoto, la caída fue del 12%. Con omisión de estas tres regiones, la demanda de cobre creció, en general, un 5%.

La previsión para 2012 se estima levemente al alza, incluso puede por primera vez sobrepasar la barrera de los 20 millones de toneladas. China, a pesar de la caída en su ritmo de crecimiento, está reponiendo los inventarios mermados y mantiene las expectativas de alta demanda de cobre para sus numerosos proyectos en infraestructuras.

OFERTA DE COBRE

El aumento de la demanda mundial de cobre, en el año 2011, superó al crecimiento de la producción, y se originó un **déficit de producción de alrededor de 200.000 toneladas de cobre refinado**.

Para el 2012, las proyecciones de datos pronostican un **déficit aproximado de 250.000 toneladas**, dado que el aumento de la demanda seguirá siendo superior al incremento en el suministro. Aparte, una reducción en inventarios en la bolsa de metales viene a reforzar la percepción de que el precio cuenta con un soporte en fundamentos de mercado.

PERSPECTIVAS DE PRECIOS

A pesar del clima de incertidumbre, las previsiones de cotización del precio del cobre indican que los precios se mantendrán altos, y, por lo tanto, se va a necesitar más financiación en un contexto de falta de crédito y liquidez.

El contexto se verá influido por los estímulos que desarrolle China y también por la existencia de un conjunto de riesgos latentes cuya evolución podría afectar la percepción de riesgo y el precio del cobre. Entre los **potenciales riesgos** se encuentran:

- El **grado de contagio de la crisis de la Eurozona** a las economías de Estados Unidos y de China.
- La **fuerza de recuperación de la economía norteamericana**.
- El **grado de desaceleración de la economía de China** y las medidas para afrontar dicho fenómeno.



7.3 GESTIÓN ECONÓMICA PARA UN CRECIMIENTO SÓLIDO Y SOSTENIDO

(en €)	LFL			LFT		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Ingresos	278.981.296	417.483.757	560.417.101	73.668.316	102.524.810	111.018.489
Costes operativos	261.185.357	399.091.757	539.287.967	67.725.219	96.772.443	102.238.603
Salarios y beneficios sociales	7.204.126	7.360.208	8.618.911	3.381.430	3.577.260	3.756.605
Pagos a proveedores de fondos	1.662.365	2.700.344	3.808.178	293.762	336.176	497.203
Pagos al gobierno directos	3.008.484	2.999.321	3.973.784	1.369.288	1.452.434	1.573.851
Pago impuestos CMC	6.605.355	3.577.064	6.000.238	8.514.059	12.186.324	13.553.064
Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	318.257	153.389	217.463	3.907	96.875	13.727
Facturación	257.550.462	425.778.786	555.973.806	70.462.130	101.516.692	110.431.938
Beneficio neto	5.241.639	5.112.826	6.071.828	500.583	270.884	102.725
Flujo de caja	8.189.111	8.316.864	9.812.921	2.298.202	1.937.804	1.880.318
% de exportación	17%	19%	25%	14%	22%	29%
Gastos	271.344.480	409.705.419	551.647.971	72.904.269	102.012.114	110.462.256
Inversión total	3.218.784	3.480.694	5.230.934	1.324.437	2.306.558	2.456.555
Impuesto de beneficios a pagar	1.914.298	1.985.284	1.624.578	-28.015	-93.517	-34.891
Activos totales	87.192.148	88.099.185	94.142.566	31.850.748	35.218.518	29.847.508
Recursos propios	35.151.825	38.047.177	40.195.303	16.414.390	16.234.750	16.337.475
ROE	15%	13%	15%	3%	2%	1%

COMPRAS LFG

	2009	2010	2011
% de compras realizadas en el territorio nacional (materias primas, servicios y activos fijos) / total de compras	56%	69%	67%

SANCIONES IMPUESTAS (€)

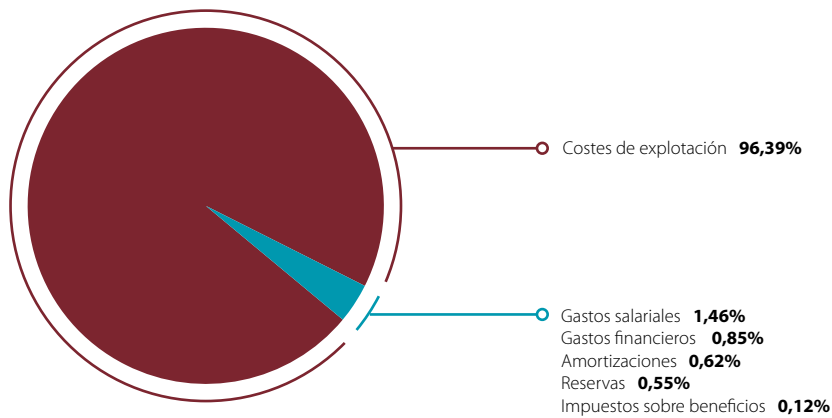
	LFL	LFT	LFR	LFI	LFG
Aduanas e importaciones	150	188	345	0	0
Seguridad Social	0	0	0	112	0
Impuesto de sociedades	0	0	0	0	0
IRPF	0	0	0	0	0

FUNDACIÓ LA FARGA (€)

Ingresos	Intereses	1.990,67
	Museo (entradas, venta productos)	11.094,16
	Donaciones	260.000,00
Gastos	Ayudas	191.992,00
	Servicios Exteriores	10.146,71
	Personal	27.814,58

LFR			LFI			(en €)
2009	2010	2011	2009	2010	2011	
276.856.454	516.658.546	605.833.084	955.283	1.484.383	1.118.639	Ingresos
273.661.901	513.681.467	601.593.426	154.700	65.046	127.359	Costes operativos
973.103	1.066.044	1.346.381	98.733	158.261	274.869	Salarios y beneficios sociales
2.526.091	3.139.417	4.425.637	83.872	78.853	103.925	Pagos a proveedores de fondos
415.817	441.556	564.884	44.038	44.038	91.433	Pagos al gobierno directos
153.351	995.693	1.275.687	72.335	72.335	102.897	Pago impuestos CMC
17.086	52.978	0	0	0	0	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos
276.626.592	516.436.399	604.518.590	955.283	1.484.383	1.118.639	Facturación
599.721	243.477	707.799	68.852	539.040	57.353	Beneficio neto
1.379.397	1.135.495	1.696.554	572.120	1.042.532	564.346	Flujo de caja
32%	41%	44%	100%	100%	100%	% de exportación
275.414.681	515.646.238	603.927.879	756.701	726.800	909.222	Gastos
542.104	1.179.306	311.440	2.134	813	38.129	Inversión total
86.152	39.015	259.005	45.862	139.693	48.140	Impuesto de beneficios a pagar
41.984.710	38.635.480	35.527.591	4.951.838	5.154.664	4.541.170	Activos totales
17.346.944	17.680.152	18.367.953	1.333.651	1.872.691	1.144.622	Recursos propios
3%	1%	4%	5%	29%	5%	ROE

ESTADO DEL VALOR AÑADIDO



7.4 CAPACIDAD DE PREVISIÓN

PERSPECTIVAS DE FUTURO

LFL:

- Para el 2012, se va a **incrementar el presupuesto en un 20% respecto del 2011**, gracias a los esfuerzos y a las inversiones realizadas en ejercicios anteriores.
- El objetivo es **ganar cuota de mercado y fortalecer el buen posicionamiento**, la percepción y la confianza que los clientes depositan en la compañía.

LFR:

- Para **hacer frente a las perspectivas adversas** (falta de crédito, encarecimiento de los combustibles y de la materia prima) la alternativa pasa por **incrementar la eficiencia**.
- El objetivo para el 2012 es un **ligero crecimiento de las ventas**.

LFT:

- En 2011, un 25% de las ventas se han realizado fuera de España. De cara al 2012 el objetivo es pasar al **40% de ventas al exterior**.
- Otro objetivo es **diversificar el mercado** a nivel geográfico y **conseguir las certificaciones** correspondientes para poder vender en el norte de Europa.
- Una posible amenaza que puede influir en la actividad de la empresa es la aprobación de la **nueva legislación que permita el uso de tubos de plástico en las instalaciones de gas**.

Tendencias de mayor alcance para LFG:

- La internacionalización a partir de la **búsqueda de nuevos proyectos** en países extranjeros permitiría el crecimiento de LFG, ya que a nivel local el crecimiento está limitado.

- La **participación a través de diferentes asociaciones y organismos del sector en prácticas de lobbying en la Unión Europea**, con el objetivo de limitar la venta de materias primas a China. Este aspecto afecta directamente a la estrategia del grupo.
- La **situación general del euro**.
- La **financiación de las ventas**. Las condiciones de financiación que se ofrecen a los clientes en países como Alemania son mejores que las ofrecidas en España, por lo tanto existe un riesgo que nuestros competidores puedan ofrecer condiciones de financiación de las ventas a nuestros clientes más competitivas. En este contexto, la negociación es clave.
- El **establecimiento de la cuota de CO₂** y el déficit tarifario español (energías renovables).



7.5 INFORMACIÓN FIABLE PARA UNA MAYOR EFICIENCIA

Con el fin de conseguir una mayor eficiencia en nuestra gestión, en La Farga Group trabajamos para disponer y ofrecer a nuestros grupos de interés **información organizacional fiable, veraz y contrastada**, relacionada tanto con el progreso social, ambiental y económico del grupo como con aquellos aspectos contextuales y de mercado que pueden afectar nuestra actividad.

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

Conscientes de la importancia que tiene ofrecer a la familia empresaria información, íntegra y actualizada, sobre la evolución de la compañía, publicamos anualmente el *Informe de sostenibilidad* en donde se presenta una **amplia visión del progreso de la compañía a lo largo del año desde el punto de vista de la sostenibilidad**, incorporando además información económica detallada. La elaboración del informe es un ejercicio de transparencia y, por ello, contribuye a mejorar la reputación del grupo.



Para mí, como miembro de la Familia Propietaria de esta empresa, recibir la Memoria Anual es siempre un acontecimiento celebrado con emociones diversas que creo poder resumir en cuatro palabras:

Pertenencia

Uno es muy consciente de que La Memoria Anual nos pertenece a todos: a los clientes, a los proveedores, a los colaboradores, a los trabajadores y a los socios de nuestra empresa. Nos pertenece, porque habla de todos nosotros que somos, en definitiva, los autores de los éxitos y fracasos que aquí se presentan. La empresa la hemos formado entre todos, con nuestro esfuerzo común, poniendo cada uno un trozo del éxito que se refleja en este resumen de todo lo que ha acontecido durante este último año.

Ilusión

Cada año, como en todas las empresas, celebramos nuestra Junta General, y en ella se nos muestran los resultados que aquí se detallan, pero también los objetivos marcados para el siguiente ejercicio. Comprobar que, año tras año, estos objetivos son cada vez más ambiciosos, más atrevidos y más exigentes es ilusionante -he de confesar que la palabra "ilusionante" capitaliza, más que ninguna otra, la emoción que provoca cada Junta General-. Y lo es porque somos plenamente conscientes del esfuerzo que significa superarse año tras año, trimestre a trimestre, día a día. Es un reto audaz, sobre todo cuando comprobamos que, desafortunadamente, no es lo corriente en las circunstancias que viven nuestra economía y nuestro mercado más cercano.

Orgullo

Acreditar que una vez más, día a día, trimestre a trimestre, año tras año, se alcanzan los objetivos generales, aparte de provocar sentimiento de orgullo, es, en definitiva, el motor que nos permite aspirar a superar una vez más los objetivos marcados. El éxito, creo yo, consiste en estar satisfecho con lo que uno hace y consigue por sí mismo. Así nace ese orgullo, orgullo de la empresa y, por lo tanto, de todos nosotros: clientes, proveedores, colaboradores, trabajadores y socios.

Responsabilidad

El precio del liderazgo es la responsabilidad. Sí, porque ser líder significa guiar. Y hay que guiar a unos y a otros a buen puerto. Esta responsabilidad, frecuentemente, pesa. Porque somos conscientes de que son muchos los que siguen con nosotros ese camino hacia el mismo destino, hacia el mismo objetivo.

Recibir la Memoria Anual induce, pues, a un suspiro. El suspiro que te da saber del trabajo bien hecho y llevado a cabo con Responsabilidad, Orgullo, Ilusión y Sentimiento de Pertenencia. Y al cerrarla, al cerrar la Memoria, llega otro suspiro con idénticas emociones pero con distinto significado, porque ya piensa uno en la Memoria del siguiente año: más ambiciosa, más innovadora, más audaz, más exitosa y con idéntica Responsabilidad, Orgullo, Ilusión y Sentimiento de Pertenencia. Y al hacerlo miras a tus propios hijos.

Ferran Fisas Armengol
Miembro de la familia empresaria



SISTEMA DE VIGILANCIA DEL MERCADO (MARKETING INFORMATION SYSTEM)

Mensualmente publicamos un **boletín digital interno** con información relativa a la competencia, los mercados según sector, los clientes según sector, el cobre, la materia prima y la logística. Va dirigido a directivos, comerciales, jefes de compra, aparte de cualquier otra persona interesada en el tema, y también se envía a todos los miembros de la familia empresaria.

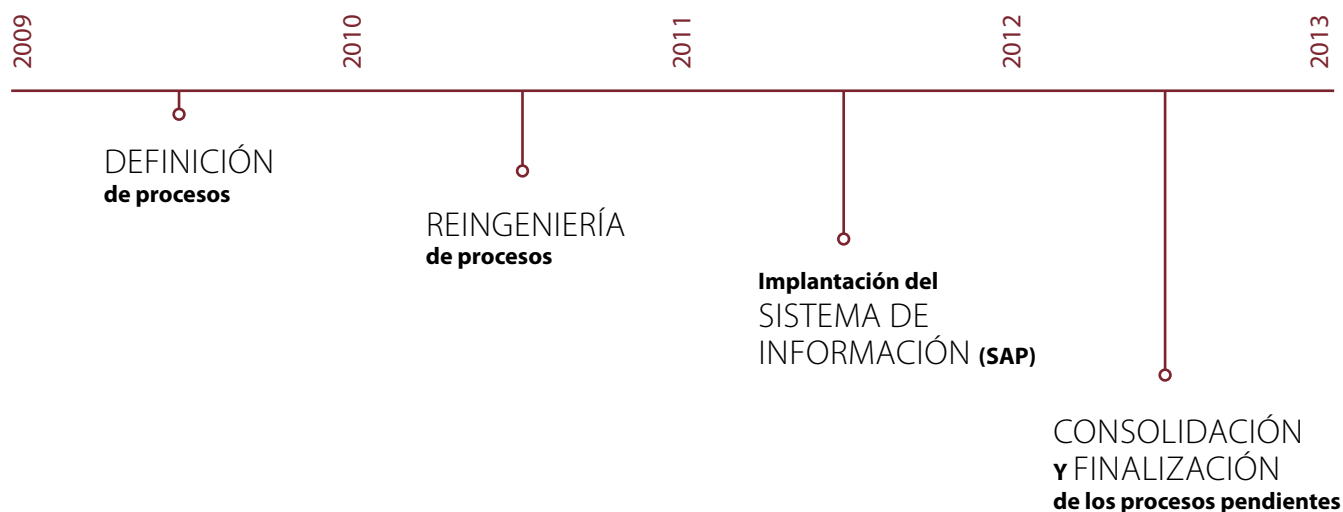
PLAN DE MEJORA DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Durante el ejercicio 2011 hemos continuado el desarrollo del **plan de mejora de los sistemas de información** que tiene por objetivo optimizar los equipos (*hardware*) y los sistemas de gestión (*software*). A lo largo del año, hemos definido los procesos con el máximo nivel de detalle (qué es lo que hacemos y cómo) para introducirlos en el Sistema de Información (SAP) que se va a implantar en 2012.

La definición de los procesos comporta una **mejora en la eficiencia a nivel de costes, calidad, servicio y flexibilidad**, y una estructuración de las tareas de cada persona que permite avanzar en la cultura de los procesos y del orden. Se trata de procesos a nivel operativo de las tareas de oficina, es decir, los procesos transversales y más relevantes para el funcionamiento del grupo, aquellos que son básicos, del núcleo. Esto ha afectado aproximadamente a **50 empleados de oficinas** y de algunas áreas corporativas; posteriormente, se va a ampliar a otros procesos y a otras áreas, como por ejemplo el Departamento de Personas y Organización.



Uno de los objetivos del SAP es que el Hedge funcione integrado. Ante las variaciones en el precio del cobre, el Hedge permite que no haya distorsionantes ni riesgos en función de lo que se factura o vende de cobre al cliente y su precio en la bolsa.



OBJETIVOS FINANCIEROS PARA EL EJERCICIO 2011

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%.	70%

OBJETIVOS FINANCIEROS PARA EL EJERCICIO 2012

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 7%.
Disponer de información fiable y segura, gracias al nuevo sistema de información SAP.

8 Equipo humano

APORTAR TALENTO A UN OBJETIVO

En La Farga Group estamos aprendiendo a afrontar y gestionar los cambios y potenciar el *empowerment* para que nuestros empleados sean los protagonistas de nuestro proyecto.



Record de días
sin accidentes en
LFL, LFT y LFR



30
nuevos puestos
de trabajo



50
personas
contratadas



Equipo
humano

LIDERAZGO TENAZ Y GUÍA

DESCUBRIR Y POTENCIAR EL TALENTO

SENTIDO-RUMBO

CULTURA COMPROMISO

RESPONSABILIDAD,

PARTICIPACIÓN Y PROTAGONISMO

CONCILIACIÓN

SATISFACCIÓN PERSONAL

RELACIONES

INTERPERSONALES SANAS Y HONESTAS

ACOMPANAR EL CRECIMIENTO



Aportar talento
a un objetivo

LFG

- Incorporar los mejores perfiles
- Propiciar un empleo de calidad
- Fomentar la igualdad y la diversidad para enriquecer el equipo
- Impulsar un buen clima laboral
- Crear oportunidades de crecimiento profesional
- Aplicar técnicas de mejora continua para una mayor eficiencia
- Facilitar la conciliación y sumar beneficios
- Comunicar para fomentar la cohesión
- Proporcionar un entorno laboral seguro

EL ÉXITO DE LFG DEPENDE DE LA IMPLICACIÓN DE NUESTROS EMPLEADOS EN LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y DE CÓMO DESARROLLEMOS SU TALENTO A TRAVÉS DE LA GESTIÓN.

Para ello, en La Farga Group centramos la gestión de las personas y la organización en la implementación de políticas eficientes y focalizadas siempre a las personas. El objetivo es conseguir **maximizar los conocimientos, las habilidades y las capacidades** de cada empleado que en suma, nos va a permitir alcanzar los retos que nos proponemos y aportará más competitividad al grupo. En línea con nuestros valores, los aspectos de sostenibilidad están presentes tanto en la gestión de las personas como en el **desarrollo de proyectos en los que los empleados son los protagonistas**.



ASPECTOS DESTACADOS DEL EJERCICIO 2011

- A nivel organizativo, hemos consolidado las **nuevas estructuras comerciales y de calidad operativa y logística** que ya no serán exclusivamente corporativas, sino para cada una de las empresas.
- Hemos profundizado en la **gestión del talento y el desarrollo profesional fomentando el empowerment**, para conseguir que nuestros empleados sean los protagonistas y participantes de un proyecto común confiéndoles, así, el sentimiento de que son dueños de su propio trabajo. El *empowerment* nos permite crear un ambiente de trabajo en el cual los empleados de los distintos niveles sienten que, en sus áreas de responsabilidad, tienen una influencia real sobre los estándares de calidad, servicio y eficiencia del negocio.
- Relacionado con el *empowerment* hemos nombrado **20 key users**, o empleados clave con diferentes perfiles dentro de la organización, que tienen y tendrán en el futuro un papel muy importante en la **implantación del SAP**. De este modo, fortalecemos la noción de liderazgo y damos sentido al trabajo en equipo.
- Por primera vez **en LFR hemos realizado un diagnóstico organizativo** que ha valorado el liderazgo, los procesos y la calidad, entre otros factores.
- Nuestros esfuerzos en el ámbito de la seguridad y de la salud laboral nos han permitido **seguir reduciendo los índices de siniestralidad**.

AFRONTAMOS EL RETO DE LOS PROYECTOS INTERNACIONALES

Para la Dirección de Personas y Organización, el proceso de internacionalización de La Farga Group ha supuesto afrontar nuevos retos y asumir otras funciones, como por ejemplo la participación en los procesos de selección de las empresas participadas. Durante el año 2011 hemos empezado a trabajar en el **desarrollo de una estructura internacional capaz de dar respuesta a necesidades** de esta índole.

En este contexto, hemos elaborado una **política de expansión y de internacionalización de LFG**, que formaliza el proceso de expatriación de empleados, tanto para la venta de tecnología como para la expansión con las nuevas empresas participadas.

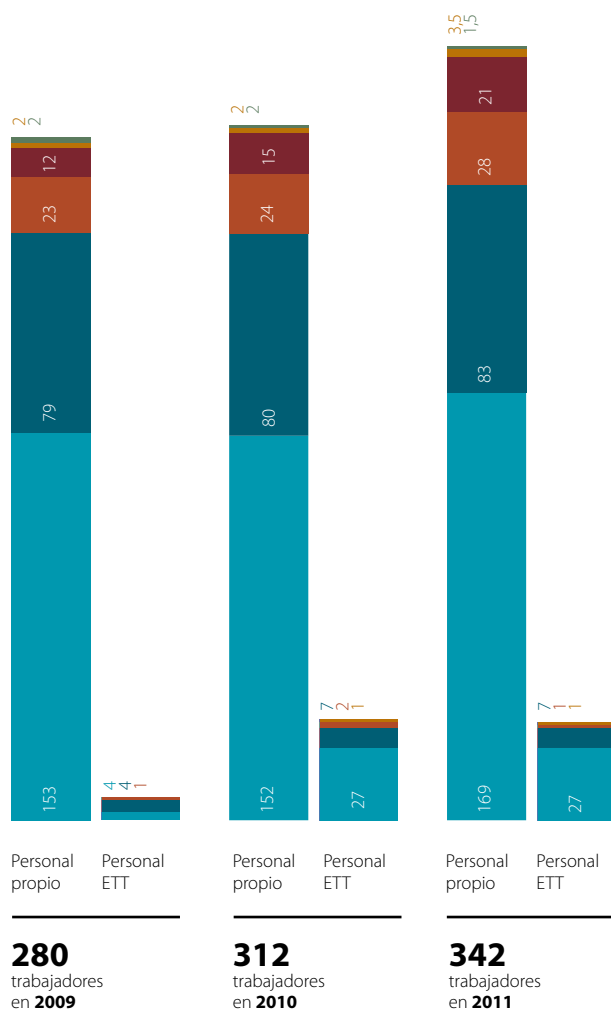
8.1 INCORPORAMOS LOS MEJORES PERFILES

Un año más, en LFG hemos sido capaces de generar empleo, habiéndose realizado **50 nuevas contrataciones** durante el ejercicio, a pesar del contexto actual de crisis generalizada. La plantilla media equivalente ha aumentado en 30 personas, hecho que equivale a un 10% más que al año anterior. **Mantener la plantilla ha sido un objetivo del 2011** y será, también, un objetivo para el 2012.

La **creación neta de ocupación** del 2011 ha sido del **9%**, lo que equivale a 30 trabajadores.

PLANTILLA MEDIA EQUIVALENTE

Comprende trabajadores fijos y temporales ponderados según el tipo de jornada



■ LFL ■ LFT ■ LFR ■ LFI ■ Fundació La Farga ■ CMC

Entrar a trabajar en LFG ha significado descubrir una gran empresa, mucho más grande de lo que pensaba. Por lo que voy viendo tenemos un buen equilibrio entre el talento y el ambiente familiar y un funcionamiento cada vez más global e internacional.

A nivel personal quiero destacar la buena acogida de todos los compañeros, que me han hecho sentir uno más desde el primer día y me han ayudado a conocer más y más la empresa y la comarca.

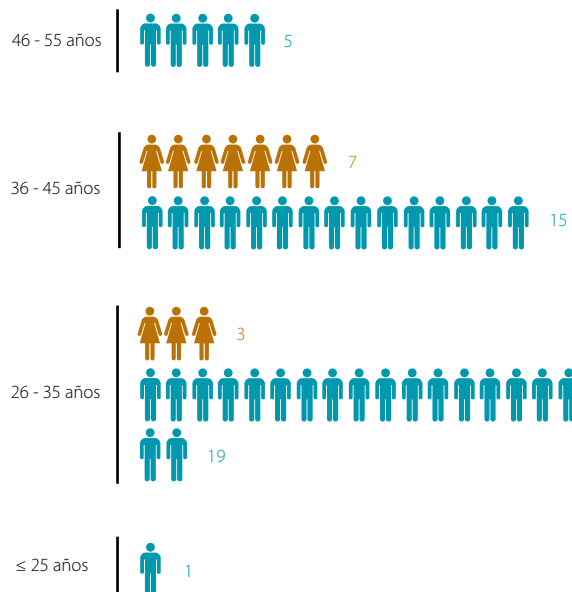
Para mí ha sido un gran cambio pasar de Barcelona a Les Masies de Voltregà, pero un cambio con efectos positivos y alentadores.

Marc Lanuza

Director Administrativo de LFG



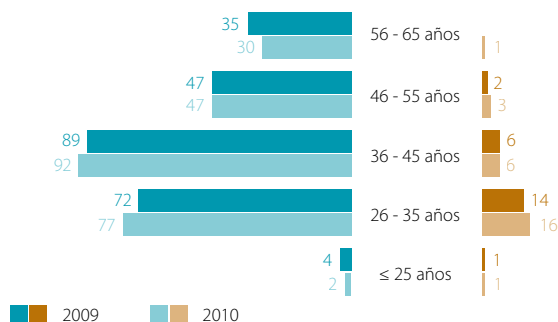
NUEVAS CONTRATACIONES SEGÚN GÉNERO Y GRUPO DE EDAD



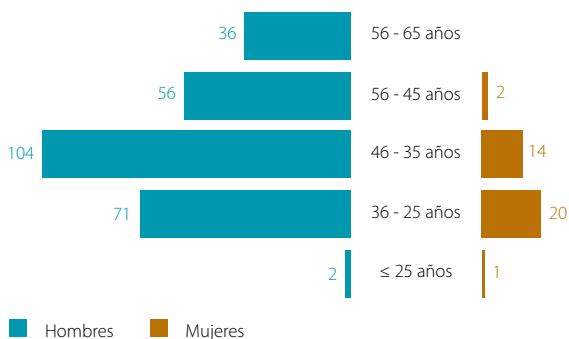
■ Hombres ■ Mujeres

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA SEGÚN LOS GRUPOS DE EDAD

2009 - 2010



2011



Nota: Los datos corresponden únicamente a personal propio.

En nuestro equipo humano hay una **combinación de juventud y experiencia**. Dentro del rango de edades de la plantilla, el **69%** de los empleados tiene entre **26 y 45 años** (el 30% tiene entre 26 y 35 años y el 39% tiene entre 36 y 45 años).

Contamos con un **equipo pluridisciplinar** de personas que nos permite dar respuesta rápida y fiable a las necesidades que van surgiendo en el desarrollo de nuestras actividades. Para ello, incentivamos la **capacitación y polivalencia** de nuestros empleados y fomentamos el **intercambio de conocimientos** entre todo el equipo.

ÍNDICE DE POLIVALENCIA

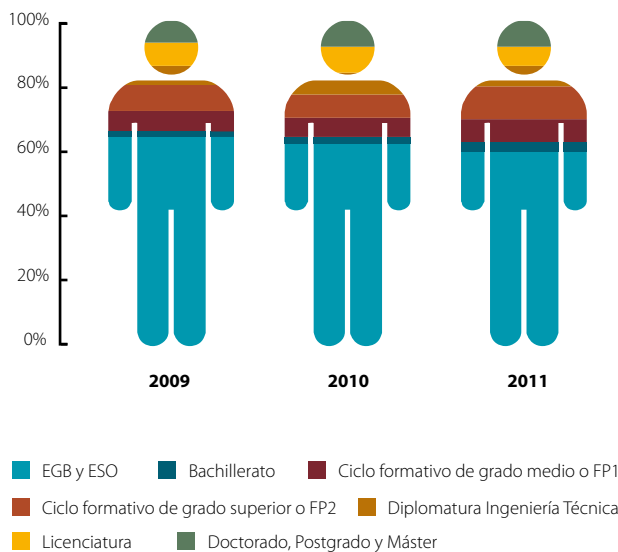
	LFL	LFT	LFR
2010	15%	20%	45%
2011	11%	17%	90%

En **LFR** hemos dado continuidad al proyecto iniciado en 2010 con el propósito de **aumentar el índice de polivalencia** de nuestros empleados, ya que en una plantilla reducida la polivalencia es un factor importante. Actualmente, el **índice de polivalencia** de nuestros trabajadores es **del 90%**, de modo que casi todos los empleados pueden llevar a cabo todas las tareas de los diferentes lugares de trabajo.

El **92% de la plantilla** de LFG está cubierta por el **convenio colectivo**. En el caso de las tres empresas industriales del grupo, LFL, LFT y LFR, la plantilla cubierta por el convenio colectivo es del 100%.

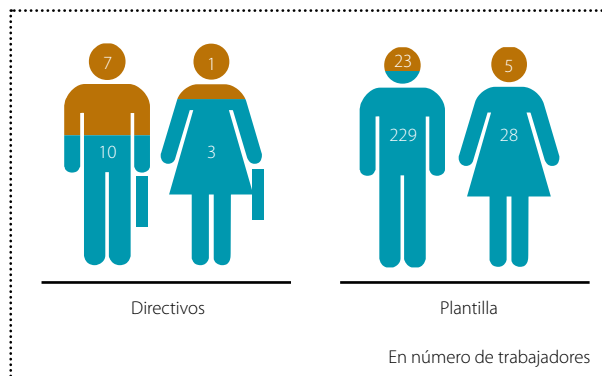
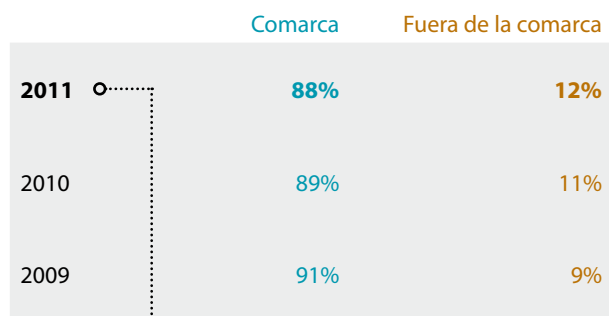
Tenemos establecido un **sistema de análisis, descripción y valoración de los puestos de trabajo** (ADV) que define de una manera clara y precisa las tareas a realizar en un determinado puesto y los factores que son necesarios para llevarlas a cabo con éxito, considerando las variables más relevantes para nuestra compañía. El establecimiento del ADV sienta las bases y, en cierta medida, determina el buen funcionamiento de la mayoría de los **procesos de gestión de nuestro equipo humano**.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA SEGÚN EL NIVEL DE ESTUDIOS



Nota: Los datos corresponden únicamente a personal propio. El nivel de estudios del personal contratado mediante ETT se sitúa en un 80% en EGB y ESO y en un 20% en ciclo formativo de grado medio o FP1.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA SEGÚN PROCEDENCIA



8.2 PROPICIAMOS UN EMPLEO DE CALIDAD

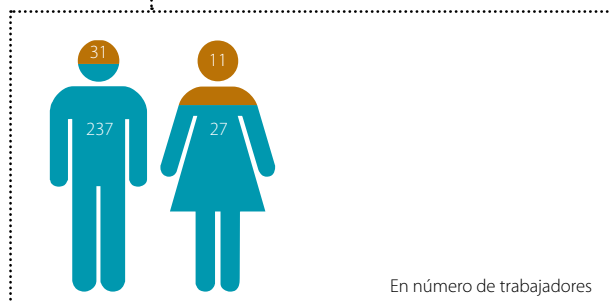
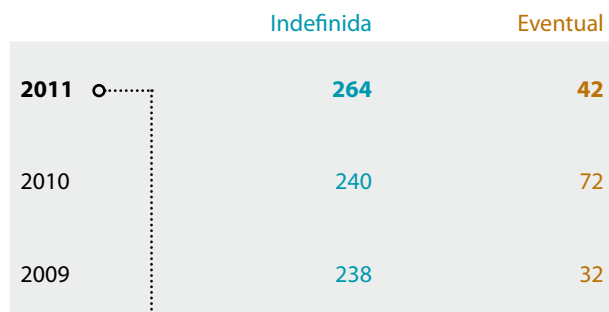
Fidelizar el talento es una prioridad para La Farga Group. Para ello, priorizamos la **contratación con carácter indefinido** y ofrecemos buenas oportunidades de **progreso profesional dentro de la compañía**. Entendemos el talento como la combinación de la identificación con los valores de la compañía junto

con una alta competencia y un alcance extraordinario de los retos y objetivos de LFG, y con una evolución continua del propio talento.

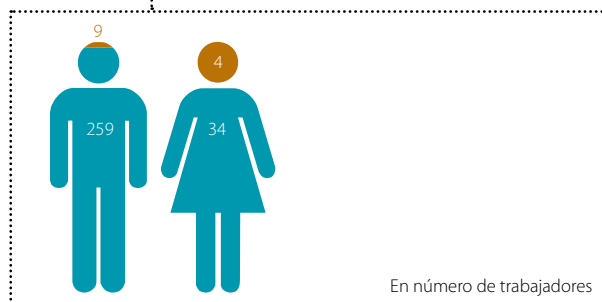
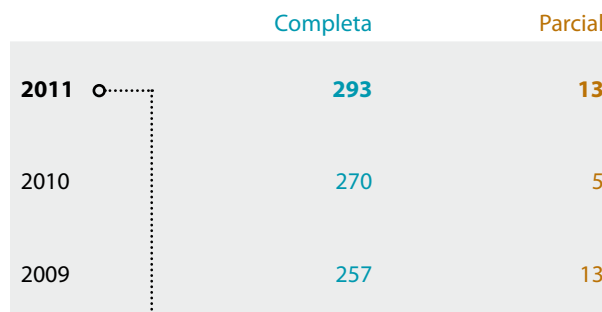
El proceso de expansión en el que se encuentra inmerso la empresa contribuye a incrementar las posibilidades de promoción interna así como a la creación de nuevos puestos de trabajo.

El 86% de la plantilla dispone de contrato indefinido y el 96% trabaja a jornada completa.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA SEGÚN EL TIPO DE CONTRATACIÓN



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA SEGÚN EL TIPO DE JORNADA



El 67% de nuestros empleados lleva menos de 10 años trabajando en el grupo.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA SEGÚN ANTIGÜEDAD

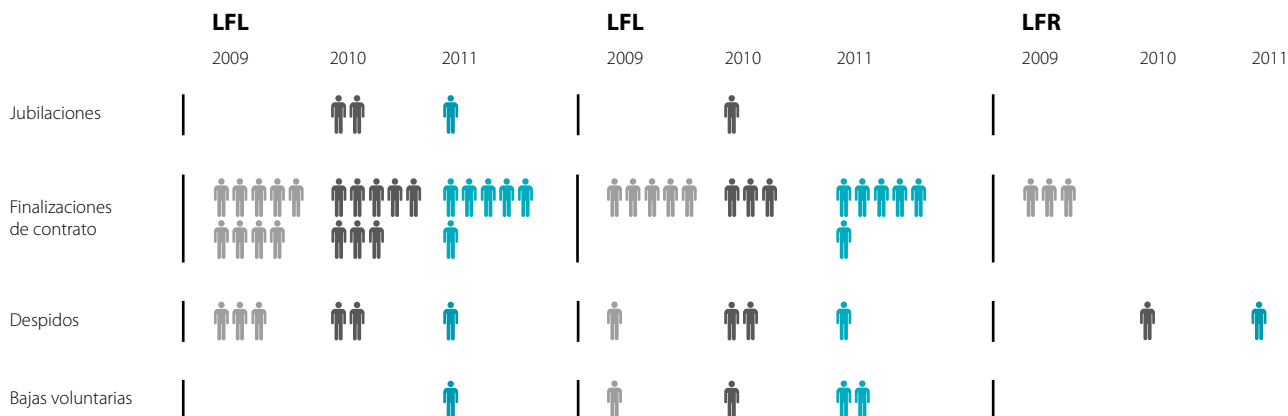


MEDIA DE PERMANENCIA



El 63% de las bajas registradas corresponden a finalizaciones de contrato. Únicamente, se han registrado 3 despidos.

BAJAS REGISTRADAS EN LA PLANTILLA

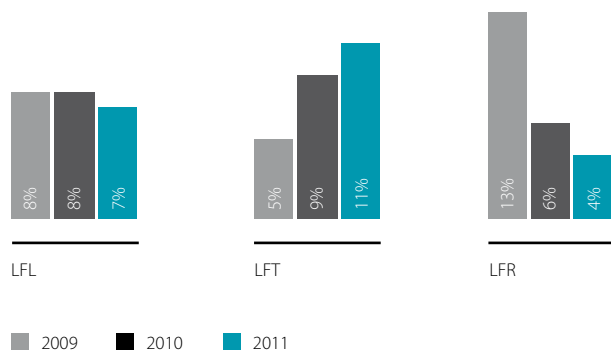


En número de trabajadores

Todas las bajas registradas corresponden a hombres (7 de entre 26 y 35 años, 7 de entre 36 y 45 años, 4 de entre 46 y 55 años, y 1 mayor de 56 años).

El índice de rotación de la plantilla de LFG ha sido del 7,5%, medio punto inferior al 2010.

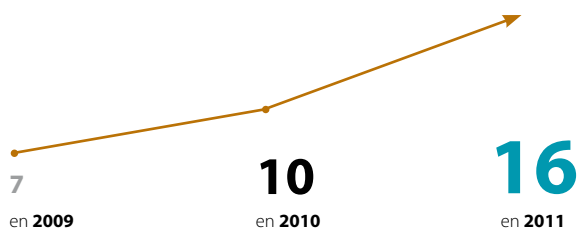
ROTACIÓN DE LA PLANTILLA



LFI ha mantenido el índice de rotación al 0% del 2009 al 2011.

PROMOCIONES INTERNAS

Número de cambios de categoría profesional en LFG



Empecé a trabajar en La Farga, en octubre de 2002, como Assistant en el Departamento de Marketing, que era de nueva creación y estaba dirigido por Carme Sáez. Con el tiempo comencé a realizar tareas de apoyo a la Dirección General. El 2010 fue un año muy importante en mi vida: a nivel personal, fui madre, y, a nivel profesional, La Farga me propuso ocupar el puesto de Secretaria Ejecutiva, no existente hasta el momento, cuya función consistía en dar apoyo al consejero delegado y a las cuatro direcciones generales de la Compañía.

Aunque yo estaba realizando una reducción de jornada, para poder conciliar la familia con el trabajo, no fue impedimento para que La Farga me propusiera una promoción de mi puesto de trabajo y yo la pudiera aceptar, ya que continué con la reducción de jornada hasta finales del 2011.

Irma Dachs
Secretaria ejecutiva de LFG

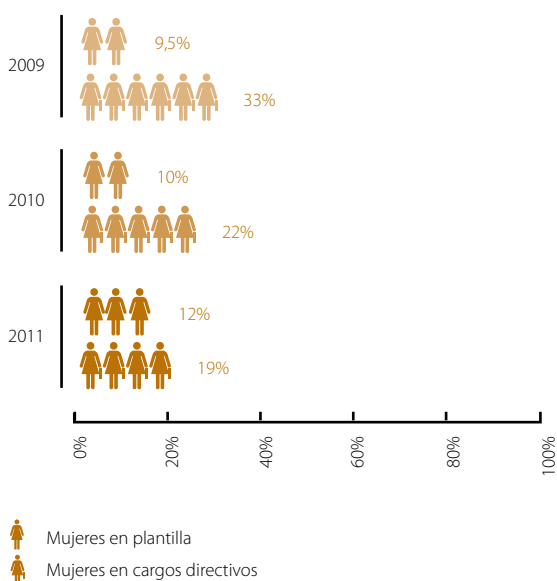


8.3 FOMENTAMOS LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD PARA ENRIQUECER EL EQUIPO

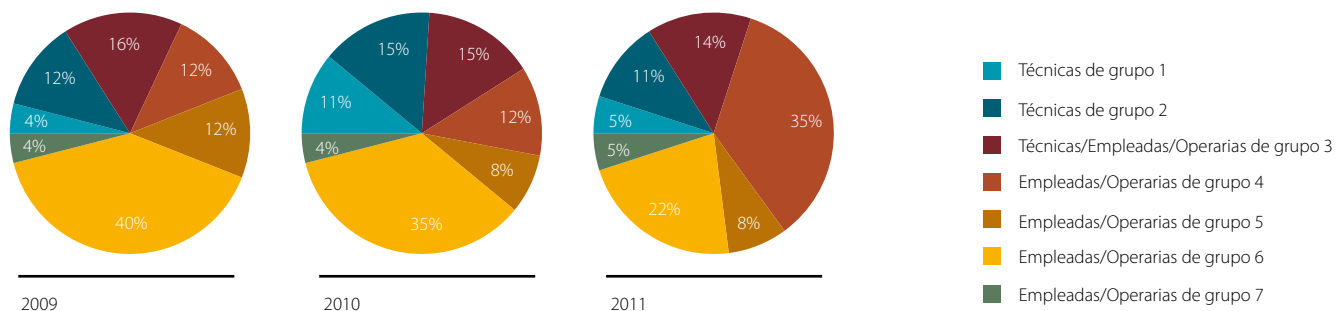
En La Farga Group tenemos un **compromiso explícito a favor de la igualdad de oportunidades y en contra de la discriminación** de cualquier índole. Dicho compromiso se pone de relieve en nuestras políticas de personas y organización, que favorecen la **integración de personas de distintos perfiles** en el equipo.

Las mujeres representan el 12% de la plantilla de LFG y ocupan el 19% de los cargos directivos.

PORCENTAJE DE MUJERES



DISTRIBUCIÓN DEL COLECTIVO FEMENINO SEGÚN GRUPO PROFESIONAL



La **política salarial de LFG no incurre en discriminación entre géneros**. Nuestro esquema de definición de bandas salariales no contempla diferencias entre el salario base de los hombres respecto al de las mujeres, según categoría laboral.

La diferencia entre el salario mínimo de LFG (por encima de convenio) y el salario mínimo local es de 7.000 €.

DIFERENCIA ENTRE EL SALARIO MÍNIMO DE LA EMPRESA (POR ENCIMA DEL CONVENIO) Y EL SALARIO MÍNIMO LOCAL



El salario más alto de la plantilla de LFG es **8 veces** superior al salario mínimo de la compañía.



Las tasas de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad son del 100% para ambos sexos.

NIVELES DE REINCORPORACIÓN AL TRABAJO Y DE RETENCIÓN TRAS LA BAJA POR MATERNIDAD O PATERNIDAD

Número de empleados que se acogieron a permisos maternales o parentales durante el 2011



Empleados que de nuevo ocupan el mismo puesto de trabajo después del permiso y que continúan en la compañía después de 12 meses



El **100%** de los empleados que piden el permiso **continúan en el mismo puesto de trabajo después de 12 meses.**

La **integración de personas discapacitadas**, según la legislación española, determina una cuota de contratación de personas con algún tipo de discapacidad de un 2% de los puestos de trabajo totales. En LFG alcanzamos este porcentaje mediante **contratación directa**. De forma complementaria, **contratamos bienes**

y servicios a centros especiales de trabajo: EINA (servicios de seguimiento de personas con incapacidad) y TAC OSONA (servicio de mantenimiento de las instalaciones).

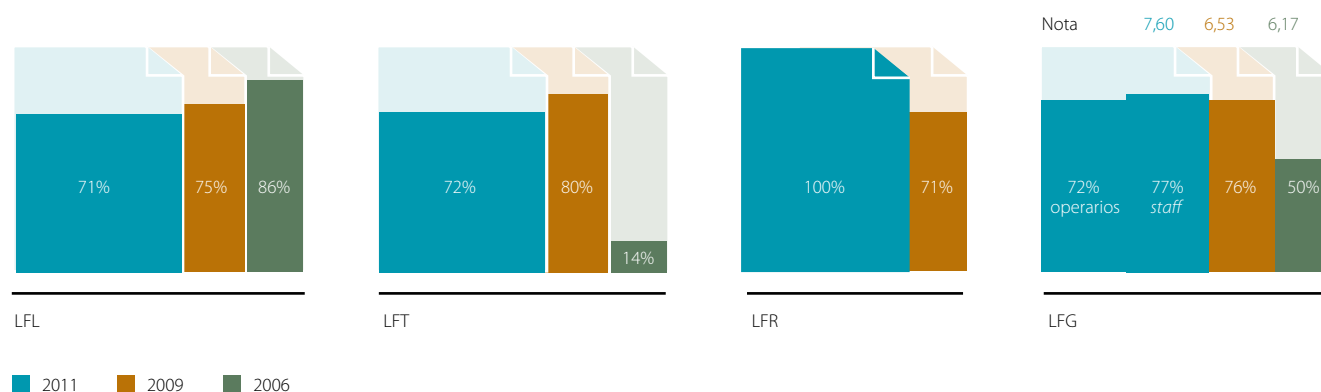
8.4 IMPULSAMOS UN BUEN CLIMA LABORAL

Es voluntad de LFG contribuir al bienestar de nuestros empleados. Para ello, cada dos años llevamos a cabo una **encuesta de clima para evaluar su grado de satisfacción personal**.

Durante el 2011 hemos realizado una encuesta de clima que ha contado con la **participación del 72% de los operarios de LFG y con el 77% del staff**. A diferencia de las encuestas realizadas en años anteriores, hemos distinguido entre operarios y staff o personal que engloba las diferentes compañías, lo cual nos permite **disponer de información más detallada en ambos colectivos** y, por lo tanto, definir acciones específicas para cada uno de ellos.



PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES EN LA ENCUESTA



8.5 CREAMOS OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO PROFESIONAL

En LFG continuamos apostando por la **formación** y desplegando **programas de desarrollo profesional** para potenciar y garantizar el talento de nuestro equipo humano. De cara al 2012 queremos seguir promoviendo el desarrollo profesional y personal de nuestros empleados en base a la productividad y la comunicación, entre otros.

La orientación a un cliente cada vez más exigente implica que el **capital humano** sea un componente estratégico para conseguir resultados. Cada vez más, el empleado ha de trabajar en línea con los objetivos estratégicos. Esta orientación se fomenta a través del **micromanagement** (cuando los objetivos globales se concretan de forma individual para cada empleado).



EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Fruto de un diagnóstico organizacional global, en LFR nos propusimos a principios de 2011 establecer un Plan de Acción con los siguientes pilares.

1 LIDERAZGO EFICIENTE

2 CLARIFICACIÓN DE LA TOMA DE DECISIONES

3 CLARIFICACIÓN DEL FLUJO DE SERVICIO

4 ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS

Durante todo el año 2011, hemos ejecutado eficazmente todas las acciones derivadas, consiguiendo un resultado muy satisfactorio en la transformación de estos cuatro pilares.

A finales de 2010 profundizamos en el estudio de una de nuestras organizaciones, LFR, desde la perspectiva de la Psicología Organizacional. El estudio daba respuesta a la necesidad de implementar cambios planificados dentro de la empresa, partiendo de la realización de un diagnóstico integral de la organización (estrategia, cultura, procesos, finanzas, estructura, clima, liderazgo, políticas), utilizando un enfoque sistémico, que en pocas palabras significa el análisis de diferentes disciplinas, en el que se recopilan las reglas comunes que pueden validar o refutar una hipótesis de partida.

En concreto, el estudio determinó cuatro líneas de actuación y mejora de procesos:

- 1. Ejercer un liderazgo exigente y eficaz hacia los roles corporativos y planta.*
- 2. Clarificar el flujo de servicio y la comunicación.*
- 3. Clarificar la toma de decisiones.*
- 4. Estandarizar los procesos de trabajo.*

El grado de consecución del Plan de Acción ha superado el 85% y con ello se le ha dado un impulso muy importante a la excelencia organizacional.

Dani Pérez
Director de Personas y
Organización de LFG

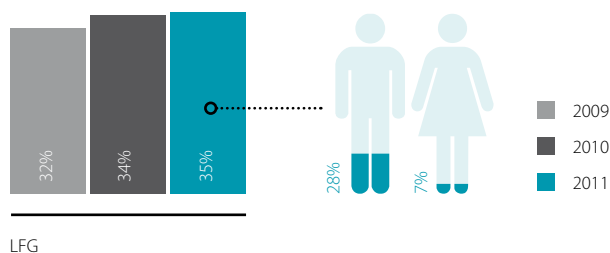


8.5.1 EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO

A través del **Sistema de Evaluación del Rendimiento (SER)** valoramos en qué medida cada persona contribuye al cumplimiento de los objetivos de la compañía y del grupo. El propósito es que **los empleados se sientan parte del proyecto y de sus resultados**.

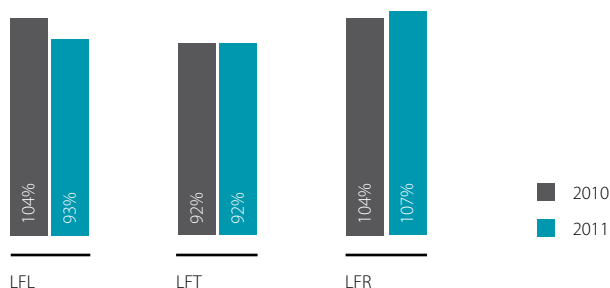
El 35% de la plantilla de LFG está sujeta al SER.

PERSONAL SUJETO AL SER (LFG)



Paralelamente al SER disponemos de un **Sistema de Mejora y Evaluación Personal (MAP)** dirigido a los operarios, que tiene repercusión en las primas mensuales de los mismos. En 2011 hemos definido **nuevos MAPs**, lo que ha supuesto, a su vez, redefinir las competencias y las formaciones. Estos nuevos MAPs implican que el operario valore sus competencias y se prime la coincidencia de apreciación.

PORCENTAJE DE CONSECUCIÓN DEL MAP



8.5.2 PLANES DE FORMACIÓN

La mejora en la capacitación de los empleados y el incremento de su polivalencia son retos que en LFG afrontamos mediante distintos planes de formación. Para la compañía, invertir en formación supone ganar competitividad en el equipo humano. Definimos un **Plan de Formación para cada nueva incorporación** y un **Plan de Formación Anual (PFA) para todo el grupo**. Ambos planes recogen las necesidades establecidas por los directores de departamento y por la Dirección de Personas y Organización que es la responsable de garantizar el cumplimiento del PFA y de valorar la eficacia de las acciones formativas realizadas.

Del ejercicio 2011 cabría destacar la formación relacionada con: la **gestión del cambio** (*key users* y usuarios), la **gestión del tiempo** (planificación), el **autoliderazgo** y el **poder de influencia** de los mandos; la formación básica para la **implantación del SAP**, y también la formación en **idiomas** en los cursos destinados a la mejora y evaluación de los MAP, y la formación en **comunicación personal e interpersonal** que ha recibido toda la estructura hasta el nivel de encargado.

En LFR hemos impartido formación en **gestión industrial**. Además, con el propósito de incrementar la capacitación personal y profesional hemos llevado a cabo **sesiones de coaching**. En este sentido, de cara al 2012 está previsto el desarrollo de un proyecto destinado a incrementar la capacitación de los encargados y técnicos de mantenimiento. Añadir, por último, las sesiones de **formación en seguridad impartidas a los talleres externos** a quienes subcontratamos el mantenimiento.

La formación es, en mi opinión, uno de los activos más importantes que una empresa puede ofrecer. Cuando una persona está formada, aprecia más su trabajo, su seguridad aumenta, toma conciencia de sus posibilidades y pone en práctica sus habilidades. Es un valor con el que contamos quienes trabajamos en La Farga Group, ¡porque nos ayuda a crecer!



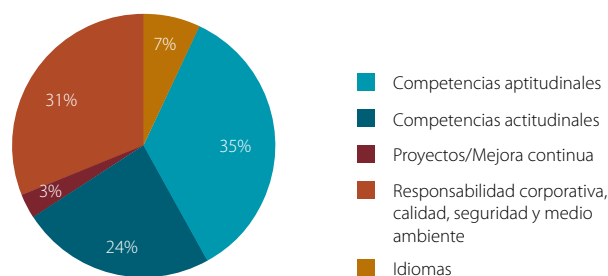
Soraya Serrano

Responsable del Museo del Cobre

En los últimos años, el **100% de la plantilla ha recibido formación**. Asimismo, la inversión en formación sigue aumentando año tras año, al igual que las horas de formación por empleado.

El **35% de la formación** impartida en 2011 se ha llevado a cabo **dentro del horario laboral**.

DESGLOSE DE LAS ACCIONES FORMATIVAS REALIZADAS (LFG)



INDICADORES DE FORMACIÓN

	2009	2010	2011
Número medio de horas de formación por empleado	26	31	23 / 63
Horas totales de formación*	7.068	7.993	6.067 / 2.331 / 8.398
Horas de formación según categoría (h/empleado)			
Staff	56	42	51 / 81 / 54
Operarios	12	25	8 / 9 / 7,5**
Núm. de acciones de formación	93	76	74
Inversión en formación (€)	97.684	143.071	186.441
Inversión en formación por empleado (€/empleado)	362	520	609

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

** Incluye el personal de ETT. En total se formaron 217 operarios.

EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA QUALIFICA'T

En el 2011 en LFG hemos participado en un proyecto piloto para la validación de calificaciones de 12 de nuestros empleados. El proyecto forma parte del Programa Qualifica't, uno de los ejes del cual es la validación de los aprendizajes alcanzados mediante la experiencia. Para ello, desde LFG nos pusimos en contacto con el IES Vic y, gracias al contexto que permite el acuerdo de colaboración suscrito en el 2009, hemos podido realizar la mencionada validación con nuestros colaboradores.

El IES Vic recomendó focalizar el proceso en el ciclo formativo de grado medio Mantenimiento Electromecánico. LFG escogió entre los colaboradores un grupo significativo, capaz de acreditar su experiencia. Después de mantener entrevistas personales y pasar pruebas ante un tribunal, el resultado ha sido muy satisfactorio, puesto que todos los colaboradores consiguieron validar, como mínimo, una unidad formativa completa. Con ello, se han ganado un Certificado de la Generalitat que acredita su nivel de preparación.

8.6 APLICAMOS TÉCNICAS DE MEJORA CONTINUA PARA UNA MAYOR EFICIENCIA

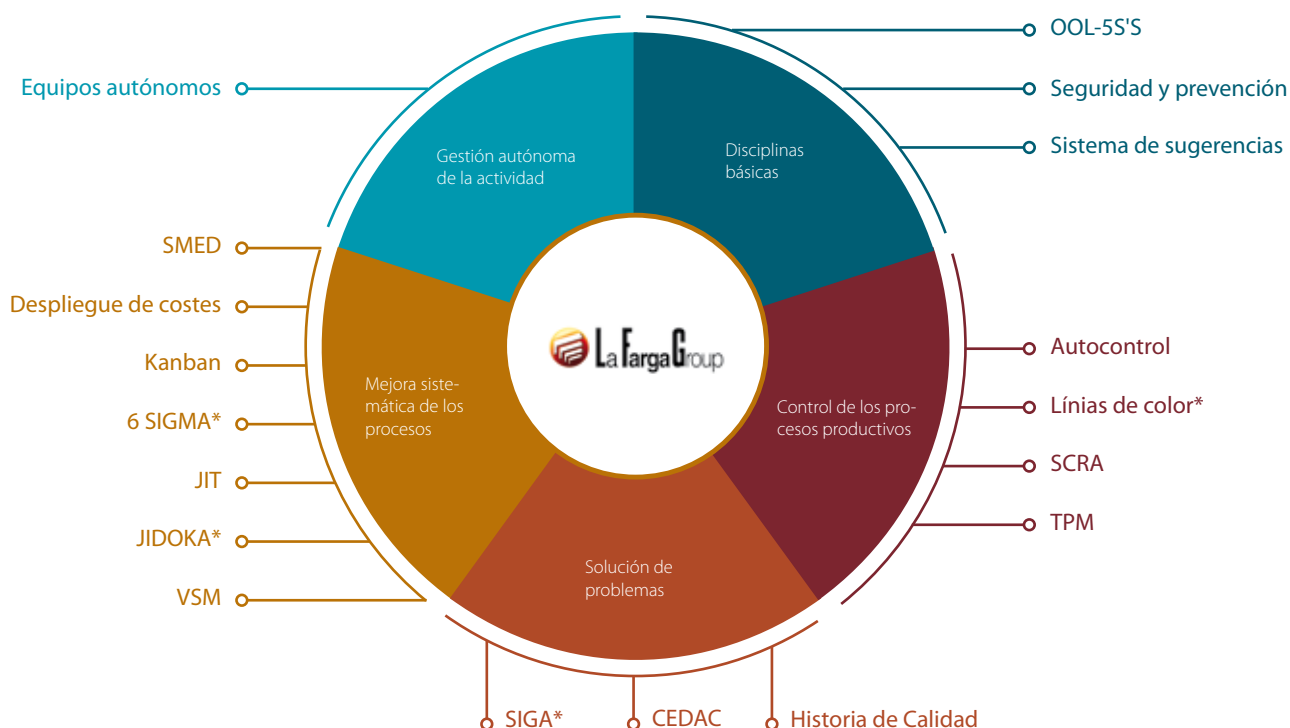
En LFG estamos continuamente **inmersos en un ciclo de mejora continua e innovación** para alcanzar la máxima calidad desde criterios de rentabilidad en los procesos productivos y de gestión. Para ello, desde la Dirección de Personas y Organización, promovemos y aseguramos la motivación y la implicación del equipo humano en la cultura de mejora continua, mediante la **implantación de técnicas y herramientas procedimentales** orientadas a:

- 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.**

Para seguir mejorando a nivel operativo, hemos introducido un **nuevo modelo de gestión de la mejora continua llamado Modelo de Gestión Operacional (MGO)**. El MGO ordena los conceptos básicos de la mejora continua: disciplinas básicas, control de los procesos productivos, solución de problemas, perfeccionamiento de la sistemática de procesos y gestión autónoma de la actividad. El modelo integra una **hoja de ruta para cada compañía** trazada para alcanzar la excelencia en estos ámbitos. Representa pues un avance sustancial en planificación, control y desarrollo de los objetivos de la mejora continua.

Como novedad, en 2011 hemos llevado a cabo **“acogidas de mejora continua”** para formar a las nuevas incorporaciones que se han de acoplar a los proyectos de mejora continua ya implantados. Esta formación es un requisito, pues nuestro objetivo es que estas personas se incorporen mínimamente preparadas, para después, una vez dentro de la empresa, poder fomentar esa cualificación.

MODELO DE GESTIÓN OPERACIONAL (MGO)



Ver en qué empresas de LFG aplican las técnicas de mejora continua en la página 78.

*Técnicas pendientes de aplicación.

8.7 FACILITAMOS LA CONCILIACIÓN Y SUMAMOS BENEFICIOS

Impulsamos varias líneas de actuación que consolidan la **cultura del trabajo flexible** y facilitan el equilibrio personal, familiar y profesional de nuestros empleados.

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y 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.
- Flexibilidad en la elección de vacaciones.
- Reducción de jornada para el cuidado de los hijos.
- Excedencias.

Disponemos de una **política de beneficios sociales** que cubre diferentes ámbitos enfocados principalmente a la mejora de la calidad de vida de las personas trabajadoras y a favorecer su integración y motivación con la compañía.

BENEFICIOS SOCIALES

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.

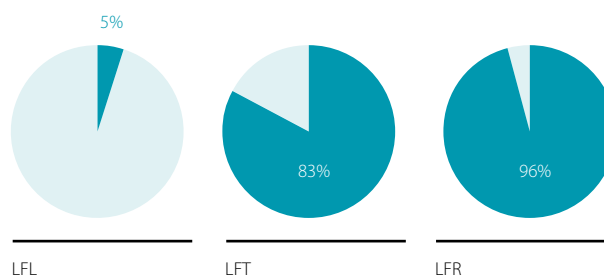
Hasta un 100% del sueldo, por maternidad.

ORGANIZACIÓN

Calendario del cuarto turno planificado con más de un año de antelación.

Posibilidad de cambio de turno a petición de la persona interesada.

USO DE LA FLEXIFEINA



COMPENSACIONES ECONÓMICAS

Ayuda escolar.

Seguro médico para los empleados que realizan largas estancias fuera del país.

FORMACIÓN

Subvención de cursos de formación, al margen de las becas que ofrece la Fundación La Farga.

Compensación de las horas de formación fuera de la jornada laboral.

Estudio de idiomas en grupos reducidos (máximo 5 personas).

Con la finalidad de contribuir a la formación de los hijos de nuestros empleados ofrecemos todos los años ayudas económicas, que a su vez se complementan con las **becas que convoca la Fundación La Farga**.

NÚMERO TOTAL DE AYUDAS POR CURSO

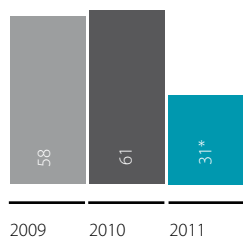


8.8 COMUNICAMOS PARA FOMENTAR LA COHESIÓN

La comunicación interna es la herramienta básica de la que nos valemos para fomentar la **cohesión de grupo y el orgullo de pertenencia**. Nuestro objetivo es conseguir una comunicación bidireccional, fluida con el equipo humano, que permita mejorar la organización día a día.

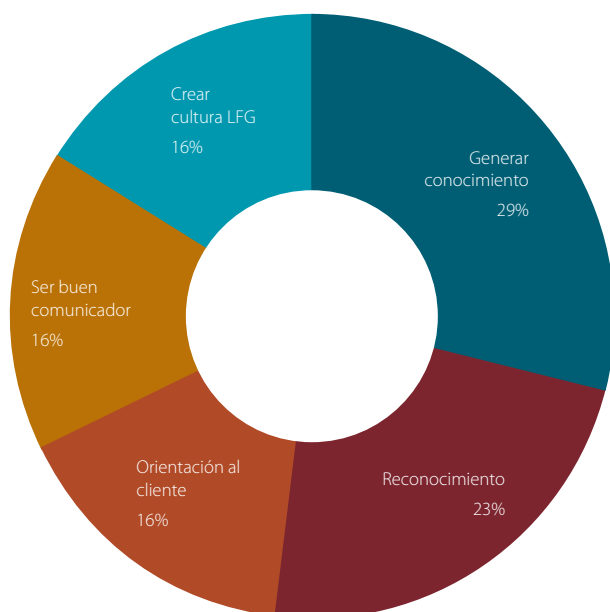
El **Plan de Comunicación Interna Anual (PCIA)** establece las acciones a desarrollar para atender las necesidades de comunicación y fomentar el diálogo con y entre el equipo humano. El grado de cumplimiento del Plan de Comunicación Interna Anual (PCIA) ha sido del **88%**.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN REALIZADAS EN EL MARCO DEL PCIA



* La reducción en el número de acciones realizadas respecto a los dos años anteriores no responde a una menor actividad comunicativa, sino a una clasificación diferente de las acciones basada en macro acciones y no en acciones específicas. Es decir, las acciones se orientan a la estrategia más que a la acción puntual.

ACCIONES DEL PCIA SEGÚN TIPOLOGÍA



Las acciones del PCIA, realizadas en 2011, más novedosas y relevantes :

- Sesiones formativas Ferran Ramon-Cortés sobre comunicación interpersonal.
- Premio Juli Garcés a la mejor sugerencia (política de reconocimiento).
- Boletín La Farga *Interview*, en cada edición se entrevistan a 3 trabajadores de la compañía.
- Desayunos del Comité de Empresa con la Dirección.
- Meridiano del año (charla informativa).
- Encuesta, sesión formativa y posterior campaña para conseguir que las reuniones internas sean más efectivas.
- Encuesta de clima laboral.
- Plan de comunicación específico para reducir los accidentes laborales a partir de la grabación de videos, sesiones formativas, etc.
- Portal del conocimiento: La Vanguardia en Proyectos.
- Decálogo: cómo nos movemos dentro LFG (abriendo conciencias) dirigido a los mandos intermedios para saber cómo actuar ante determinadas situaciones.
- Rincón de Calidad instalado en LFR.
- Visitas a planta en jornadas lunch.
- Desayuno informal: dale cuerda a las 5's.
- Crece con nosotros, reunión entre el Departamento de Personas y Organización y los directores generales sobre promociones internas o contrataciones.
- Sesiones formativas en comunicación para los líderes sindicales.
- Campañas de sensibilización que promuevan la recogida de alimentos para el Banco de Alimentos.



ACCIONES DE COMUNICACIÓN MÁS DESTACADAS

MERIDIANO DEL AÑO

Se trata de un espacio de diálogo entre los directores generales de las tres empresas industriales de LFG y los operarios sobre la evolución de la compañía. En formato pregunta-respuesta, el director general atiende a una serie de cuestiones que, previamente y de forma anónima, han planteado los trabajadores y que han sido estructuradas en base a parámetros de productividad, situación de futuro, nuevas inversiones, instalaciones y organización. Con esta herramienta conseguimos, por un lado, dar réplica a la desazón real que pueda mostrar la organización en torno a asuntos del día a día, y, por otro lado, aproximar la figura del director general a sus trabajadores. El encuentro se realiza una vez al año, concretamente durante el mes de julio, cuando el ejercicio está en el meridiano del año.

POLÍTICA DE RECONOCIMIENTO

Con la voluntad de reconocer el trabajo bien hecho y otorgar valor a las ideas de todos y cada uno de los trabajadores de la compañía hemos elaborado un plan de reconocimiento para cada uno de los colectivos internos. Entre otras muchas acciones, a través del sistema de sugerencias, destaca el Premio Juli Garcés. Se trata de un reconocimiento que de forma cuatrimestral premia la sugerencia que tendrá para la compañía un menor coste de implantación pero que será de gran impacto y supondrá un ahorro importante, tal como hacía nuestro admirado Juli. El premio se ha consolidado entre los operarios como un referente y un premio de prestigio a la hora de conseguirlo. Fruto de esta política, se han derivado otras acciones innovadoras de reconocimiento.



8.9 PROPORCIONAMOS UN ENTORNO LABORAL SEGURO

La protección de la salud de los empleados así como la prevención de riesgos laborales son elementos fundamentales de la gestión del equipo humano, de manera que aplicamos todas las medidas necesarias para **garantizar su seguridad y su salud fomentando la cultura preventiva**.

La adopción de un **Sistema de Prevención de Riesgos Laborales, certificado según la norma OSHAS 18001**, garantiza una correcta gestión de los riesgos laborales de cada una de nuestras compañías industriales. Por otra parte, disponemos de servicios de prevención ajenos a la empresa, ASEPEYO, Servicio de Prevención y UNIPRESALUD, que gestionan la prevención de todas las empresas del grupo.

CERTIFICACIONES OSHAS 18001

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

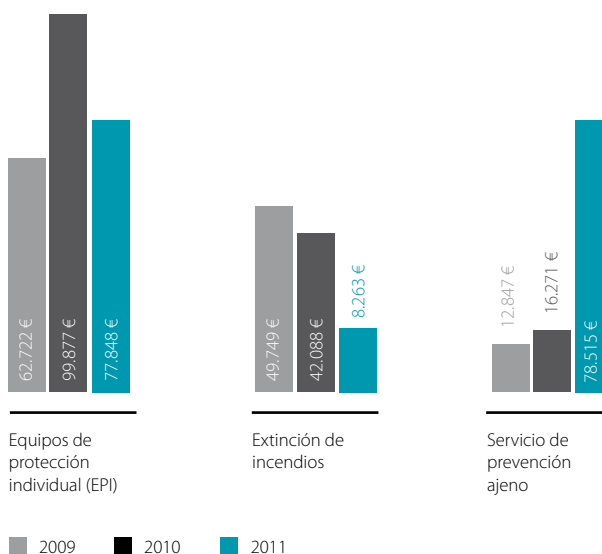
Cabe destacar que a LFT y a LFR les ha sido posible **solicitar el incentivo** establecido para las empresas y que contribuye, especialmente y de manera contrastable, en la **disminución y en la prevención de la siniestralidad laboral**.

LÍNEAS BÁSICAS DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD

- Mejora continua en las prácticas de prevención de riesgos laborales.
- Medidas de prevención y control para el desarrollo de las actividades susceptibles de generar riesgos en la salud y seguridad de las personas.
- Uso de las mejores técnicas de prevención, disponibles y apropiadas a cada necesidad, que sean económicamente admisibles.

Para continuar mejorando en la gestión de los riesgos laborales, a nivel de LFG impulsamos el proyecto **Hacemos diana** que ofrecía a todos los empleados el manual de seguridad e información y formación en PRL.

INVERSIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES *



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

En 2011 hemos batido el **récord de días sin accidentes con baja en las 3 empresas industriales de LFG**: LFL con 175 días, LFT con 132 días y LFR con 767 días.

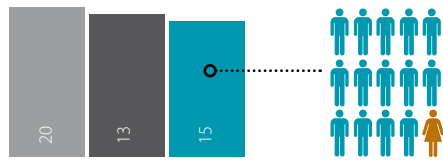


INDICADORES DE SEGURIDAD Y RIESGOS

	2009	2010	LFL		2009	2010	LFT		2009	2010	LFR	
			2011				2011				2011	
Número de accidentes	14	7	4*	1	5	6	9	0	1	0	1	0
Jornadas de baja perdidas	477	316	151	12	122	78	303	0	11	0	3	0
Horas trabajadas	269.624	263.420	303.220		115.412	139.942	136.787		41.678	43.130	47.332	
Índice de frecuencia	52	27	16,5		36	43	65,8		24	0	21,12	
Índice de gravedad	1,77	1,2	0,54		0,88	0,52	2,22		0,26	0	0,06	
Tasa de absentismo	4,2%	3,9%	3,0%		4,2%	5,0%	4,5%		1,2%	1,7%	0,5%	

* El dato incluye un accidente in itinere que no se ha considerado en los cálculos de accidentabilidad.

INDICADORES DE SEGURIDAD DE LFG



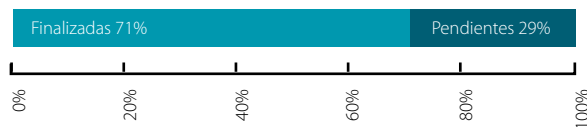
Número de accidentes



Absentismo

MEJORAS EN LA PREVENCIÓN DE LOS RIESGOS LABORALES

	LFL	LFT	LFR	LFG
Acciones pendientes	114	65	15	194
Acciones finalizadas	346	35	84	465
Total	460	100	99	659



PRINCIPALES ACCIONES DESARROLLADAS PARA LA MINIMIZACIÓN DE LOS RIESGOS

- Revisión de la evaluación de riesgos, revisión de los objetivos trimestrales, reuniones trimestrales del Comité de Seguridad y Salud y reuniones operativas mensuales con las direcciones de cada una de las empresas.
- Mejoras de ergonomía, mediante la instalación de *pinch rolls* o rodillos de descarga y máquinas para doblar el *alambón* de diámetros grandes.





EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

INSTALACIÓN DE MÁQUINAS DISPENSADORAS DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDIVIDUAL

Al finalizar el año 2011 tenemos instaladas, en las tres empresas industriales, máquinas dispensadoras de equipos de protección individual (EPI), que funcionan con un código personalizado para cada trabajador/a. La instalación de estas máquinas supone dos grandes mejoras: primero, asegurar al 100% de los trabajadores la disponibilidad de los equipos de protección necesarios las 24 horas al día los 7 días a la semana, y, segundo, responsabilizar a cada uno de los trabajadores de la disponibilidad y el uso de estos equipos. Además, al no depender estos equipos de la intervención de la estructura de mando, se ha aligerado la carga laboral de encargados y supervisores, que ahora pueden dedicarse a otras tareas de prevención.



OBJETIVOS DE PERSONAS Y ORGANIZACIÓN PARA EL EJERCICIO 2011

Cumplir las metas objetivo del proyecto Atlas (SAP).	Pendiente
Consecución global del método de las 5's.	70%
Incrementar el rendimiento del capital humano.	75%
Implementar el Plan de Acción de Diagnóstico Organizacional.	83%
Implantación del Proyecto Minifábrica a las compañías.	75%
Incrementar el índice de polivalencia media en un 15%.	100%
Determinar los Planes de Acción, a partir de los coachings individuales con 5 personas críticas de la organización.	60%
Conseguir la implantación del Plan de Acción de Clima Laboral y elaborar la encuesta de clima.	100%

OBJETIVOS DE PERSONAS Y ORGANIZACIÓN PARA EL EJERCICIO 2012

Conseguir la implantación del Plan de Acción de Clima Laboral y elaborar la encuesta de clima.
Definir un Plan individual (por colectivos) de descubierta, desarrollo y aportación del talento a un objetivo.
Integrar la innovación y la internacionalización a todos los miembros de la organización.
Incrementar la productividad global mediante un registro de acciones.
Cumplir la hoja de ruta de los proyectos de mejora continua.
Desarrollar un proyecto de itinerarios formativos de las bandas profesionales (alcanza hasta operarios del grupo 5 que puedan convertirse en promocionables).
Aumentar la consecución individual y colectiva de los objetivos a través de un sistema de control (proceso), de <i>reporting</i> (informe inicial sobre el ajuste global-individual, y cuatrimestral sobre la evolución) y de las desviaciones en la evolución de los objetivos.

OBJETIVOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES PARA EL EJERCICIO 2011 EN LFL

Aumentar un 5% la puntuación de las auditorías de orden y limpieza respecto al 2010.	100%
Realizar actuaciones de mejora en 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 (lux medidos < lux necesarios).	100%
Reducir un 2% los lugares de riesgo según estudios específicos (higiene, temperatura, ergonomía y psicosociología).	100%
Conseguir un índice de frecuencia general inferior a 25 (secciones no productivas y productivas).	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 por trabajador en el ámbito ambiental y de prevención de riesgos laborales.	100%
Controlar el 100% de las operaciones de coordinación de las actividades.	75%
Adecuar el 100% de la maquinaria, según la normativa.	100%

OBJETIVOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES PARA EL EJERCICIO 2011 EN LFT

Realizar actuaciones de adaptación de maquinaria al R.D 1215, según el plan de actuación específico.	33%
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 (lux medidos < lux necesarios).	100%
Reducir un 5% los lugares de riesgo según estudios específicos (higiene, temperatura, ergonomía y psicosociología).	100%
Conseguir un índice de frecuencia general inferior a 35 (secciones no productivas y productivas).	0%
Incrementar un 5% las operaciones/situaciones de riesgo documentadas en cada sección productiva.	60%
Mantener en $\pm 2\%$ el promedio de las horas de formación por trabajador en el ámbito ambiental + prevención de riesgos laborales.	100%

OBJETIVOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES PARA EL EJERCICIO 2011 EN LFT

Aumentar un 5% la puntuación de las auditorias de orden y limpieza respecto al 2010.	100%
Realizar actuaciones de mejora en el 100% 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 (lux medidos < lux necesarios)	100%
Reducir un 2% los lugares de riesgo según estudios específicos (higiene, temperatura, ergonomía y psicología).	100%
Conseguir un índice de frecuencia general inferior a 25 (secciones no productivas y productivas).	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 por trabajador en el ámbito ambiental + prevención de riesgos laborales.	55%
Controlar el 100% de las operaciones de coordinación de las actividades.	100%

OBJETIVOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES PARA EL EJERCICIO 2012

Conseguir un índice de frecuencia de LFG máximo de 20.
Adecuar la maquinaria al RD 1215/97.
Reducir un 2% los lugares de trabajo con riesgo según los estudios específicos (ruido, iluminación, higiene, temperatura, ergonomía y psicología).
Incrementar un 2% las operaciones y situaciones de riesgo documentadas en cada sección productiva.
Mantener en $\pm 2\%$ el promedio de las horas de formación por trabajador de LFG en prevención de riesgos laborales.

9 Clientes

SOLUCIONES Y RESPUESTAS A LAS MAYORES EXIGENCIAS

Para La Farga Group la satisfacción de las expectativas y de las necesidades de nuestros clientes es un objetivo clave. El cliente es el centro de nuestras decisiones.



8,13

Índice de
satisfacción de
los clientes LFG
(escala de 0 a 10)



64%

Clientes con
más de 3 años
de fidelidad



32%

del resultado
invertido en I+D+I



EN LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES BUSCAMOS LOGRAR Y MANTENER SU CONFIANZA, PROPORCIONÁNDOLES PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE LOGREN SATISFACER SUS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS.

Procuramos comunicarnos e interactuar con ellos de manera cercana, responsable, ética y honesta que propicie un diálogo participativo. Consideramos primordial **garantizar la calidad de los productos y atender las demandas con la máxima eficiencia** a través de un proceso de innovación y mejora constante. La gestión de la relación con el cliente pretende definir un ciclo de mejora continua dentro de un **sistema de gestión de la calidad**, certificado según la norma **ISO 9001**, que permite tanto gestionar la operativa diaria que afecta a la satisfacción de los clientes, como llevar a cabo una evaluación anual mediante los índices de satisfacción y el establecimiento de medidas de mejora.

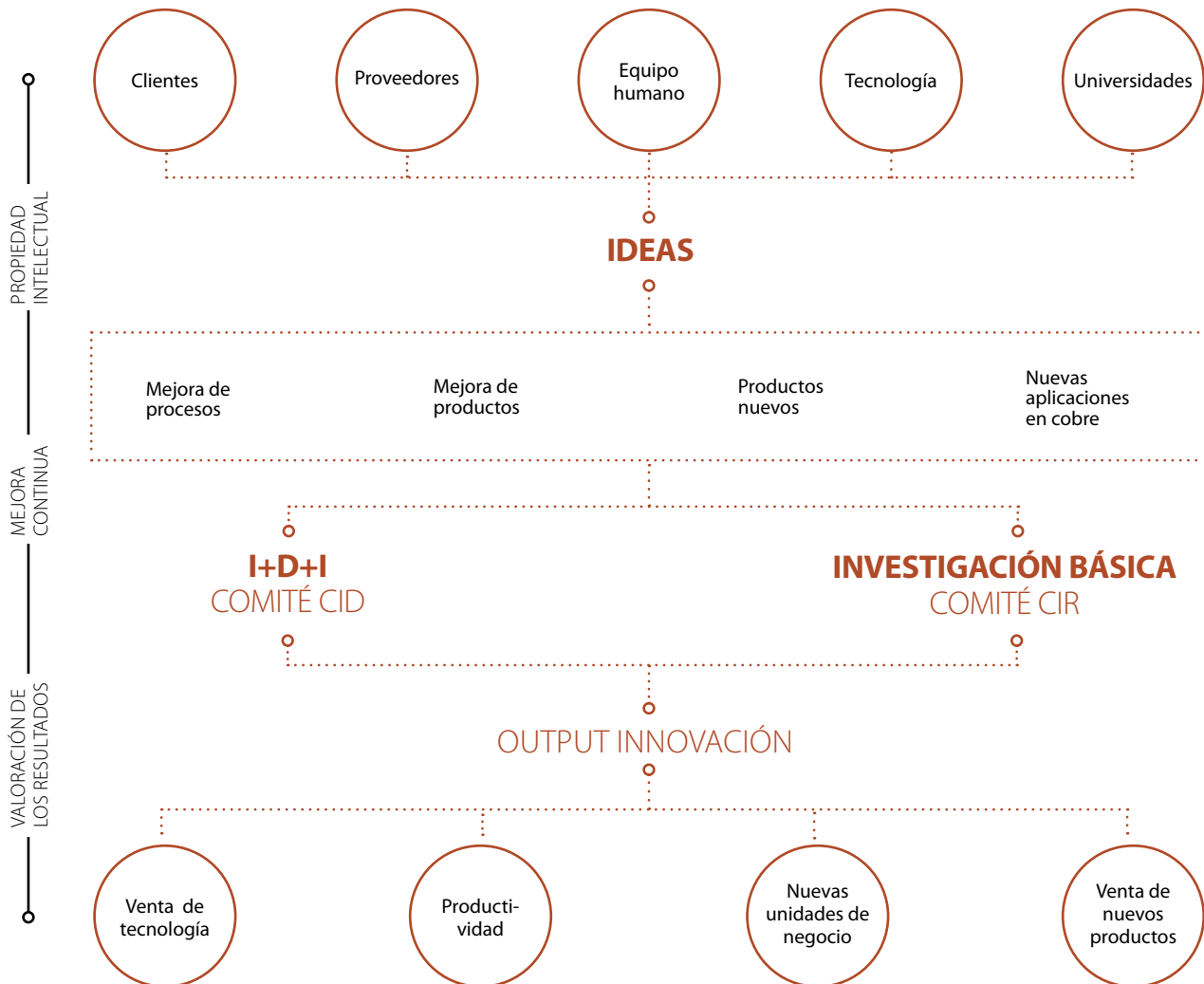


9.1 INNOVACIÓN PARA TRANSFORMAR LAS IDEAS EN VALOR

La **innovación y la mejora** son, en LFG, **factores estratégicos** que afectan de modo transversal a la compañía y al entorno. **Gracias a esos factores estratégicos las ideas se transforman en valor**. Continuamente y de forma activa, buscamos nuevas soluciones en procesos, productos y tecnología; fomentamos nuevas maneras de pensar en nuestro equipo; y encontramos nuevas formas de trabajar que mejoran nuestra competitividad. En este sentido, por ejemplo, en LFG somos punteros en el desarrollo de aleaciones y productos de cobre de altas prestaciones.

En LFG no nos focalizamos únicamente en nuestros productos y servicios, sino también en toda su **cadena de valor**.

Proveedores, clientes y universidades participan de nuestro modelo de innovación. Las distintas perspectivas constituyen una **fuentes de nuevas ideas** de las que se beneficia todo el conjunto y que ayudan continuamente a empujar los límites de la innovación para generar un valor diferencial y sostenible. Por ello, el establecimiento de **alianzas con los agentes** mencionados es un elemento clave de nuestro enfoque de innovación.



A lo largo del ejercicio 2011 hemos **consolidado la estructura de I+D+I**, que cuenta con nueve personas distribuidas en las diferentes empresas, y es responsable del trabajo en red con los diferentes colectivos que intervienen en la innovación (universidades y centros tecnológicos, proveedores y clientes). Este año hemos empezado **nuevos proyectos de innovación que se consolidarán en el 2012**.

Año tras año, el personal de LFG tiene más interiorizado que la producción supone **"trabajo para hoy"** pero la innovación es **"trabajo para mañana"**. En un contexto económico como el actual esta percepción es de suma importancia.

INVESTIGACIÓN BÁSICA

Disponemos de un centro de investigación en la UAB con dos científicos de LFG (Research Center 2).



INVESTIGACIÓN APLICADA E INNOVACIÓN

Investigación que se realiza en un pequeño centro de investigación del que disponemos en las mismas instalaciones de LFG, (Research Center 1) y que se centra en procesos y productos.



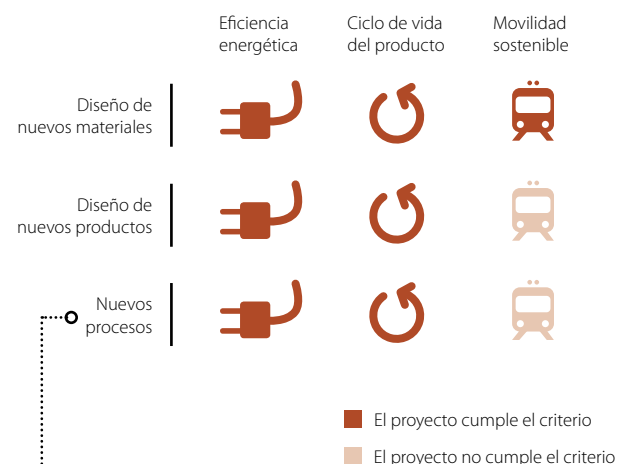
GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Incluye las tareas de creación de patentes, relaciones con instituciones y centros de investigación y búsqueda del estado de la técnica. Disponemos de un departamento específico para las relaciones con el exterior, desde el punto de vista de la investigación.



TENDENCIAS DE LA I+D+I DE LFG

La consideración y aplicación de **criterios de sostenibilidad** está presente en la innovación en nuestros productos y procesos.



LFR

Fabricación de aleaciones.

LFL

Fabricación de aleaciones y mejora de procesos.

LFT

Sistema de control del tubo de prensa (patente) para asegurar la calidad del tubo final.

RESULTADOS DE LA I+D+I DE 2011

Hemos consolidado **tres patentes** fruto de tres innovaciones de producto y proceso de la compañía:

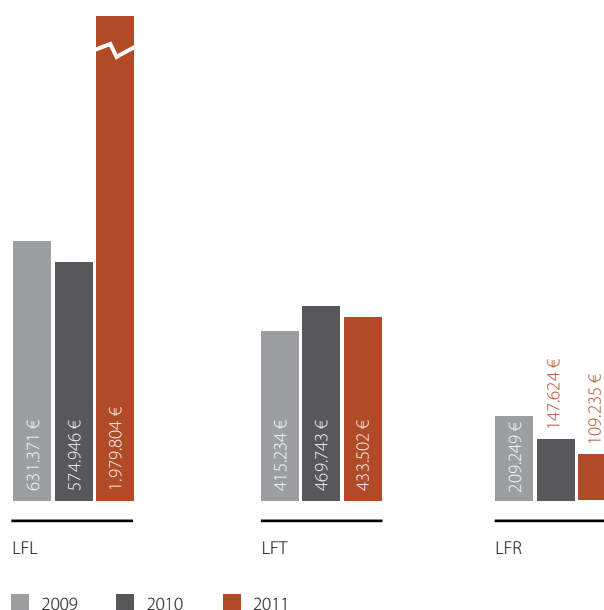
- Dispositivo generador de potencia eléctrica (Universidad de Barcelona).
- Conductor eléctrico para el transporte de energía eléctrica y el procedimiento de fabricación correspondiente (LFL).
- Sistema de medición de excentricidad para tubos metálicos no ferromagnéticos y el método correspondiente (LFT).

INVERTIMOS EN INNOVACIÓN E INVESTIGACIÓN

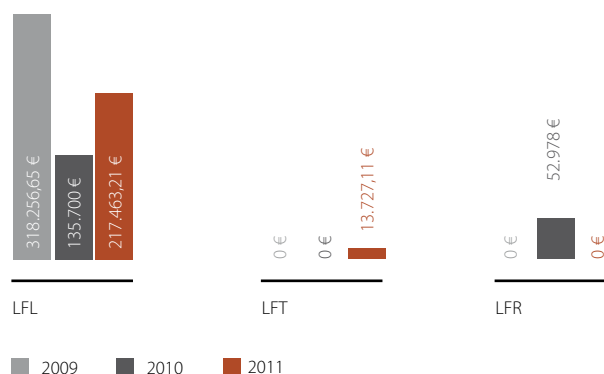
En 2011 hemos **invertido más de 370.000 euros en los dos centros de investigación** de que disponemos: uno, en las instalaciones de LFG (*Research Center 1*), que cuenta con una reproducción en miniatura del proceso productivo de la fundición, y otro, en la Universidad Autónoma de Barcelona (*Research Center 2*), donde se potencia nuestra política de investigación para desarrollar nuevas aplicaciones del cobre.

En 2011 la **inversión en I+D+I** de las empresas industriales de LFG ha sido del **0,24% de la facturación** y del **42% del beneficio neto consolidado**.

INVERSIÓN EN I+D+I



SUBVENCIONES RECIBIDAS A FONDO PERDIDO PARA EL DESARROLLO DE PROGRAMAS DE I+D+I



RESULTADOS DE LA I+D+I DE 2011

En 2011 hemos diseñado el **flujo de la innovación abierta para mejorar la coordinación de la cartera de proyectos** que estamos llevando a cabo en colaboración con otros colectivos. La finalidad es tener un equilibrio, maximizar el valor añadido y optimizar los recursos para reforzar el aprovechamiento en las áreas que son de nuestro interés, por ejemplo, la introducción de nuevos productos en el mercado.



EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

IMPLANTAMOS SISTEMAS QUE PERMITEN CONOCER ON-LINE LA CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS

Se trata de conocer de forma continua las variables que influyen en la calidad del producto

LA FARGA LACAMBRA Y LA FARGA ROD

Se ha diseñado un sistema informático que permite definir la calidad de los jumbos a partir de la medición, mayoritariamente automática, de las variables clave del proceso (temperaturas, presiones, caudales...) y de los resultados de los ensayos sobre el producto final. Estos datos se envían sistemáticamente al ordenador central para que los procese y determine la categoría interna de calidad de cada uno de los jumbos.

LA FARGA TUB

Existe una relación comprobada entre la excentricidad que tienen los tubos a la salida de la prensa y su valor de excentricidad al final del proceso de fabricación. Por ello, en La Farga Tub hemos desarrollado un sistema que permite medir automáticamente la excentricidad en el origen (salida de prensa), para poder estudiar las variables que influyen y corregirlas. Este sistema está formado por un robot que coloca y retira de forma continua el dispositivo medidor, basado en corrientes inducidas, sobre los tubos a la salida de la prensa. Este sistema de control de calidad ha sido motivo de desarrollo de una patente.



9.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS ORIENTADOS A LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La orientación global al cliente es un aspecto clave de nuestro negocio. Trabajamos no solo para garantizar el servicio al cliente basado en la proximidad, el trato personal y la atención activa, sino también para ofrecerle los **productos más adecuados y adaptados a sus requerimientos**.

Creemos que ofrecer un producto que se ajuste a las necesidades y a la finalidad de su uso es básico, y vamos más allá innovando, mejorando y ampliando el servicio ofrecido. Para ello nuestras actuaciones tienen por objetivo:

- Mejorar constantemente la **calidad técnica** y del **servicio ofrecido**.
- **Trabajar conjuntamente** con los clientes.
- Transmitir la **cultura de mejora continua**, tanto interna como externamente.
- Situar a los clientes en el **centro de todas nuestras actuaciones**.

Establecer una relación comercial y de confianza mutua con los clientes me ha permitido avanzar profesionalmente, y todo ello acompañado siempre de una constante innovación en nuestra empresa.

Superar las expectativas del cliente es nuestra inquietud; satisfacerlas, nuestro objetivo.

Poder ofrecer una calidad óptima en nuestros productos y dar un servicio excelente en las entregas es la razón de ser de nuestra labor comercial.



Laura Villena
Técnica comercial de LFL

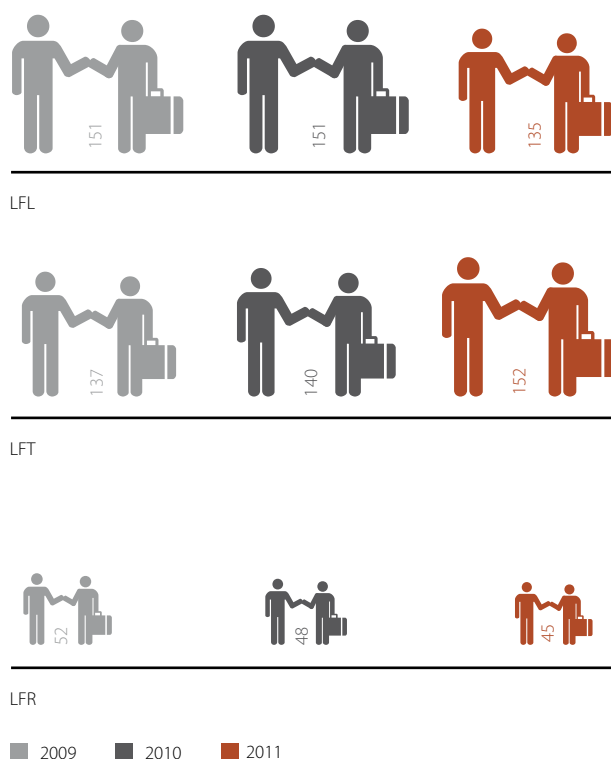


En el contexto actual es más importante que nunca consolidar la **fidelización de los clientes**. Para LFG cada **cliente es único** y tiene unos requisitos específicos, motivo por el cual se le brinda un trato personalizado. Nuestro equipo comercial se encarga de comprender cuál es la necesidad del cliente, y trabaja para que el **cliente sea un cliente partner**.

El cierre de algunos de nuestros clientes y la concentración a través de adquisiciones ha **modificado el mapa de clientes**. Otra de las razones que explica la disminución de clientes es la falta de riesgo que no nos permite vender con seguridad.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE CLIENTES Y FIDELIDAD DE LOS CLIENTES

Número de clientes



Porcentaje de clientes con más de 3 años de fidelidad



9.2.1 HERRAMIENTAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

SERVICIO DE ASESORÍA TÉCNICA

En LFG contamos con un **equipo de técnicos** que visita las instalaciones de los clientes que así lo solicitan con el objetivo de **garantizar la adecuada utilización de nuestros productos**, y ayudarles a **mejorar los procedimientos**. Complementariamente, nuestro equipo de técnicos se reúne con el equipo de técnicos de la empresa del cliente para la resolución de problemas y la mejora de procesos.

SERVICIO DISEÑO DE PRODUCTO

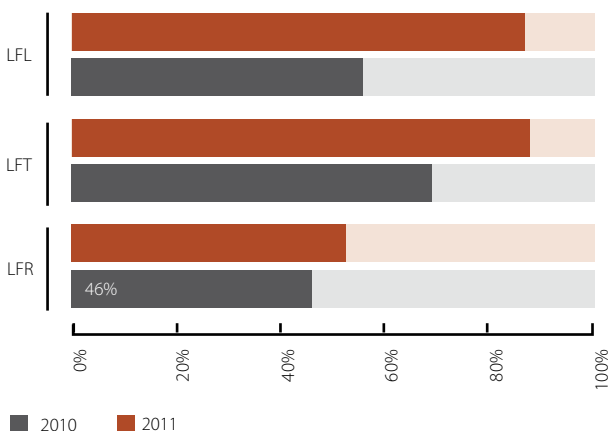
En LFG nos posicionamos como un **proveedor de soluciones**. Actualmente dadas las restricciones en capital humano que ha supuesto para nuestras empresas clientes la disminución de las ventas, y nuestra mayor experiencia y conocimiento, en LFG hemos **asesorado a nuestros clientes en la construcción y diseño de los productos de cobre desnudo**, especialmente en los productos trefilados.

GESTIÓN DE RECLAMACIONES

De acuerdo con la norma ISO 9001, disponemos de un **sistema para la gestión de las reclamaciones** de los clientes. Queremos reducir y gestionar de una manera más eficiente y rápida las reclamaciones de los clientes.

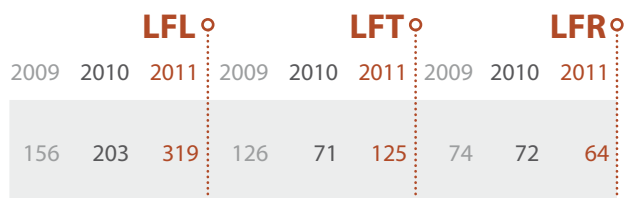
INDICADORES DE LAS RECLAMACIONES RECIBIDAS

Porcentaje de reclamaciones atendidas y solucionadas en un plazo de tiempo máximo de 3 días



En este sentido, en nuestras empresas industriales hemos logrado **aumentar el porcentaje de reclamaciones atendidas y solucionadas en un plazo de tiempo máximo de 3 días.**

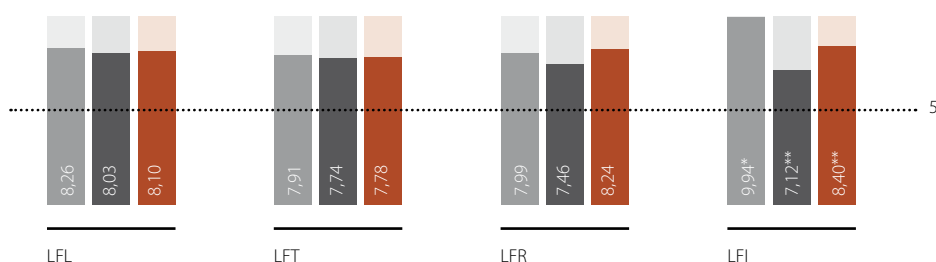
Número de reclamaciones



ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

El **grado de satisfacción de los clientes** se evalúa anualmente contemplando el **servicio**, en general, y la **calidad técnica del producto**, en particular, (método Serviqua) de cada una de las compañías. El sistema de evaluación está segmentado por tipología de cliente (A, B o C, según el volumen) y de productos. Ello nos permite obtener información más detallada y poder establecer **medidas de mejoramiento** adaptadas a las distintas necesidades.

Nuestro objetivo es **incrementar año tras año un 3% el índice de satisfacción de los clientes**. En 2011, todas las compañías han variado al alza el índice de satisfacción, destacando especialmente el caso de LFR que ha registrado una subida del 10% respecto al ejercicio del 2010.



* 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).

■ 2009 ■ 2010 ■ 2011

OBJETIVOS DE LOS PLANES DE MEJORA PARA 2012

- **Mejora de la capacidad de respuesta** a través de la correcta definición de los procesos y los responsables de la comunicación al cliente.
- **Reorganización comercial** para adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes.
- **Disminución del tiempo de respuesta de las consultas** sobre nuevos productos.



9.3 GESTIONAMOS LA CALIDAD DE FORMA TRANSVERSAL

La calidad constituye un rasgo esencial en los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes, y se formaliza a través del **sistema de gestión de la calidad**, certificado según la norma **ISO 9001**. El sistema permite garantizar la **transversalidad de nuestras actuaciones** y la implicación de todo nuestro equipo humano en la consecución de los objetivos cuyo propósito es conseguir la máxima calidad.

CERTIFICACIONES 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).

ASPECTOS A DESTACAR EN RELACIÓN A LA GESTIÓN DE LA CALIDAD

LFL

Gran mejora de la **trefilabilidad del alambón**.

LFT

Implantamos un **nuevo modelo de autocontroles** que aseguran la calidad de los productos justo en el momento en que se están fabricando.

LFR

Conseguimos **mejorar la atención al cliente tanto interno como externo**. La consolidación de la calidad de nuestro alambón ha sido reconocida por nuestros principales clientes.

OBJETIVOS DE CALIDAD PERSEGUIDOS EN 2011

LFL

Mejorar la **trefilabilidad del alambón**.

Objetivos conseguidos: 55%

LFT

Mejorar el servicio ofrecido a los clientes e incrementar la **rentabilidad de los activos**.

Objetivos conseguidos 73%

LFR

Mejorar la **trefilabilidad de nuestro producto**.

Objetivos conseguidos 55%

9.3.1 HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

PLANES DE MEJORA

A partir de la información objetiva obtenida de las distintas fuentes de información de los clientes, definimos e implantamos planes de mejora para **alcanzar objetivos siempre dirigidos a incrementar la calidad.**

EJEMPLOS DE ACCIONES DE MEJORA CONTINUA DESARROLLADAS DE ACUERDO CON LA INFORMACIÓN RECIBIDA DE CLIENTES O PROVEEDORES

LFL

Destacan las mejoras introducidas en la colada continua que nos han permitido establecer el **máximo histórico de trefilabilidad** en el alambIÓN.

LFR

Hemos modificado el **sistema de pesaje de los palés**, de modo que ahora es un sistema completamente **automatizado**, y hemos mejorado la implantación del plan de control en planta y del plan de control de recepción de material.

FICHAS DE ATENCIÓN ESPECIAL PARA NUEVOS PRODUCTOS

Ante la petición de un nuevo artículo por parte del cliente, abrimos una **ficha que recoge las características técnicas específicas que habría de tener el nuevo producto**. Esta ficha es enviada a varias personas de la empresa, quienes valoraran si es posible fabricar el nuevo producto asegurando la máxima calidad. A continuación, se remite la ficha al Departamento de Calidad para que apruebe o desapruebe la fabricación de dicho producto.

- Fichas de atención especial para nuevos productos abiertas en 2011: 182 (97 LFL y 85 LFT).
- Fichas de atención especial para nuevos productos cerradas en 2011: 182 (97 LFL y 85 LFT).
- Correos de consulta sobre nuevos productos recibidos en 2011: 56.

MANUAL DE CALIDAD

Es un **documento guía** que especifica la misión y visión de LFG con respecto a la calidad, así como la política de calidad y los objetivos que promueven el cumplimiento de dicha política. El manual expone la estructura del sistema de gestión de la calidad de la que se derivan procedimientos e instrucciones.

TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN AL CLIENTE

Para LFG, asumir la responsabilidad significa que sus clientes dispongan de toda la **información necesaria relativa a las características técnicas de los productos y a los requisitos de compra**. Otras especificaciones y normas pueden ser particularmente acordadas con cada uno de los clientes.

SEGUIMIENTO SISTEMÁTICO DE OBJETIVOS

Para velar por el cumplimiento de los objetivos, nuestro sistema de gestión de la calidad dispone de **programas y metas que se evalúan cada tres meses**. Adicionalmente, en los comités de dirección de las compañías y en las entrevistas de evaluación del rendimiento se realiza un seguimiento anual de dichos objetivos.

CERTIFICADOS QUE AVALAN LA CALIDAD DEL PRODUCTO

LFT

Certificado NSAI (Irlanda) para el tubo sanitario semi duro.



9.4 FAVORECEMOS LA MEJORA CONTINUA

La orientación de LFG hacia la **mejora continua busca incrementar la eficacia en todos los procesos de negocio**, ya sea a nivel industrial y/o de gestión.

Ver Modelo de Gestión Operacional (MGO) en la página 56.

DÓNDE APLICAN LAS TÉCNICAS DE MEJORA CONTINUA

	LFL	LFT	LFR
OOL - 5'S	✓	✓	✓
Metodología KANBAN	✓		✓
Lean Office	✓	✓	✓
OEE	✓	✓	✓
Mizu's	✓	✓	
Sistema de sugerencias	✓	✓	✓
Historia de calidad	✓	✓	✓
SMED		✓	
TMP - Mantenimiento productivo total	✓	✓	✓
SCRA	✓	✓	✓
CEDAC	✓	✓	✓
Equipos Autónomos	✓		
Despliegue de costes	✓	✓	✓
VSM	✓	✓	✓
JIT	✓		
Seguridad y prevención	✓	✓	✓
Autocontrol	✓	✓	✓

En este contexto, cabe añadir el **Lean Management como paraguas de las distintas acciones de mejora**. Se trata de una técnica enfocada a conseguir la máxima eficacia en todos los procesos de negocio, mediante la eliminación de las actividades que no aportan valor (MUDA), y con la finalidad de ofrecer un rendimiento superior para los clientes.

Además, la **implantación de estas técnicas se hace extensiva**, en algunos casos, **a los proveedores** que trabajan dentro de nuestras instalaciones. Un ejemplo es LFR, con la **implantación del TPM** (Mantenimiento Productivo Total).





EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

PROYECTO DE IMPLANTACIÓN DE LA MINIFÁBRICA

Se trata de una experiencia piloto, del más alto estadio de implantación del *Micromanagement*, la gestión autónoma de la actividad. Relacionado con el *empowerment*, es un proyecto de mejora continua que ha contribuido al establecimiento de un área excelente en cuanto a control y mejora sistemática de procesos, solución de problemas, establecimiento de objetivos y gestión autónoma de la actividad.

Como si se tratara de una empresa independiente, un área de la sección de trefilería ha establecido su propia misión, relaciones cliente-proveedor, procesos, plan de gestión, comunicación interna y actividades de mejora. El resultado es que el servicio al cliente, la planificación, el control del proceso y la motivación del personal integrante ha mejorado de manera notable.

9.5 DAMOS RESPUESTA A LAS NECESIDADES DE COMUNICACIÓN

LFG ha apostado siempre por una **comunicación participativa con el cliente** y que se ha gestionado a través de distintos canales. El objetivo es dar respuestas a las necesidades informativas de los clientes y mejorar su grado de satisfacción en su relación con la compañía.

Las actuaciones vinculadas a la comunicación corporativa se definen anualmente en el **Plan de Comunicación Externa de LFG**.

En el año 2011, los objetivos se han centrado en focalizar la comunicación en los temas relativos a la internacionalización, innovación y servicio a los clientes, y en segmentar los públicos objetivos y optimizar la comunicación vía web.

Hemos llevado a cabo el **89%** de las 112 **acciones de comunicación externa planificadas** para el 2011.

OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LFG PARA EL 2012

- Incrementar nuestra presencia internacional, a través de ferias y participadas.
- Potenciar la comunicación orientada a cliente: página web del grupo.
- Coordinar la comunicación entre participadas.

COMUNICACIONES EXTERNAS REALIZADAS

- Comunicación de las **mejoras de producto**.
- **Entrevistas personales**, desde el Departamento de Marketing, para atender a las necesidades del cliente. Estas entrevistas implican en volumen el 47% de los clientes. Después, se convierten en acciones concretas. Esto facilita la comunicación más allá de la visita comercial y de la información cuantitativa de la encuesta.
- Organización del Departamento Comercial con **un account manager por cliente**. Para facilitar la comunicación, cada empresa tiene sus propios canales y personas de contacto. Esta práctica también se ha llevado a cabo en el Departamento de Calidad.



OBJETIVOS DE I+D+I PARA EL EJERCICIO 2011

Consolidar patentes.	100%
----------------------	-------------

OBJETIVOS DE I+D+I PARA EL EJERCICIO 2012

Consolidar patentes.

OBJETIVOS DE CLIENTES PARA EL EJERCICIO 2011

Mejorar la calidad percibida de los productos.	57%
Mejorar la comunicación con los clientes.	100%
Mejorar el índice de satisfacción de los clientes.	100%
Aumentar el conocimiento de los requerimientos de los clientes.	100%
Revisar el proceso de calidad de servicio.	66%

OBJETIVOS DE CLIENTES PARA EL EJERCICIO 2012

Implantar el sistema de previsión de la demanda para mejorar el servicio.
Mejorar la calidad del alambión para un segmento concreto.
Reducir el número de incidencias por calidad de producto.
Mejorar la calidad percibida por el cliente.
Mejorar la entrega al cliente.

10 Proveedores

SINERGIAS GANADORAS

En La Farga Group consideramos que la relación estratégica con las empresas proveedoras es un factor clave que permite continuar con nuestra actividad de la forma más eficiente, económica y técnica.



23%

de proveedores
con facturación
superior a
100.000 €



904

empresas
proveedoras



23%

de proveedores
locales



EN LFG CONSIDERAMOS
LA EMPRESA PROVEEDORA
COMO UN ALIADO
ESTRATÉGICO.



Sabemos que para ofrecer productos innovadores y de calidad y un buen servicio necesitamos contar con una **cualificada y eficiente red de proveedores** (materia prima, servicios, servicios financieros y grandes proveedores). Por eso procuramos consolidar unas **relaciones de alianza que promuevan el beneficio mutuo**, y tratamos de orientar nuestra cadena de suministro hacia **prácticas responsables y coherentes con nuestra estrategia de responsabilidad corporativa** en su triple dimensión: social, ambiental y económica.

ASPECTOS DESTACADOS DE 2011

- Hemos elaborado la **política de gestión de proveedores de LFG**, para extender nuestro compromiso y contribuir a su participación activa en el desarrollo de la responsabilidad corporativa.
- Elaboración de un **estudio para calcular las emisiones de CO₂** en la cadena de transporte del alambión de LFL.

EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

CÁLCULO DE LAS EMISIONES DE CO₂ EN LA CADENA DE TRANSPORTE DEL ALAMBRÓN DE LFL

La Farga Group ha elaborado conjuntamente con el Port de Barcelona un estudio de valoración del impacto ambiental generado por el transporte de alambión expedido por La Farga Lacambra. La compañía da un paso al frente en la intención de ir más allá de controlar las emisiones que la propia actividad productiva genera.

El estudio cuantifica las emisiones de CO₂ que el transporte del material genera, ya sea transporte terrestre o marítimo, con el objetivo y el compromiso de minimizar la huella de carbono y ser eficientes en la gestión del transporte para conseguir mejores resultados para el cliente y el medio ambiente, y también para la sociedad, en general.

La Farga Lacambra genera 15,8 kg de CO₂ en el transporte de cada tonelada de alambión vendida. En el caso de que la compañía tuviera que pagar los derechos de emisión, es decir, internalizase el coste ambiental, el coste adicional ascendería a 23€ por cada 100 toneladas facturadas.*



* Cálculo realizado a partir de los datos de transporte de alambión de LFL de los 7 primeros meses del año.

10.1 HACEMOS EXTENSIVO EL COMPROMISO DE SOSTENIBILIDAD

Trabajamos para **trasladar a nuestros proveedores el compromiso en materia de sostenibilidad**. Para ello, tal y como contempla la Política de Gestión de Proveedores de LFG, promovemos el cumplimiento de **buenas prácticas desde el punto de vista ético, social y ambiental** favoreciendo la contratación de proveedores cuyos modelos de conducta sean coherentes con nuestra estrategia de responsabilidad corporativa.

Este 2011 hemos elaborado un **código ético dirigido a proveedores estratégicos** a quienes se les comunicará, oportunamente, durante el primer trimestre de 2012. El código recoge los compromisos ineludibles en materia de sostenibilidad, que nuestros proveedores deben asumir. Mediante conformidad por firma del mismo, se comprometen a **contribuir a la consolidación de negocios sostenibles**.



CÓDIGO ÉTICO PROVEEDORES

La razón de un código para los proveedores de La Farga Group nace de la necesidad de alinear a los integrantes de la cadena de suministro a una misma idea de misión, visión y valor. Así pues, en ese sentido, entendemos que las empresas que colaboran con nosotros en el desarrollo de productos y servicios deben cumplir con lo que ha venido a denominarse Responsabilidad Corporativa de la Empresa:

ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES

El proveedor se compromete a la aplicación de la legislación medioambiental vigente e introducción de mejoras en el desarrollo de su actividad para un óptimo aprovechamiento de los recursos, tales como reducción del consumo de agua, reciclaje de materiales o disminución de la emisión de gases.

ASPECTOS SOCIALES

Fomentar políticas de igualdad entre personas sin ningún atisbo de discriminación por razón de género, raza, religión, origen social o procedencia.

Promover la cualificación y desarrollo personal y profesional.

Velar por la seguridad del trabajador en el ámbito de la empresa proporcionándole los elementos de protección necesarios para ello así como la formación para un correcto desempeño de sus funciones.

ASPECTOS ECONÓMICOS

El proveedor de La Farga Group no divulgará ninguna información confidencial que no le pertenezca ni la utilizará para sus propios intereses.

Tomará las medidas oportunas para suministrar con los niveles de calidad exigidos, revisando tanto los servicios y/o productos como los procesos si fuera necesario.

Fomentará la gestión eficiente de los recursos para ofrecer el mejor precio posible.

Trabjará en colaboración con LFG, aplicando criterios de satisfacción integral del cliente, mejora de proceso y, siempre que sea posible, participará en proyectos de I+D.

El Código Ético es el punto de partida y la base para el posterior desarrollo de un procedimiento que mejore el **proceso de evaluación y selección**, y que contemplará el seguimiento de las evaluaciones anuales de los proveedores. En este sentido, en 2011 hemos realizado una **evaluación a nivel de calidad a todos los proveedores de LFG** (tanto de cobre como no cobre), y en LFR se están evaluando semanalmente los proveedores de servicios y mantenimiento que trabajan en nuestras instalaciones.

EXTENSIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD LABORAL A LOS PROVEEDORES

Uno de los retos que LFG tiene es procurar **extender la cultura y compromiso en materia de prevención de riesgos laborales entre nuestros proveedores**. Para ello, es requerida la formación en prevención de riesgos laborales en beneficio del desarrollo de las funciones y actividades de todos los proveedores que trabajan en nuestras instalaciones. En el caso de LFR, esta formación la desarrollamos directamente desde nuestra empresa.

10.2 RELACIONES DE ALIANZA CON LA EMPRESA PROVEEDORA



Nuestro modelo de negocio impulsa la conveniencia de establecer una estrecha relación y unos **canales de comunicación bidireccionales que refuercen las relaciones de alianza** entre LFG y sus proveedores. El objetivo final es descubrir y satisfacer tanto las necesidades como las expectativas de ambas partes.

EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

PROYECTO ANTIMICROBIANO EN LFG

El cobre es un material que tiene la capacidad de eliminar el 99,9% de las bacterias en apenas dos horas, además de inhibir el crecimiento de virus y hongos reduciendo las posibilidades de infección y actuando permanentemente como material eficaz en la lucha contra agentes patógenos.

Después de ver la importancia del comportamiento del cobre como material frente a las infecciones como agente bactericida, La Farga Group juntamente con un taller externo de confianza, decidieron llevar a cabo un proyecto de mejora de las infraestructuras a través de la colocación de pomos de cobre en algunas de las puertas de acceso a las instalaciones de los edificios del grupo.



WIN TO WIN

En la relación con nuestros proveedores fomentamos el **intercambio de ideas y necesidades para maximizar nuestros servicios y ganancias**. En base a la aplicación del concepto *win to win* diseñamos planes de mejora continua a partir de las medidas de calidad percibidas por ellos.

EVALUACIÓN TÉCNICA DE LOS PROVEEDORES QUE TRABAJAN EN NUESTRAS INSTALACIONES

Los equipos técnicos de LFG, que tienen una relación directa con los proveedores, **evalúan el servicio que nos ofrecen**. En 2011, el resultado ha sido de 76 sobre 100.

Desde Effitronix nos sentimos privilegiados de haber trabajado codo a codo con el personal de LFR en el desarrollo y la implantación del sistema de mantenimiento predictivo MICO24. Se ha cumplido el objetivo de reducir el número de paradas no controladas y detectar periodos de inoperatividad, evitando así pérdidas de productividad, gastos extras por el elevado coste del mantenimiento correctivo y el derroche de energía, con el consiguiente beneficio medioambiental. En este tiempo intenso de trabajo nos hemos sentido más socios colaboradores que proveedores.

Sr. Lluís Verdaguer
Iniciador y gestor del
proyecto de Effitronix



10.3 COMPROMISO CON LOS PROVEEDORES LOCALES DE MATERIA PRIMA Y SERVICIOS

La actividad de LFG, en el territorio en el que opera, busca la **creación de valor para los proveedores locales** (comarca de Osona y alrededores), contribuyendo así a dinamizar la actividad económica de la zona.

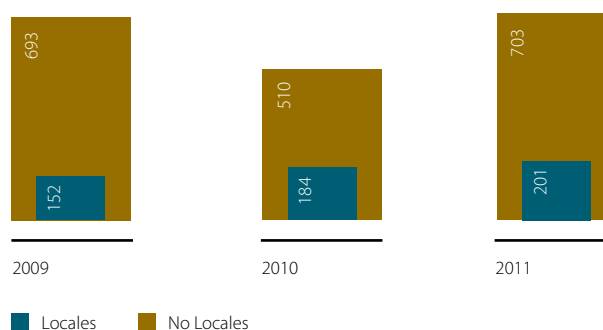
El crecimiento de LFG ha supuesto un **incremento del número total de proveedores de un 30%** respecto del ejercicio de 2010, y de un 9% en el caso de los **proveedores locales** (principalmente de proveedores de embalajes).

El 22% del total de proveedores de LFG son **proveedores locales** (de las comarcas de Osona y Ripollès). Si ampliamos el alcance, el 82% del total de proveedores son españoles.

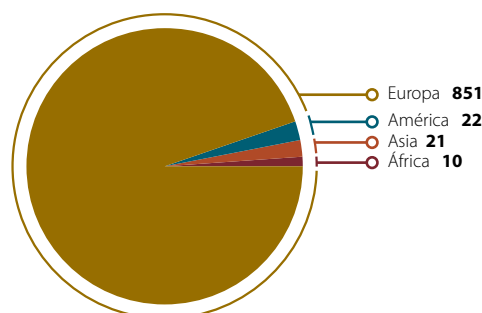
NÚMERO DE PROVEEDORES



UBICACIÓN DE LOS PROVEEDORES

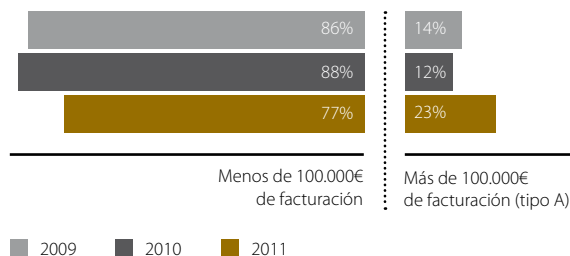


DISTRIBUCIÓN DE LOS PROVEEDORES SEGÚN REGIÓN

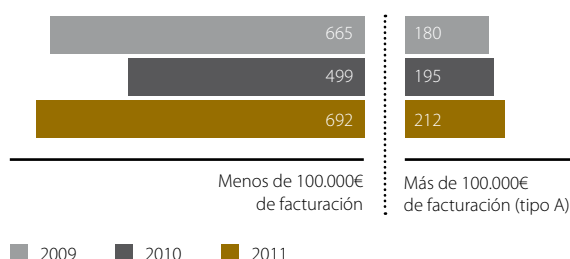


El 23% del total de proveedores del tipo A de LFG son proveedores locales.

PROVEEDORES LOCALES

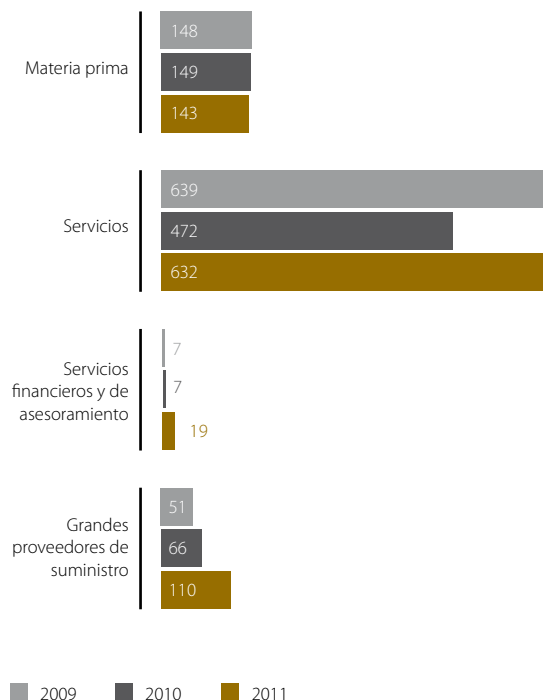


PROVEEDORES POR TIPO DE FACTURACIÓN



El 70% de los proveedores de LFG son proveedores de servicios.

PROVEEDORES POR TIPO DE PRODUCTO



En 2011 hemos establecido un **acuerdo con un proveedor para la recuperación de todos los palés de madera** para el alambroón de LFL y LFR. En LFR hemos modificado el criterio de compra y hemos **incrementado en un 20% la recuperación de palés.**

OBJETIVOS DIRIGIDOS A LAS EMPRESAS PROVEEDORAS PARA EL EJERCICIO 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. **100%**

OBJETIVOS DIRIGIDOS A LAS EMPRESAS PROVEEDORAS PARA EL EJERCICIO 2012

Extender el estudio de emisiones de CO₂ a otras familias de productos y empresas de LFG.

Remitir a todos los proveedores tipo A (facturación superior a 100.000 €) el Código de Conducta para Proveedores.

IMPLICACIÓN CON EL TERRITORIO

En La Farga Group estamos comprometidos con el desarrollo y progreso social, ambiental y económico de nuestro entorno y de la sociedad en general. Por ello mantenemos una estrecha relación de cooperación y colaboración con varios colectivos.



80.163 €

invertidos en becas y ayudas para estudios



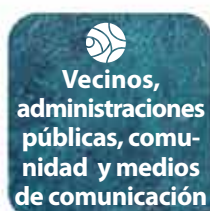
4.924

visitas al Museo del Cobre



14

colaboraciones, donaciones y patrocinios



Vecinos,
administraciones
públicas, comu-
nidad y medios
de comunicación

DIÁLOGO
BUENA VECINDAD
COLABORACIÓN
Y DESARROLLO CULTURAL Y SOCIAL
PROTECCIÓN DEL ENTORNO
TRANSPARENCIA
RESPECTO



Implicación
con el territorio

LFG / FUNDACIÓ LA FARGA

- Involucración con las generaciones futuras
- Gestionar la Fundació La Farga para la creación de valor
- Compartir nuestra experiencia
- Comunicar es la base para una buena relación con nuestro entorno
- El entorno es la esencia de nuestro modelo de innovación abierta

LA FARGA GROUP SOMOS
UNA COMPAÑÍA
FUERTEMENTE ARRAIGADA
AL TERRITORIO Y
COMPROMETIDA CON
NUESTRA SOCIEDAD.

La sociedad representa el entorno sobre el que se trasladan los impactos económicos, sociales y ambientales, tanto directos como indirectos de la compañía. Consideramos estos impactos en nuestra **Corporativa** y establecemos vínculos para el desarrollo de distintas **iniciativas** que repercutan en el **bienestar social de la comunidad** en la que operamos.



11.1 INVOLUCRADOS CON LAS GENERACIONES FUTURAS

CONTRATACIÓN DE ESTUDIANTES EN PRÁCTICAS

En LFG contamos con **convenios de colaboración con las universidades** UPC, UAB y UVic y **con los institutos** IES Vic, IES Voltregà y La Salle de Manlleu para formación profesional. Un total de **15 alumnos** pertenecientes a los diversos centros han realizado prácticas en diferentes departamentos de LFL, LFT y LFR.

DESARROLLO DE PROGRAMAS Y ACTIVIDADES CULTURALES

Durante el ejercicio 2011 hemos **colaborado con diferentes entidades y centros educativos** para desarrollar proyectos sociales y culturales.

NÚMERO DE CONVENIOS PARA PROYECTOS



UNIVERSIDAD DE VIC

14ª edición de los Premios Universidad de Vic a los mejores trabajos de investigación de estudiantes de bachillerato 2012. *Junio*

ASSOCIACIÓ SANT TOMÀS – PARMO Y XARXA DE MUSEUS D'OSONA

2X1 en la entrada general al Museo del Cobre para los titulares del carné de socio de la Associació Sant Tomàs. *Julio*

ESCOLA D'ART I SUPERIOR DE DISSENY DE VIC (EARTVIC)

Premios Innovación en Escultura de cobre. *Septiembre*

11.2 COMPARTIMOS NUESTRA EXPERIENCIA

La participación y colaboración en **ponencias** nos permite divulgar y compartir nuestra experiencia y conocimiento.

Día	Lugar	Tema	Ponente	Organizador
17/01/2011	ESADEFORUM en Barcelona	La RSE como parte del ADN de la empresa familiar	Carme Sáez, directora de Desarrollo Corporativo de LFG	Club Empresa Familiar ESADE Alumni
08/02/2011	Círculo de Economía	¿Hay vida más allá de los sectores emergentes?	Oriol Guixà, consejero delegado de LFG	Círculo de Economía y Plan Estratégico Metropolitano
01/03/2011	Sede de ATM en Barcelona	La Farga Group: soluciones para el sector ferroviario	Cristina Garcia, responsable de la gestión de la investigación	Comisión de I+D+I de RailGrup
04/03/2011	Museu Colet en Barcelona	Foro Estrategia Catalana Residuo 0 (ECRZ)	Ricard Moreu, técnico de seguridad y medio ambiente de LFG	Museu Colet
04/03/2011	ESADE en Barcelona	Una reflexión estratégica	Oriol Guixà, consejero delegado de LFG	ESADE
09/03/2011	Centro de Estudios y Asesoramiento Metalúrgico de Barcelona	La evolución y desafíos futuros de la gestión de los recursos humanos en el sector del metal	Dani Pérez, director de Personas y Organización de LFG	Centro de Estudios y Asesoramiento Metalúrgico
31/03/2011	Auditorio Banc Sabadell de Barcelona	Las claves del éxito de La Farga Group	Oriol Guixà, consejero delegado de LFG	Asociación para el Progreso de la Dirección (APD)
09/04/2011	Alemania	The Copper Museum	Soraya Serrano, responsable del Museo del cobre	Premios Micheletti 2011 en colaboración con EMA (European Museum Academy)
02/05/2011	Global Continuous Casting Forum de Atlanta	Tecnología de reciclaje de LFL y tecnología Upcast	Miquel Garcia, director general de LFL	The Wire Association International, Inc.
24/05/2011	Singapur	La huella de carbono del proceso de reciclado de cobre	Miquel Garcia, director general de LFL	Bureau of International Recycling
21/09/2011	IL3 Institute For Life-Long Learning de Barcelona	"Informes de sostenibilidad: una apuesta de éxito"	Carme Sáez, directora de Desarrollo Corporativo de LFG	Iavola
22/09/2011	CREALOR en Barcelona	La estrategia de mantener una gestión eficiente del servicio	Jordi Garriga, técnico de aprovisionamiento de LFG y Gerard Sala, técnico adjunto de mantenimiento preventivo de LFL	CREALOR
02/12/2011	Pabellón 2 del Recinto Gran Vía en el Hospital de Llobregat	Hilo de contacto ranurado de alta resistencia al desgaste	Núria Ferrer, directora de I+D+I de LFG	BcnRail Innova

LA FARGA GROUP EN LA SEGUNDA EDICIÓN DE CASA DECOR BARCELONA

La Farga Group estuvo presente en la **segunda edición de Casa Decor Barcelona** a través de la **exposición Copper in a box** para el lanzamiento de la campaña que tiene por lema: **"El cobre crea hogar"**.

Copper in a box es una exposición que muestra nuevos conceptos o **reinenciones de objetos** que se encuentran en las casas **creados en cobre o sus aleaciones**, como el bronce y el latón. Casa Decor es uno de los eventos del mundo de la decoración más prestigioso de nuestro país donde se presentan las últimas tendencias en diseño e interiorismo.



LA FARGA TUB EN SPAINSKILLS 2011

La Farga Tub ha **participado** en la **competición Spainskills 2011** que tuvo lugar en la ciudad de **Madrid**. En esta edición compitieron jóvenes de todas las Comunidades Autónomas de España para presentar los conocimientos adquiridos en cada uno de sus oficios, entre los que encontramos la fontanería y la calefacción con tubos de cobre. El ganador de la edición Spainskills pasa a las competiciones internacionales Euroskills y Worldskills.

La competición Spainskills 2011 es una **forma de promover y dar a conocer la Formación Profesional** (FP) en España y de demostrar el alto nivel educativo de los jóvenes estudiantes del país.



11.3 EL ENTORNO ES LA ESENCIA DE NUESTRO MODELO DE INNOVACIÓN ABIERTA

Nuestra implicación con el territorio va más allá de la acción social que desarrollamos en el entorno local. En este sentido, desde LFG **hacemos extensivo nuestro modelo de Gestión de la Innovación** (ver página 67) **a universidades y centros tecno-**

lógicos trabajando en red con ellos para el desarrollo de proyectos de investigación de **nuevas aplicaciones del cobre.**

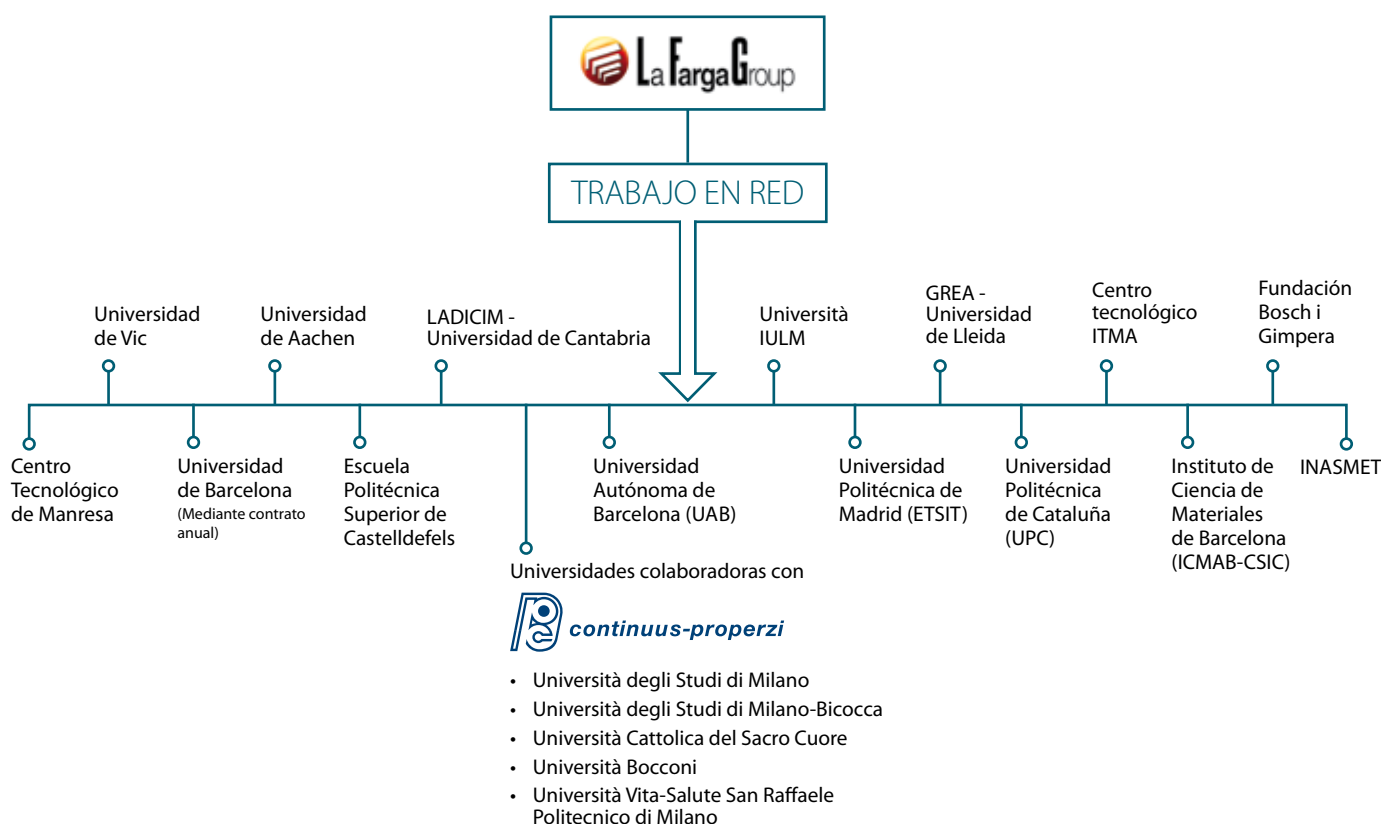
Desde la Gestión de la Innovación promovemos la Innovación Abierta

Desde el Área de Gestión de la Innovación damos apoyo a los Departamentos de Investigación Básica y de Investigación Aplicada facilitando la conexión con otros protagonistas de la innovación, como universidades y centros tecnológicos. Estamos presentes en los principales clústeres empresariales, para conocer de primera mano las tendencias tecnológicas del mercado. Otra función principal de nuestro departamento es dar valor al conocimiento que generamos en La Farga Group a través de nuevas patentes.

Cristina García
Responsable de la Gestión
de la Investigación de LFG



UNIVERSIDADES Y CENTROS TECNOLÓGICOS CON LOS QUE COLABORAMOS



11.4 GESTIONAMOS LA FUNDACIÓ LA FARGA PARA LA CREACIÓN DE VALOR

La misión de la Fundació La Farga es **crear valor y riqueza para los grupos de interés de su entorno más cercano**, por lo que apoya, impulsa y colabora en iniciativas culturales, formativas y sociales dirigidas tanto al municipio donde se ubica (Les Masies de Voltregà, Osona), como a los trabajadores y accionistas del grupo y a sus hijos.



ÁREAS DE ACTUACIÓN DE LA FUNDACIÓ LA FARGA



PROYECTOS DESTACADOS DEL AÑO

2ª EDICIÓN DEL CONCURSO DE JOYAS CON COBRE

En colaboración con la Escola d'Art i Superior de Disseny de Vic, **la Fundació La Farga hemos convocado la segunda edición del Concurso de Joyas con Cobre de pequeño formato** en el cual se han otorgado tres premios. En esta edición han **participado 11 alumnos** de diferentes cursos de la misma escuela y se ha destacado el alto nivel de las piezas presentadas, además de la aplicación de técnicas artísticas innovadoras, nuevos formatos y funcionalidades para este metal rojizo.

1ª EDICIÓN DE LOS JUEGOS FLORALES

La Fundació La Farga ha organizado los **primeros Juegos Florales del grupo** en los que los participantes debían presentar un dibujo, en categoría infantil, y un relato o poema relacionado con el cobre, en las categorías juvenil y adulto. Esta primera edición ha sido un éxito y en total **se presentaron 8 personas; 4 hijos de trabajadores y 4 trabajadores del grupo**. La Fundació La Farga premió a todos los participantes, por ser la primera edición.

ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENECE LA FUNDACIÓ LA FARGA Y EL MUSEO DEL COBRE



11.4.1 MUSEO DEL COBRE: EL PRIMERO DE EUROPA

El Museo del Cobre se encuentra en las instalaciones de La Farga Group, en un antiguo **edificio modernista de principios del siglo XX**; fue inaugurado en el año 2008, con motivo de la celebración del bicentenario de La Farga Lacambra. El Museo **divulga**, mediante distintos recursos, el conocimiento, **el uso y las aplicaciones que LFG ha hecho del cobre a lo largo de la historia** a nivel industrial, económico y ambiental.

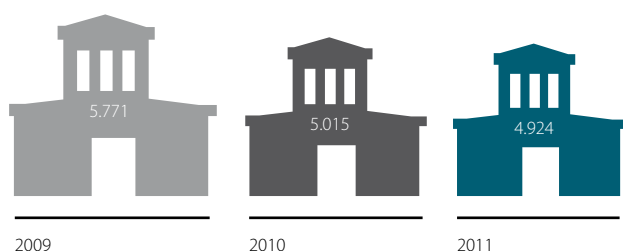
ÁREAS TEMÁTICAS DE LA EXPOSICIÓN

- 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 a través de una pasarela por las plantas de fusión, colada y trefilería de LFG)

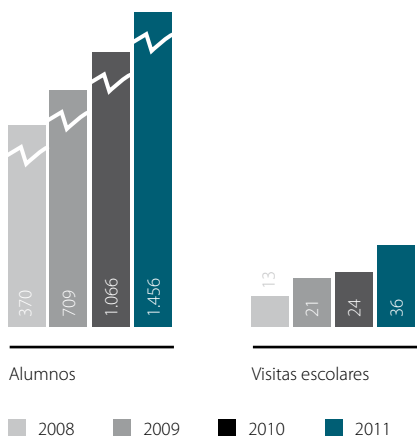


VISITANTES DEL MUSEO DEL COBRE

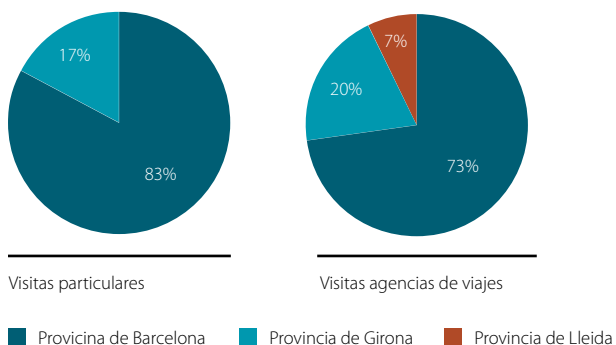
El Museo abrió las puertas al público en abril de 2008 y desde entonces se han contabilizado un total de **22.012 personas**, incluyendo las visitas realizadas en los actos del bicentenario.



Aunque se ha producido **un ligero descenso** en el número de visitantes respecto al 2010, las visitas de **grupos escolares han aumentado**, pasando de 24 escuelas y 1.006 alumnos en 2010 a 36 escuelas y 1.456 alumnos en 2011.



Respecto a la **procedencia de los visitantes**: la mayoría de particulares proceden de la provincia de Barcelona o de la comarca de Osona, mientras que las visitas programadas por las agencias de viaje provienen de las provincias de Barcelona, Girona y Lleida.



ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE DEL MUSEO DEL COBRE

En 2011 hemos evaluado el grado de satisfacción de 65 visitas de **particulares** al Museo, y han obtenido una **nota media de 9,32**, mientras que las vistas procedentes de 16 **agencias de viajes** han obtenido una valoración media de **9,31**, ambas estimaciones en la escala de 0 a 10.

"Aprender cosas, recordarlas, disfrutarlas... siempre es interesante y reconfortante. Si además lo haces con gusto, que es como nosotros hemos visto este espacio, entonces es para siempre, como el cobre. ¡Felicidades por el trabajo!"

"Realmente impresionante el nivel técnico del museo y su rigurosidad sin perder capacidad de divulgación"

Comentario recibido en el Libro de visitas

Gracias por la visita. El Museo, desconocido para nosotros, nos ha sorprendido. Los comentarios, entre nosotros, fueron muy buenos. Las dos visitas, complementarias, muy interesantes y se puede sacar provecho a muchos niveles. El Museo está bien documentado y hecho con mucho gusto.

Jaume Pont

Profesor de secundaria, de Física y Química, en el INS Lluís de Peguera (Manresa). Actualmente, en comisión de servicios, trabaja en los Servicios Territoriales de Cataluña Central en el área TIC, y coordina un grupo de trabajo de profesores de Física y Química de zona.

PROYECTOS DESTACADOS DEL AÑO

UNA NUEVA OFERTA PEDAGÓGICA PARA EL CURSO 2011-2012

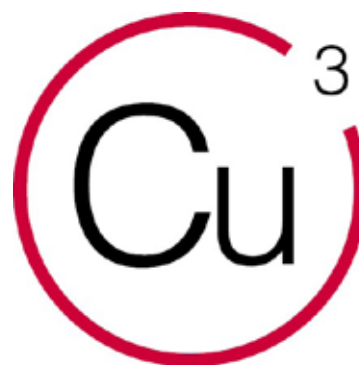
Hemos desarrollado un **nuevo material educativo** que ofrece actividades para un amplio segmento de público (alumnos de educación de primaria, secundaria y bachillerato). El material didáctico consta de diferentes soportes y recursos educativos como, por ejemplo, juegos de empatía, preguntas participativas, cuentos mitológicos para los más pequeños y dossiers adaptados a cada nivel educativo para trabajar durante y después de la visita al Museo.



PREMIO VICENÇ FISAS I COMELLA BASADO EN LA FILOSOFÍA CU3

Cu3: la filosofía del cobre es una filosofía de enseñanza que permite educar a los alumnos a través de tres valores: **conocimiento, creatividad y conciencia**.

En este contexto, hemos creado el **Premio Vicenç Fisas i Comella** dirigido a profesores de primaria, secundaria y bachillerato de los centros docentes de Cataluña. El premio tiene como objetivo reconocer la aplicación de esta filosofía en el campo de la educación, ya sea desde un proyecto de innovación hasta ejemplos de buenas prácticas realizadas en los centros.



PRIMER COPPER TRIP

Para presentar la nueva oferta pedagógica para el curso 2011-12 y el Premio Vicenç Fisas i Comella (Cu3), celebramos el primer **Copper Trip** en el que asistieron **profesionales de educación primaria, secundaria y bachillerato** de las comarcas de Osona y el Bages. Durante el **Copper Trip** también se llevó a cabo una sesión de creatividad, una visita al Museo y, finalmente, un pequeño refrigerio con alimentos ricos en cobre.



VÍDEOS PARA DIFUNDIR LAS PROPIEDADES DEL COBRE

Hemos elaborado varios **vídeos sobre experimentos** relacionados con el cobre, para dar a conocer las propiedades de este metal. Los vídeos están disponibles en el canal Youtube de LFG: <http://www.youtube.com/user/LaFargaGroup>.

El **videoclip “La cançó del Museu del Coure”**, grabado en el mismo museo, también se encuentra disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=cAOzJ28f4o&list=UU0oMS12S5inol9gVNfzFe_w&index=2&feature=plcp



11.4.2 PREMIOS OBTENIDOS EN 2011

EL MUSEO DEL COBRE FINALISTA EN LOS PREMIOS MICHELETTI 2011

El Museo del Cobre ha sido uno de los **15 finalistas de los Premios Micheletti 2011**, prestigiosos galardones europeos de museología convocados por el European Museum Forum con el **objetivo de reconocer y premiar la excelencia de tres museos**, con la concesión de The European Museum Academy Prize, The DASA Medal y el The 2011 Micheletti Award. El acto de entrega del premio tuvo lugar en el Centro DASA, en Dortmund (Alemania).

EL MUSEO DEL COBRE PREMIADO CON EL DIPLOMA TURÍSTIC DE CATALUNYA

El Museo del Cobre ha sido premiado con el **Diploma Turístic de Catalunya**, en reconocimiento a su destacada contribución al fomento del turismo en Catalunya. El acto de entrega del premio tuvo lugar en el Palau de La Generalitat de Catalunya el 12 de diciembre, y contó con la presencia del President de la Generalitat de Catalunya, Muy Honorable Sr. Artur Mas Gavarró.



11.4.3 BECAS DEL AÑO 2011

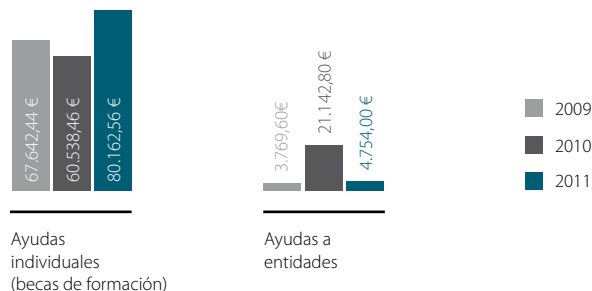
Cada año desde la Fundació La Farga **otorgamos becas a la familia empresaria, trabajadores y sus hijos y los residentes de Les Masies de Voltregà** para contribuir a mejorar y potenciar su formación.

BECAS DE FORMACIÓN OTORGADAS (CONVOCATORIAS OCTUBRE Y MARZO DE 2011)



* Incluye las becas para centros y escuelas de verano.

EVOLUCIÓN DE LAS AYUDAS



Haber sido premiada con una beca otorgada por la Fundació La Farga, como habitante de Les Masies de Voltregà, durante tres años, ha representado una oportunidad y un regalo muy importante para mí, ya que, en gran parte supone una especie de compensación por todos mis esfuerzos y también un estímulo para poder continuar estudiando y ampliar de esta manera mis horizontes, tanto profesionales como académicos. Sinceramente, estoy muy agradecida. Considero que es gracias a oportunidades como éstas que algunas personas podemos seguir formándonos y trazar poco a poco nuestro camino.

Cristina Gallifa

Vecina de Les Masies de Voltregà,
estudiante de Maestra de Educación Infantil

Como todos sabemos las vacaciones escolares son muy largas respecto a las nuestras como trabajadores, y eso hace que como padres no podemos disfrutar de nuestros hijos íntegramente durante sus vacaciones y nos tenemos que preocupar donde "dejarlos" durante la jornada laboral; algún casal de confianza, que hagan muchas actividades y que lo disfruten. Estos centros tienen un coste y es de agradecer saber que la Fundación La Farga, como trabajadores del Grupo, nos proporciona becas para pagar una parte. Es una ayuda económica por el gasto extra que nos supone y es un honor poder acceder a ella.



Lidia Soler

Técnica administrativa y de aprovisionamiento de LFG

11.4.4 INICIATIVAS DE ACCIÓN SOCIAL

Desde LFG promovemos también iniciativas culturales y sociales a través de **colaboraciones, donaciones y patrocinios** a diversas entidades, uno de los ejes esenciales de la actividad social del grupo.

NUESTRAS COLABORACIONES, DONACIONES Y PATROCINIOS

SOMRIURES DE BOMBAY

Donación para la lucha contra la pobreza, por el respeto a los derechos humanos.

ESCOLES DE VINYOLES

Donación para la celebración del cierre de las antigua escuela Comtes de Lacambra, de Vinyoles.

ESCOLA EL ROSER, PARA EL CROSS

Donación de libros de cuentos del cobre y entradas al Museo del Cobre para los ganadores del Cross del Roser, escuela de Sant Julià de Vilatorrada.

XARXA DE MUSEUS D'OSONA (XMO)

Convenio de colaboración entre los museos miembros de esta red para desarrollar el proyecto de mejora de la web, promoción y difusión de la XMO a la que pertenece el Museo del Cobre.

ESCOLA D'ART I SUPERIOR DE DISSENY DE VIC

Convenio de colaboración para la realización de un concurso de piezas de cobre en pequeño formato, en el que la Fundació aporta una beca para subvencionar los gastos.

COMISIÓN DE FIESTAS DE VINYOLES

Chocolatada popular y entrada gratuita al Museo del Cobre.

Donación para la celebración de la Cabalgata de Reyes.

CREU ROJA - CRUZ ROJA A OSONA

Venta de participaciones para el sorteo de la lotería de Navidad y para el Sorteo de Oro entre los trabajadores de LFG.

UNIVERSIDAD DE VIC

Donación y convenio con "Els Premis de Treballs de Recerca" con el Premio LFG al mejor trabajo de investigación.

CENTRE DE FORMACIÓ EN TECNOLOGIES DE MANLLEU (CEFOTEM)

Donación económica.

FIRA MERCAT DEL RAM DE VIC

Donación de cuatro entradas para visitar el Museo del Cobre y dos libros "El coure, un conductor de la història".

ENCUENTRO DE ENCAJERAS DE SANT HIPÒLIT DE VOLTREGÀ

Donación de material promocional de LFG.

EXPERIMENTOS CON COBRE

Edición de vídeos de experimentos con cobre para conocer sus propiedades.

MUSEU EPISCOPAL DE VIC

Donación al Cercle del Museu Episcopal de Vic.

CLUB ROTARY VIC

Donación para una cena benéfica.

11.5 COMUNICAR ES LA BASE PARA UNA BUENA RELACIÓN CON NUESTRO ENTORNO

Desde LFG mantenemos un **diálogo cercano y constante** con la comunidad (vecinos, administraciones públicas, comunidad y medios de comunicación), basado en la transparencia, la proximidad y el acceso a la información sobre la actividad empresarial. Todas las **acciones de comunicación** dirigidas a estos grupos están recogidas en el **Plan de Comunicación Externa** de la

compañía, la herramienta que nos garantiza poder gestionar de forma eficaz y eficiente la información que generamos para satisfacer sus necesidades de comunicación.

El plan de Comunicación Externa de 2011 contemplaba **112 acciones** de comunicación, de las cuales un **89% se han finalizado**.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN MÁS DESTACADAS

ACTO "NUEVAS METAS DE INTERNACIONALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN"

El Muy Honorable President de la Generalitat de Catalunya, Sr. Artur Mas Gavarró, visitó las instalaciones de La Farga Group, con motivo del acto para dar a conocer los nuevos retos internacionales de la compañía bajo el lema: "Nuevas metas de internacionalización e investigación". El acto contó con la presencia de clientes, proveedores, empresarios, instituciones de la comarca, trabajadores y representantes de la familia empresarial. Entre los principales proyectos presentados, destacaron tres: la reciente puesta en marcha de la fábrica de productos ferroviarios, en China, la construcción de la nueva fábrica de alambrón a partir de cobre reciclado, en Estados Unidos, y la apertura de cuatro parques de investigación para potenciar la investigación en el holding familiar.

El acto se inició con un encuentro a puerta cerrada entre los representantes de la Generalitat y la directiva de la compañía. Después de la presentación oficial de cada uno de los proyectos, tuvo lugar una visita guiada a las instalaciones productivas y, finalmente, un refrigerio para todos los asistentes.





ACCIONES DE COMUNICACIÓN MÁS DESTACADAS

PRESENCIA INTERNACIONAL EN LOS MEDIOS

Gracias a una relación directa y continuada con los diversos periodistas de todo el mundo, ya sea del sector del cobre o de los medios generalistas, el año 2011 ha sido para La Farga Group un año de presencia mediática. No sólo hemos aparecido de forma constante en los medios comarcales y nacionales de carácter genérico informando de nuestras novedades empresariales, sino que también hemos tenido presencia en periódicos y revistas especializadas de nivel internacional como es el caso de Recycling Today, Shanghai Metals Market, Red Metal Update, Ambiente y Clima, entre otros.

Además, directivos de la compañía han participado en diversas charlas y ponencias de las cuales se puede destacar la participación en el Global Continuous Casting y en la Asociación para el Desarrollo de la Dirección. Asimismo se han elaborado artículos de opinión en diversos medios como La Vanguardia (Oriol Guixà "El cobre, en manos de la demanda china"), el Observatorio de la Competitividad, Revista Proyectamos, El 9Nou, entre otros. Por último, la presencia del holding también se ha extendido por las redes sociales a través del canal propio del Youtube, el blog www.yourcoppersolutions.info, el facebook del Museo del Cobre, el Twitter del grupo, entre otros.

Un resumen de noticias mediáticas completo se puede consultar en el clipping en la web del grupo www.lfg.es

OBJETIVOS DIRIGIDOS A LA COMUNIDAD PARA EL 2011

Focalizar las visitas al Museo del Cobre para escolares.	100%
Promocionar valores como el reciclaje, el medio ambiente y la innovación.	100%
Todos los objetivos medioambientales asociados a la comunidad local.	100%

OBJETIVOS DIRIGIDOS A LA COMUNIDAD PARA EL 2012

Aumentar las visitas de alumnos al Museo del Cobre.
Promocionar el metal cobre en nuestra sociedad.
Impulsar los valores del Cu3: conocimiento, creatividad y consciencia.
Todos los objetivos medioambientales asociados a la comunidad.

12 Medio ambiente

RESPECTO POR NUESTRO ENTORNO

En La Farga Group trabajamos por promover un proceso productivo ecológico, gestionando de manera responsable los recursos naturales, velando por la minimización de la contaminación.



16%

Disminución
del consumo de
agua



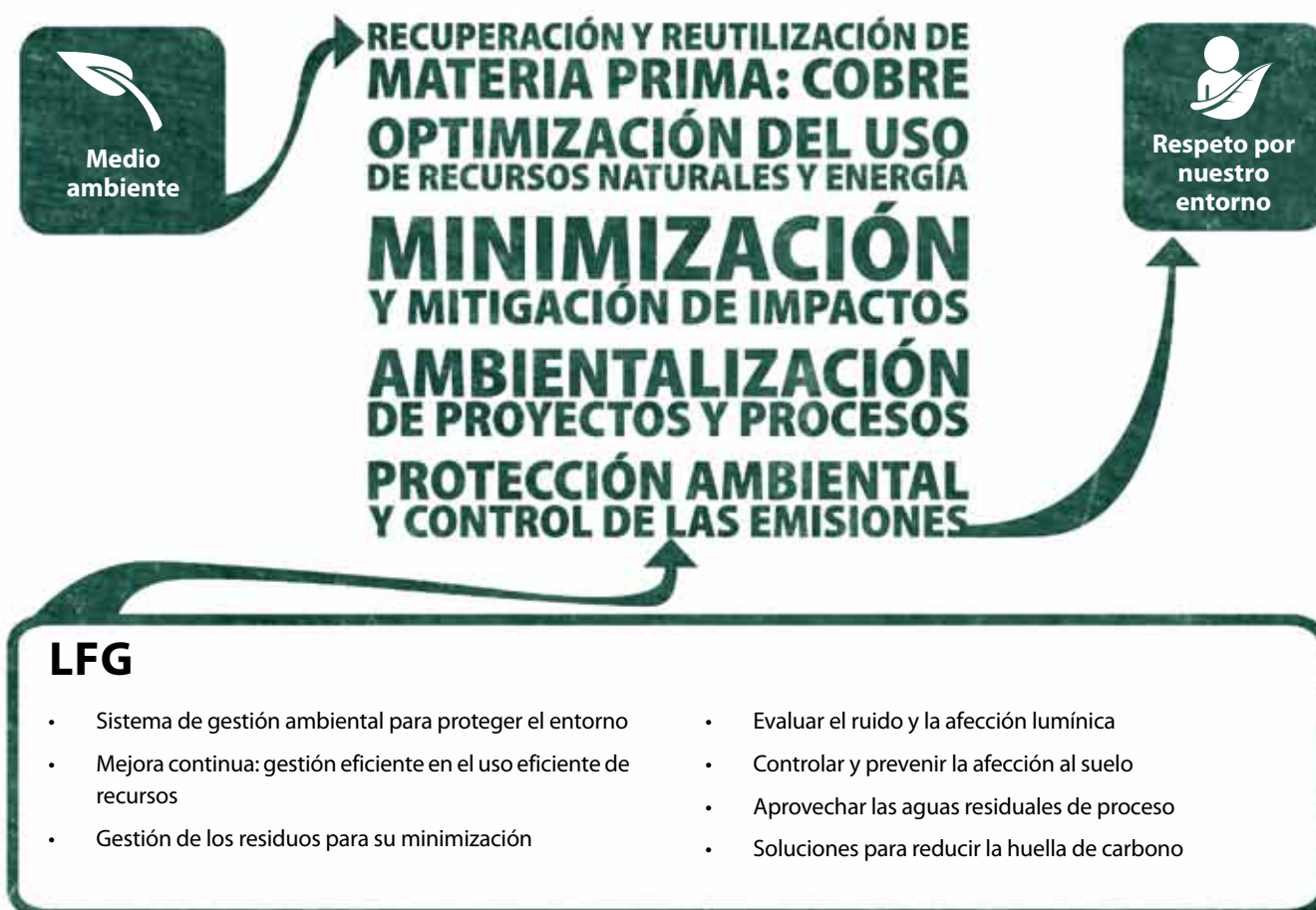
348.406 €

en inversiones
ambientales



853 t

de CO₂ no emitidas
gracias a la reduc-
ción del consumo
de gas natural en
LFL



EL RESPETO POR EL ENTORNO FORMA PARTE DE LA VOCACIÓN SOSTENIBLE DE LA FARGA GROUP.

Por eso mantenemos una **actitud proactiva** en la mitigación de los impactos sobre el entorno, en la implantación de **procesos productivos y tecnologías eficientes**, en el **uso razonable** de los **recursos** y la correcta **gestión de los residuos**. Este compromiso se pone de manifiesto en nuestra Política de Gestión Ambiental y se sustenta en el Sistema de Gestión Ambiental que tenemos implantado.

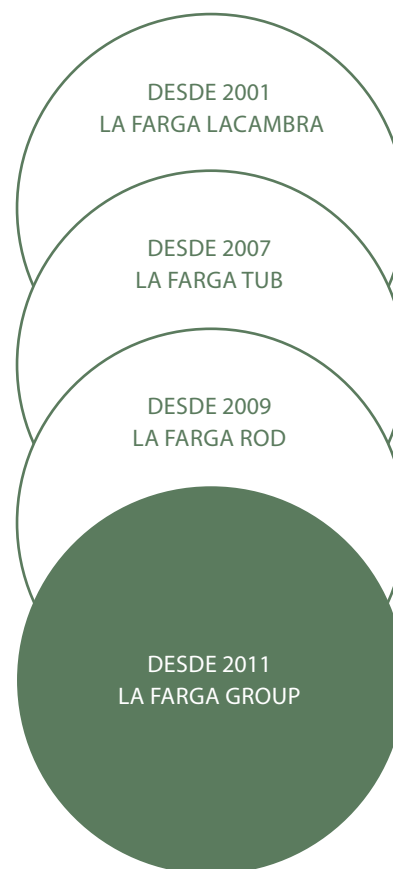


12.1 SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL PARA PROTEGER EL ENTORNO

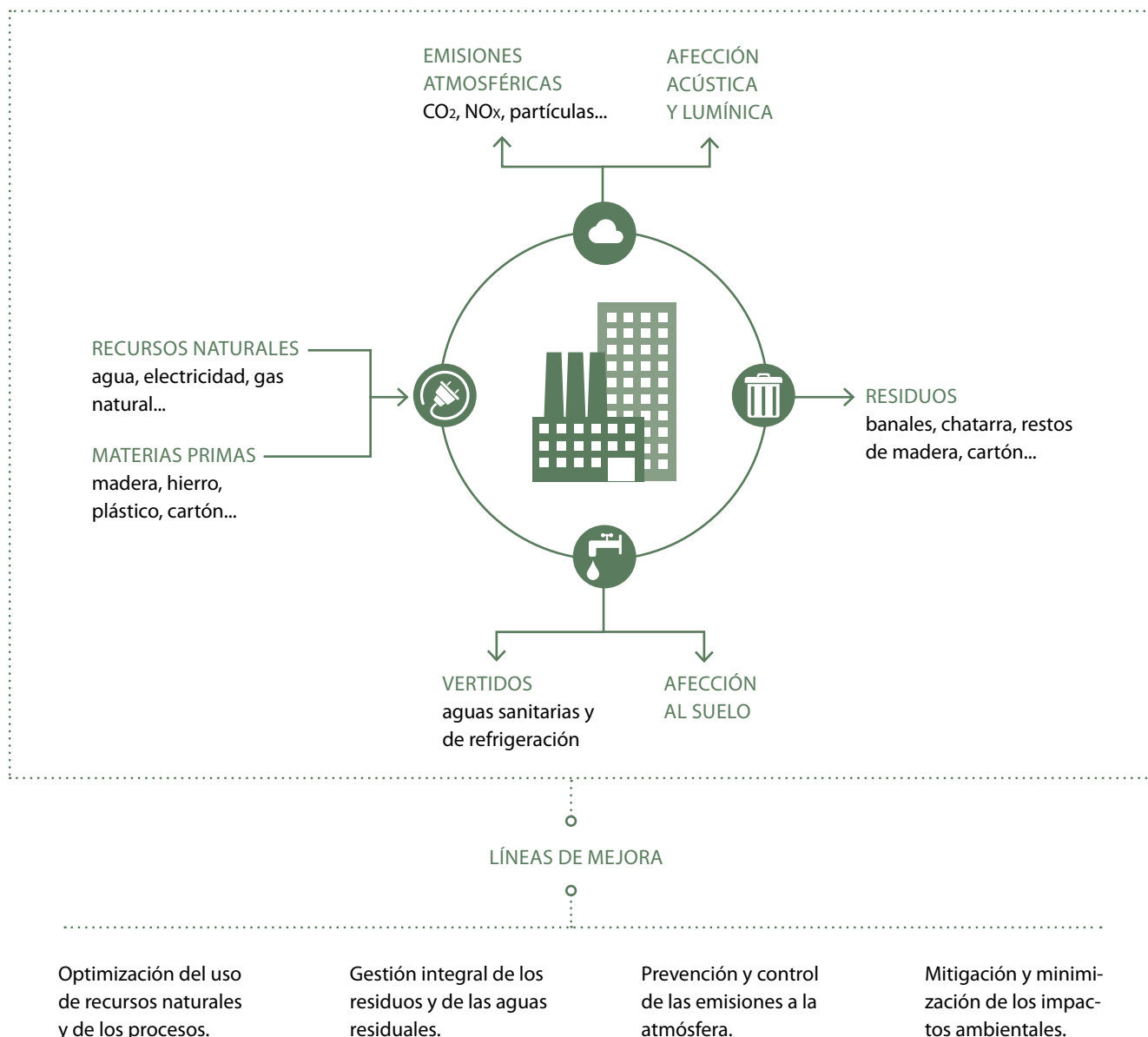
La **gestión ambiental** es una parte imprescindible de la actividad de nuestro grupo, tanto en lo que se refiere a la identificación de nuevos riesgos y oportunidades como en lo que afecta a la **minimización de aquellos impactos más relevantes sobre el medio ambiente**. El compromiso con dicha gestión se ha consolidado este 2011 con la **unificación del sistema de gestión ambiental de LFG**. Por primera vez se han certificado, según la **norma ISO 14001**, de forma conjunta las tres empresas industriales del grupo (LFL, LFT y LFR).



CERTIFICACIONES ISO 14001



IMPACTOS AMBIENTALES SIGNIFICATIVOS



El **Sistema de Gestión Medio Ambiental** nos permite **identificar** aquellos aspectos ambientales significativos **y establecer un proceso de mejora** continua que coordine la implantación de acciones, el establecimiento de objetivos y la consecución de los mismos.

En 2011 hemos verificado con **resultados satisfactorios todos los aspectos ambientales** de las empresas de LFG: control periódico de la autorización ambiental en LFL, control periódico de los focos de emisión a la atmósfera en LFT y control periódico de la autorización ambiental en LFR.

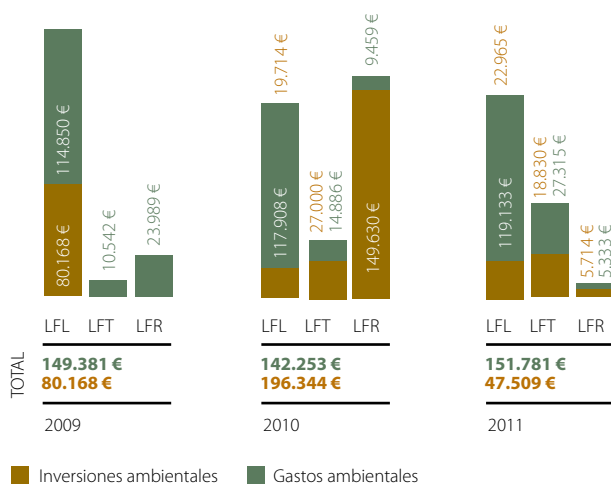
APLICACIÓN DE LAS MEJORES TECNOLOGÍAS DISPONIBLES (BAT)

Forma parte de nuestro Sistema de Gestión Medio Ambiental **potenciar el uso y aplicar las mejores tecnologías disponibles** (conocidas como BAT, Best Available Technology), tanto para acciones preventivas como correctoras, con el fin de **evitar y reducir las emisiones y el impacto ambiental** de nuestra actividad.

Actuación	Resultados	Efectos ambientales
Control de las purgas de conductividad de los circuitos por refrigeración.	Mayor aprovechamiento del agua y disminución de la cantidad de agua vertida.	Reducción del consumo de agua.
Mejora del mantenimiento de las instalaciones de depuración de humos en LFL -sistema de postcombustión y filtro de mangas (CMG2)-.	Reducción del tiempo de parada de las instalaciones de depuración de humos.	Mayor eficacia en el funcionamiento de las instalaciones de depuración de humos.
Sustitución de los contenedores abiertos de banales por otros de tipo cerrado, en LFT y LFR.	Impermeabilización de los contenedores y disminución del peso de los residuos llevados al vertedero.	Reducción de los lixiviados y de la cantidad de residuos llevados al vertedero.

Las inversiones ambientales de LFG han incrementado en un 18% respecto del 2010.

NUESTRA POLÍTICA AMBIENTAL EN CIFRAS



12.2 MEJORA CONTINUA: GESTIÓN EFICIENTE EN EL USO DE RECURSOS

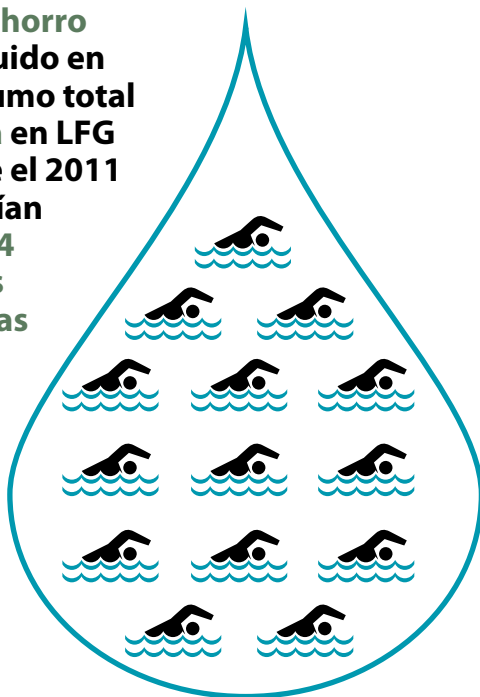
En el contexto actual, la tendencia al alza de los costes energéticos (gas natural y electricidad) nos lleva a trabajar en **políticas de ahorro de energía**. La reducción del consumo energético es una línea estratégica que afecta directamente a nuestra competitividad.

12.2.1 AGUA Y ENERGÍA

A pesar del incremento de los circuitos de refrigeración y de las toneladas de cobre producidas, este 2011 **hemos reducido el consumo global de agua** por unidad de producción en un 16% respecto del 2010, debido principalmente a:

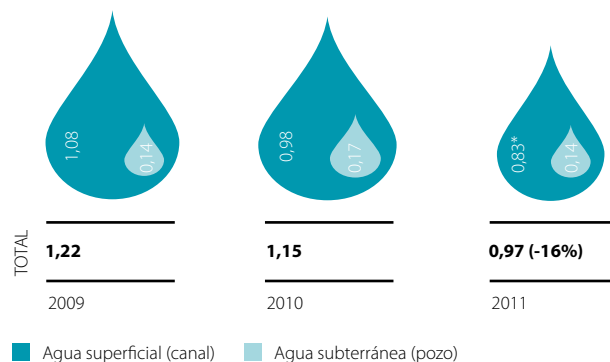
- **Realización de controles periódicos** de los principales puntos de consumo de agua de LFG.
- **Disminución de las purgas** de los circuitos de refrigeración de LFG.
- **Reutilización del agua de las purgas** de algunos de los circuitos de refrigeración de LFL, como por ejemplo las purgas del circuito de fundición que se utilizan para alimentar el circuito de la línea.

Con el ahorro conseguido en el consumo total de agua en LFG durante el 2011 se podrían llenar 14 piscinas olímpicas



En este sentido, en 2011 hemos desarrollado una **prueba piloto** de captura de datos en tiempo real, a través del sistema **scada**, para la **supervisión y el control de los consumos energéticos** (energía eléctrica y gas natural) de LFL.

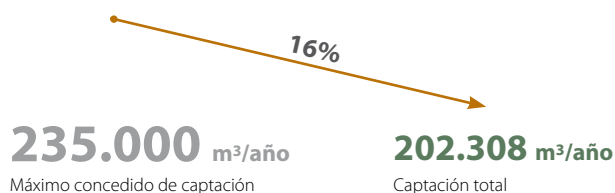
CONSUMO ANUAL DE AGUA GLOBAL Y POR ORIGEN
(m³/t de producción)



ACCIONES DE MEJORA PARA EL AHORRO Y REUTILIZACIÓN DEL AGUA

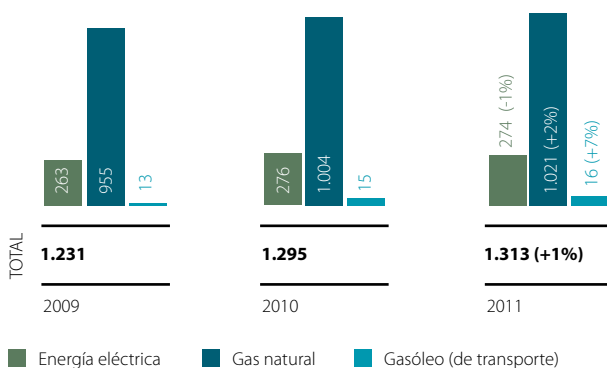
- **Control mensual de los consumos** de agua.
- **Reutilización del agua** de la **depuradora** fisicoquímica para enfriar humos en el horno de refin.
- **Reutilización del agua de las purgas** de los circuitos de refrigeración para enfriar los humos del sistema de postcombustión y filtro de mangas (CMG2).
- **Control semanal de las conductividades** de los circuitos de refrigeración.
- Realización de las **purgas** del circuito de fundición **por sonda de conductividad**.
- **Mejoras de la calidad del agua** de las torres en LFR.

CAPTACIÓN DE AGUA EN 2011



CONSUMO ANUAL GLOBAL DE ENERGÍA

(kWh/t de producción)



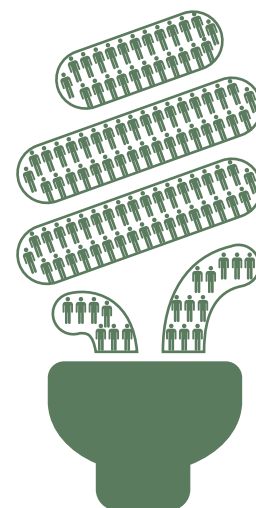
El **consumo global de energía** por unidad de producción **ha aumentado en un 1%** respecto del 2010, debido principalmente a:

- Puesta en marcha de **nuevas máquinas**.
- **Incremento de la utilización de las instalaciones** existentes.

ACCIONES DE MEJORA PARA EL AHORRO DE ENERGÍA O LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

- **Instalación de variadores de frecuencia** en los motores de los ventiladores de las torres de refrigeración, de LFG.
- **Uso del aire caliente** de los intercambiadores del sistema de postcombustión y filtro de mangas (CMG2) **como aire precalentado** del quemador principal del horno de refino, en LFL.
- **Instalación de una leva** en el horno *shaft*, en LFL, para evitar pérdidas de calor.
- Instalación de un **sistema automático de reducción de la potencia** del quemador principal del horno de refino cuando se abre la puerta, en LFL.
- Implantación del sistema *scada* para la **supervisión y el control de los consumos energéticos** (energía eléctrica y gas natural), en LFL.

El ahorro conseguido en el consumo de energía eléctrica de LFG durante el 2011 equivale al consumo medio de 409 habitantes el año 2011.



🧑 = 3,5 habitantes





EJEMPLO DE LAS MEJORES PRÁCTICAS

ACCIONES PARA LA REDUCCIÓN DEL CONSUMO ENERGÉTICO EN EL HORNO DE REFINO

1. APROVECHAMIENTO ENERGÉTICO PARA CALENTAR EL AIRE UTILIZADO EN EL QUEMADOR PRINCIPAL

En el proceso de depuración de los humos del horno de refino se obtienen humos a una temperatura superior a 850°C. Estos humos son enfriados mediante un intercambiador aire-aire. El aire se calienta hasta unos 250-300°C y después es utilizado para el quemador principal del horno de refino. El aprovechamiento de este aire recalentado ha permitido:

- Reducir el tiempo del ciclo del horno de refino pasando de 24 a 22 h/día. Esto implica una mejora de la eficiencia del proceso del 8%.
- Disminuir el consumo de gas, ya que la eficiencia de la combustión mejora sensiblemente al utilizar aire caliente como comburente en el quemador del horno.

2. DISMINUCIÓN DE LAS PÉRDIDAS ENERGÉTICAS EN LA FASE DE CARGA

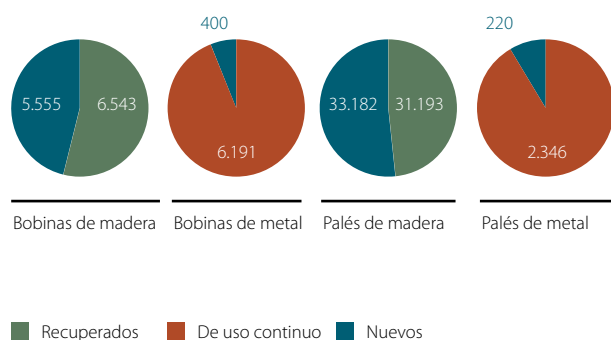
Al abrir la puerta para cargar los reciclados de cobre se pierde gran parte del aire caliente del interior del horno y a la vez se pueden escapar humos contaminantes que deben ser tratados. Esto se debe a que el horno se encuentra en sobrepresión. Para minimizar esta sobrepresión, se ha regulado el funcionamiento del quemador principal de forma que reduzca su potencia cuando se abre la puerta de carga. De este modo se han podido reducir las emisiones difusas y al mismo tiempo evitar que el horno se enfríe.

A nivel global, el consumo de gas natural por tonelada producida en LFL en 2011 ha sido un 2,5% inferior al 2010. Esto representa una reducción de emisiones equivalente a 853 toneladas de CO₂.

12.2.2 OTROS RECURSOS UTILIZADOS

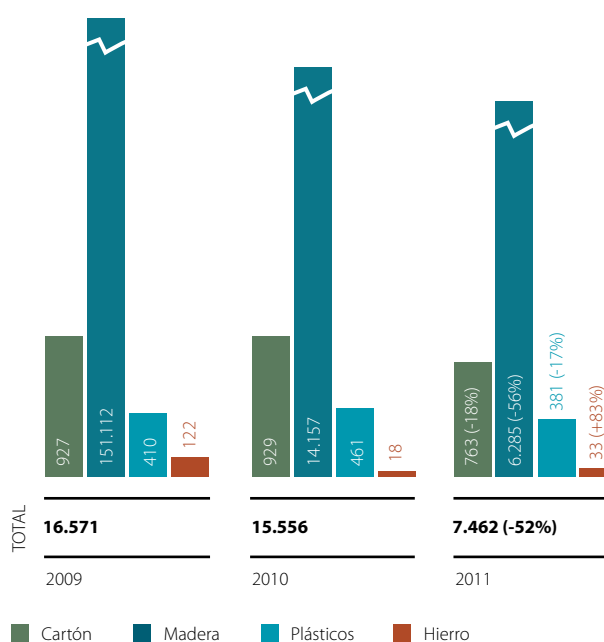
En 2011 se ha producido un **descenso del 52% del peso de los envases** puestos en circulación en el mercado. La madera es el recurso con una reducción más significativa, siendo del 56%; contrariamente, el hierro ha incrementado debido al uso en LFL de bobinas *inosym*, cestas y palés metálicos que se pueden reutilizar más que los de madera.

MATERIALES DE EMBALAJE CONSUMIDOS SEGÚN ORIGEN



CONSUMO ANUAL GLOBAL DE OTROS RECURSOS

(g/t de producción)



12.3 GESTIÓN DE LOS RESIDUOS PARA SU MINIMIZACIÓN

En LFG disponemos de **sistemas de gestión y reducción de residuos**, en todas las fases del ciclo de vida de los productos, que son revisados constantemente para detectar e impulsar acciones de mejora.

CANTIDAD DE RESIDUOS POR TONELADA DE PRODUCCIÓN

	2009	2010	2011	Variación 2010-2011	Destino
Restos de madera (kg)	2,13	2,74	1,63	↓ 41%	Reciclaje/recuperación
Aceite (g)*	498,05	883,13	489,73	↓ 45%	Regeneración
Envases vacíos (unidades)*	0,00	0,01	0,01	0%	Valorización
Chatarra (kg)	1,07	1,14	1,08	↓ 5%	Reciclaje/recuperación
Cartón y plásticos (g)	644,95	721,74	564,00	↓ 22%	Reciclaje
Emulsiones de agua en aceite (g)*	4,89	0,00	0,00	0%	Tratamiento físico-químico
Banales (g)	876,24	797,87	483,93	↓ 39%	Deposición
Tóners (mg)*	54,40	296,79	416,08	↑ 40%	Reciclaje
Aerosoles (mg)*	97,93	392,37	52,61	↓ 87%	Gestión por centros de transferencia
Cristales (g)	0,00	0,48	127,26	↑ 26413%	Reciclaje
Material informático (mg)*	3.726,96	4.839,25	473,39	↓ 90%	Gestión por centros de transferencia
Absorbentes con aceite (g)*	4,61	4,68	2,56	↓ 45%	Gestión por centros de transferencia
Pilas y baterías (mg)*	418,94	140,85	153,04	↑ 9%	Gestión por centros de transferencia
Fluorescentes (mg) *	380,86	1.232,45	101,32	↓ 92%	Gestión por centros de transferencia
Residuos especiales en pequeñas cantidades (g)*	0,81	0,61	0,79	↑ 30%	Gestión por centros de transferencia
Refractarios (kg)*	0,27	414,41	0,00	↓ 100%	Almacenaje
Agua de refrigeración con aceites (g)*	0,20	0,00	8,20		Tratamiento físico-químico
Filtros (g)*	-	34,22	140,53	↑ 311%	Gestión por centros de transferencia
Restos de pintura (g)*	-	1,00	0,11	↓ 89%	Gestión por centros de transferencia
Derribos de construcción (kg)	-	-	2,02	-	
Concentrados finos (kg)*	-	-	0,96	-	

* Residuos peligrosos.

12.4 EVALUAMOS EL RUIDO Y LA AFECCIÓN LUMÍNICA

Nuestro objetivo en lo que se refiere a la contaminación acústica y lumínica es **minimizar el impacto** de las actividades de LFG, priorizando el impacto sobre el entorno local más cercano mediante actuaciones diversas para su mitigación.

En el caso de la **contaminación acústica**, hemos **instalado variadores de frecuencia** en los motores de los ventiladores de los circuitos de refrigeración de LFG. En el caso de la **contaminación lumínica**, LFL y LFR disponen de estudios que acreditan el cumplimiento de la normativa vigente en esta materia, y a nivel de LFG hemos **instalado nuevas iluminaciones** según dicha normativa.



12.5 CONTROLAMOS Y PREVENIMOS LA AFECCIÓN AL SUELO

La afección al suelo se debe principalmente a la contaminación difusa derivada de la **sedimentación de humos**. En esta línea, se focalizan las **medidas preventivas** y correctivas que llevamos a cabo.

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.



12.6 APROVECHAMOS LAS AGUAS RESIDUALES DE PROCESO

Contamos con un conjunto de procedimientos para **controlar y disminuir los vertidos al agua**, así como para mejorar su calidad, principalmente mediante **instalaciones de tratamiento de aguas residuales**.

Para mejorar la gestión de las aguas residuales, este 2011 hemos **revisado el sistema de depuración** de la depuradora físico-química y hemos cambiado los aditivos para mejorar la eficiencia de la misma en función de las entradas de agua de proceso de las tres empresas industriales de LFG.

El 100% del agua utilizada en el proceso productivo de LFG se reutiliza, y el 8% del agua captada se vierte en el colector municipal. Una parte del agua se utiliza para el lavado de gases de fundición.

PARÁMETROS DE CONTROL DE LAS AGUAS RESIDUALES DEPURADAS DE LFG

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

	2009	2010	2011	Variación 2010-2011
N Total	4,4	0,25	0,36	↑ 44%
P Total	6,1	0,13	0,38	↑ 192%
Cd	0,03	0,02	0,00	↓ 100%
Cu	0,835	0,18	0,13	↓ 28%
Pb	<0,1	0,03	-	-
Zn	0,72	0,38	0,03	↓ 92%
Cl	0	15,30	-	-
DQO	94,5	7,92	12,79	↑ 61%

Fuente: Inspección del Consell Comarcal d'Osona 27/09/11. Caudal vertido 53476 m³/año. Producción según valores de los controllers de LFG.

12.7 SOLUCIONES PARA REDUCIR LA HUELLA DE CARBONO

En LFG asumimos el **reto del cambio climático** como uno de los grandes desafíos ambientales a los que hacer frente, integrándolo en la gestión estratégica del grupo y **apostando por la tecnología y por la innovación**, tal y como se pone de manifiesto en las acciones de mejora que desarrollamos.

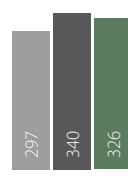
- Mejoras en la depuración de humos SCH4 para la recogida de las emisiones de prensa, mediante la instalación de una **nueva depuradora de humos de mayor rendimiento** en LFT.

LFL es una de las empresas que entrará en el esquema de **compensación de emisiones** de CO₂ el próximo año.

Las emisiones de CO₂ derivadas del consumo de energía representan el 99,93% del total de emisiones.

EMISIONES DE CO₂ DIRECTAS E INDIRECTAS DE LFG

(kg/t de producción/año)



Fuentes: Electricidad – Oficina Catalana de Cambio Climático; Gas natural – España, informe inventarios GEI 1990-2007 (2009), y gasoil – Institut Català d'Energia

■ 2009 ■ 2010 ■ 2011

Emisiones

Si en el cálculo de las emisiones de CO₂ de LFG, incluimos también las emisiones derivadas del consumo de agua y de la gestión de residuos, los resultados son los siguientes:

(kg/t de producción/año)	2011
Energía	325,99
Agua	0,07
Residuos	0,17
Total	326,22

COSMELT PROCESS, UNA TECNOLOGÍA ECOEFICIENTE

El Cosmelt Process de LFL es un **proceso pirometalúrgico** que **no genera ningún residuo sólido, elimina todas las impurezas del cobre y minimiza el impacto ambiental**, ya que reduce el número de etapas en el proceso de reciclaje. Mientras las otras industrias requieren de un total de 3 fases productivas (a través de un proceso electrolítico), LFL aglutina todo el proceso en una única etapa, favoreciendo la preservación del medio ambiente.

Al desarrollar políticas para la industria del reciclaje, se debe resaltar el **impacto ecológico positivo** que tiene el reciclaje del metal.



MENOR IMPACTO AMBIENTAL

- Evita la explotación de minas.
- Reduce en un 86% las emisiones de dióxido de azufre (SO₂).
- Reduce 4 veces las emisiones de dióxido de carbono (CO₂) en la atmósfera.
- Reduce en un 99% la generación de residuos sólidos.

MENOR CONSUMO DE RECURSOS NATURALES

- Evita la explotación de los recursos naturales.
- Consume 5 veces menos de energía.
- Reduce en un 98% el consumo de agua.
- Contribuye a respetar el medio ambiente y a crear una cultura de desarrollo sostenible.



Un 42% de la compras de cobre son de cobre secundario.

OBJETIVOS DE MEDIO AMBIENTE PARA EL 2011

	LFL	LFT	LFR
Detectar y eliminar las emisiones no vehiculadas de humos.	74%	100%	100%
Detectar y eliminar los puntos de posible afección al suelo.		100%	100%
Disminuir, respecto al 2010:			
Los residuos no recogidos selectivamente/t destinada a la venta.	65%		
El número de puntos de riesgo de afección al suelo.	75%	100%	75%
Los residuos de aceites.		66%	
Los residuos de envases vacíos y residuos no recogidos selectivamente/t destinada a la venta.	75%		73%
El consumo de agua (potable + industrial)/t destinada a la producción.			25%
Mantener, respecto al 2010:			
El ruido ambiental.	100%	100%	100%
El consumo de agua (potable + industrial)/t destinada a la producción.	75%	25%	
El número de puntos de riesgo de afección al suelo.	Pendiente		
La generación de los residuos de envases y embalajes/t destinada a la venta.	75%	100%	33%
El consumo energético/t destinada a la producción.	100%	75%	100%
Los residuos no recogidos selectivamente.		100%	
El consumo de espuma de PE/metro aislado.		33%	
Controlar el 100% de las aguas residuales vertidas al colector del Consell Comarcal d'Osona.	74%		
Controlar el 100% de los circuitos de refrigeración.	100%	100%	100%
Disponer de un sistema para retener los efluentes líquidos en el 100% de las situaciones de emergencia.	100%	100%	100%

OBJETIVOS DE MEDIO AMBIENTE PARA EL 2012

Mantener $\pm 2\text{dB(A)}$ el nivel de ruido respecto al 2011

Mantener $\pm 2\%$ la cantidad de residuos gestionados exterior

Mantener $\pm 2\%$ el consumo de agua respecto al 2011

Mantener $\pm 2\%$ el consumo energético respecto al 2011

Mantener $\pm 2\%$ el promedio de las horas de formación por trabajador de LFG en el ámbito ambiental

13 BALANCE DE SITUACIÓN Y CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

13.1 BALANCE DE SITUACIÓN

13.1.1 LA FARGA GROUP CONSOLIDADO

ACTIVO	31/12/2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE	79.048.647,73
I. Inmovilizado intangible	6.240.178,58
II. Inmovilizado material	68.917.093,11
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	3.254.842,68
V. Inversiones financieras a largo plazo	607.154,26
VI. Activos por impuesto diferido	29.379,10
B) ACTIVOS CORRIENTES	95.619.529,21
II. Existencias	37.007.843,42
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	53.627.807,32
V. Inversiones financieras a corto plazo	3.305.312,00
VI. Periodificaciones a corto plazo	277.440,27
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	1.401.126,20
TOTAL ACTIVO (A+B)	174.668.176,94

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2011
A) PATRIMONIO NETO	68.915.501,65
A-1) Fondos propios	67.817.631,48
I. Capital	23.130.900,00
III. Reservas	38.306.493,38
VI. Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	6.026.826,98
A-2) Ajustes por cambio de valor	353.411,11
A-3) Subvenciones, donaciones y legados	992.470,18
A-4) Socios externos	105.400,00
B) PASIVO NO CORRIENTE	26.231.383,14
II. Deudas a largo plazo	25.195.730,05
IV. Pasivos por impuesto diferido	977.233,47
C) PASIVO CORRIENTE	79.521.292,15
III. Deudas a corto plazo	55.426.310,48
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	22.104.253,02
VI. Periodificaciones a corto plazo	1.990.728,65
TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	174.668.176,94

13.1.2 LA FARGA GROUP

ACTIVO	31/12/2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE	76.474.532,11
I. Inmovilizado intangible	1.055.175,83
II. Inmovilizado material	1.810.013,19
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	73.059.103,09
V. Inversiones financieras a largo plazo	550.240,00
B) ACTIVO CORRIENTE	5.083.089,13
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	775.419,48
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	4.189.641,73
VI. Periodificaciones a corto plazo	9.590,21
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	108.437,71
TOTAL ACTIVO (A+B)	81.557.621,24

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2011
A) PATRIMONIO NETO	50.332.405,44
A-1) Fondos propios	50.186.422,48
I. Capital	23.130.900,00
III. Reservas	23.776.054,92
VII. Resultado del ejercicio	3.279.467,56
A-3) Subvenciones, donaciones y legados	145.982,96
B) PASIVO NO CORRIENTE	16.647.376,59
II. Deudas a largo plazo	16.584.812,47
IV. Pasivos por impuesto diferido	62.564,12
C) PASIVO CORRIENTE	14.577.839,21
III. Deudas a corto plazo	5.366.375,69
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	8.369.938,04
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	841.525,48
TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	81.557.621,24

13.1.3 LA FARGA LACAMBRA

ACTIVO	31/12/2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE	29.302.194,53
I. Inmovilizado intangible	3.080.285,78
II. Inmovilizado material	26.209.984,32
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	6.010,17
V. Inversiones financieras a largo plazo	5.914,26
B) ACTIVO CORRIENTE	64.840.371,17
II. Existencias	31.234.587,96
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	28.358.287,37
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	1.064.000,00
V. Inversiones financieras a corto plazo	3.305.312,00
VI. Periodificaciones a corto plazo	203.115,68
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	675.068,16
TOTAL ACTIVO (A+B)	94.142.565,70

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2011
A) PATRIMONIO NETO	40.803.556,79
I. Capital	27.562.500,00
III. Reservas	6.560.974,74
VII. Resultado del ejercicio	6.071.827,80
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	608.254,25
B) PASIVO NO CORRIENTE	6.081.783,00
I. Provisiones a largo plazo	58.419,62
II. Deudas a largo plazo	5.753.846,39
IV. Pasivos por impuesto diferido	269.517,13
C) PASIVO CORRIENTE	47.257.225,77
III. Deudas a corto plazo	30.558.457,15
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	16.281.120,56
VI. Periodificaciones a corto plazo	417.648,06
TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	94.142.565,70

13.1.4 LA FARGA TUB

ACTIVO	31/12/2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE	12.674.097,40
I. Inmovilizado intangible	780.043,03
II. Inmovilizado material	11.861.671,22
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	2.404,05
V. Inversiones financieras a largo plazo	600,00
VI. Activos por impuesto diferido	29.379,10
B) ACTIVO CORRIENTE	17.173.410,75
II. Existencias	3.646.273,64
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	13.486.503,89
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	7.837,75
VI. Periodificaciones a corto plazo	23.856,00
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	8.939,47
TOTAL ACTIVO (A+B)	29.847.508,15

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2011
A) PATRIMONIO NETO	16.505.974,09
A-1) Fondos propios	16.337.475,28
I. Capital	15.019.000,00
III. Reservas	1.215.749,86
VII. Resultado del ejercicio	102.725,42
A-3) Subvenciones, donaciones y legados	168.498,81
B) PASIVO NO CORRIENTE	2.551.863,33
II. Deudas a largo plazo	2.029.121,62
IV. Pasivos por impuesto diferido	522.741,71
C) PASIVO CORRIENTE	10.789.670,73
III. Deudas a corto plazo	8.841.997,72
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.947.673,01
TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	29.847.508,15

13.1.5 LA FARGA ROD

ACTIVO	31/12/2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE	15.481.059,18
I. Inmovilizado intangible	418.088,88
II. Inmovilizado material	15.059.565,30
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	3.005,00
V. Inversiones financieras a largo plazo	400,00
B) ACTIVO CORRIENTE	20.046.532,11
II. Existencias	1.722.053,04
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	12.007.581,33
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	6.224.000,00
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	92.897,74
TOTAL ACTIVO (A+B)	35.527.591,29

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2011
A) PATRIMONIO NETO	18.367.953,18
A-1) Fondos propios	
I. Capital	17.000.000,00
III. Reservas	590.420,52
VII. Resultado del ejercicio	707.798,50
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	69.734,16
B) PASIVO NO CORRIENTE	950.360,08
II. Deudas a largo plazo	827.949,57
VI. Pasivos por impuesto diferido	122.410,51
C) PASIVO CORRIENTE	16.209.278,03
III. Deudas a corto plazo	10.659.479,92
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	3.976.717,52
VI. Periodificaciones a corto plazo	1.573.080,59
TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	35.527.591,29

13.1.6 LA FARGA INTEC

ACTIVO	31/12/2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE	3.558.923,58
I. Inmovilizado intangible	3.522.120,00
II. Inmovilizado material	36.803,58
B) ACTIVO CORRIENTE	982.246,47
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	976.920,94
VI. Periodificaciones a corto plazo	379,38
VII. Efectivo y otros líquidos equivalentes	4.946,15
TOTAL ACTIVO (A+B)	4.541.170,05

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2011
A) PATRIMONIO NETO	1.144.622,24
A-1) Fondos propios	1.144.622,24
I. Capital	1.000.000,00
III. Reservas	87.269,06
VII. Resultado del ejercicio	57.353,18
C) PASIVO CORRIENTE	3.396.547,81
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	3.321.460,47
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	75.087,34
TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	4.541.170,05

13.1.7 FUNDACIÓN LA FARGA

ACTIVO	31/12/2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE	1.348.762,92
I. Inmovilizado intangible	427.000,00
II. Inmovilizado material	921.762,92
B) ACTIVO CORRIENTE	147.995,84
II. Existencias	3.025,00
III. Otros deudores	2.411,00
V. Inversiones financieras a corto plazo	100.000,00
VII. Efectivo y otros líquidos equivalentes	42.559,84
TOTAL ACTIVO (A+B)	1.496.758,76

PASIVO	31/12/2011
A-1) Fondos propios	1.102.508,65
I. Fondos dotacionales	1.060.000,00
V. Excedentes de ejercicios anteriores	-622,89
VII. Excedente del ejercicio (positivo o negativo)	43.131,54
B) PASIVO NO CORRIENTE	
VI. Acreedores a largo plazo (Chalet)	259.000,00
C) PASIVO CORRIENTE	135.250,11
V. Acreedores comerciales	1.224,14
VI. Otras deudas	133.555,36
VII. Administración Pública	470,61
TOTAL PASIVO (A+B+C+D)	1.496.758,76

13.1.8 HIDROELÉCTRICA DEL VOLTREGÀ

ACTIVO	31/12/2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE	16.795
I. Inmovilizado intangible	16.795
B) ACTIVO CORRIENTE	79.296
III. Deudores	11.453
VII. Tesorería	67.843
TOTAL ACTIVO (A+B)	96.090

PASIVO	31/12/2011
A-1) Fondos propios	75.974
I. Capital	110.000
V. Resultado ejercicios anteriores	-36.028
VI. Resultado del ejercicio	2.001
C) PASIVO CORRIENTE	20.116
V. Acreedores	548
VII. Administraciones públicas	19.568
TOTAL PASIVO (A+B)	96.090

13.1.9 METALÚRGICA CATALANA

ACTIVO	31/12/2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE	2.025.870
I. Inmovilizaciones inmateriales	873.878
II. Inmovilizado material	1.101.991
V. Inversiones financieras	50.000
B) ACTIVO CORRIENTE	90.702
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	31.302
VI. Periodificaciones	40.499
VII. Efectivo y otros activos líquidos	18.901
TOTAL ACTIVO (A+B)	2.116.572

PASIVO	31/12/2011
A-1) Fondos propios	1.962.134
I. Capital suscrito	919.530
III. Reservas	1.045.163
V. Resultado de ejercicios anteriores	-5.754
VII. Resultado del ejercicio	3.195
B) PASIVO CORRIENTE	154.437
IV. Deudas de empresas del grupo	146.400
V. Acreedores comerciales	8.037
TOTAL PASIVO (A+B)	2.116.572

13.2 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

13.2.1 LA FARGA GROUP CONSOLIDADO

A) OPERACIONES CONTINUADAS	31/12/2011
1. Importe neto de la cifra de negocios	1.081.756.869,67
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	637.668,14
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	3.030.297,87
4. Aprovisionamientos	-1.206.488.193,80
5. Otros ingresos de explotación	231.190,32
6. Gastos de personal	-15.990.594,25
7. Otros gastos de explotación	-26.274.604,97
8. Amortización del inmovilizado	-6.815.987,43
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	339.315,76
14. Otros resultados	130.964,17
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+14)	10.573.074,70
15. Ingresos financieros	5.622.815,49
16. Gastos financieros	-9.282.227,50
18. Diferencias de cambio	-4.099,28
19. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	-1.371,82
A.2) RESULTADO FINANCIERO (15+16+18+19)	-3.664.883,11
21. Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia	382.676,38
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2+21)	7.290.867,97
24. Impuesto sobre beneficios	-1.285.520,99
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+24)	6.005.346,98
A.5) RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	6.005.346,98
Resultado atribuido a la sociedad dominante	6.026.826,98
Resultado atribuido a socios externos	-21.480,00

13.2.2 LA FARGA GROUP

A) OPERACIONES CONTINUADAS	31/12/2011
1. Importe neto de la cifra de negocios	2.601.859,02
4. Aprovisionamientos	-153.424,93
6. Gastos de personal	-1.752.625,40
8. Amortización del inmovilizado	-243.950,92
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	194.838,43
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	-33,58
13. Otros resultados	51,17
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+4+6+8+9+11+13)	-1.077.230,35
14. Ingresos financieros	4.893.019,27
15. Gastos financieros	-1.099.558,60
17. Diferencias de cambio	-1,79
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	-50.277,32
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+17+18)	3.743.181,56
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	2.665.951,21
20. Impuesto sobre beneficios	613.516,35
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+20)	3.279.467,56
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS	
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4)	3.279.467,56

13.2.3 LA FARGA LACAMBRA

A) OPERACIONES CONTINUADAS	31/12/2011
1. Importe neto de la cifra de negocios	555.973.805,78
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	1.745.465,02
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	2.374.371,30
4. Aprovisionamientos	-525.714.498,10
5. Otros ingresos de explotación	217.463,21
6. Gastos de personal	-8.618.911,21
7. Otros gastos de explotación	-13.573.468,86
8. Amortización del inmovilizado	-3.741.093,14
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	89.813,24
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	16.182,80
13. Otros resultados	130.226,87
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+11+13)	8.899.356,91
14. Ingresos financieros	2.607.343,15
15. Gastos financieros	-3.808.178,19
16. Variación valor razonable en instrumentos financieros	-2.115,89
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16)	-1.202.950,93
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	7.696.405,98
20. Impuesto sobre beneficios	-1.624.578,18
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+20)	6.071.827,80
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4)	6.071.827,80

13.2.4 LA FARGA TUB

A) OPERACIONES CONTINUADAS	31/12/2011
1. Importe neto de la cifra de negocios	110.431.938,21
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	-2.689.452,50
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo	546.726,17
4. Aprovisionamientos	-97.630.139,55
5. Otros ingresos de explotación	13.727,11
6. Gastos de personal	-3.756.604,96
7. Otros gastos de explotación	-4.608.463,15
8. Amortización del inmovilizado	-1.777.592,23
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	26.097,14
13. Otros resultados	3,56
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+13)	556.239,80
14. Ingresos financieros	10.652,28
15. Gastos financieros	-497.202,74
17. Diferencias de cambio	-1.854,99
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+17+)	-488.405,45
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	67.834,35
20. Impuestos sobre beneficios	34.891,07
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+20)	102.725,42
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS	
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4)	102.725,42

13.2.5 LA FARGA ROD

A) OPERACIONES CONTINUADAS	31/12/2011
1. Importe neto de la cifra de negocios	604.518.590,14
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	1.176.726,84
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	109.200,40
4. Aprovisionamientos	-596.976.439,42
6. Gastos de personal	-1.346.380,55
7. Otros gastos de explotación	-4.616.986,26
8. Amortización del inmovilizado	-988.755,17
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	28.566,95
13. Otros resultados	682,57
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+6+7+8+9+13)	1.905.205,50
14. Ingresos financieros	3.487.361,72
15. Gastos financieros	-4.425.636,86
17. Diferencias de cambio	-126,61
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+17)	-938.402,00
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	966.803,75
20. Impuesto sobre beneficios	-259.005,25
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+20)	707.798,50
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4)	707.798,50

13.2.6 LA FARGA INTEC

A) OPERACIONES CONTINUADAS	31/12/2011
1. Importe neto de la cifra de negocios	1.118.639,43
4. Aprovisionamientos	-3.972,78
6. Gastos de personal	-274.869,02
7. Otros gastos de explotación	-123.386,68
8. Amortización del inmovilizado	-506.993,11
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+4+6+7+8)	209.417,84
14. Ingresos financieros	0,79
15. Gastos financieros	-103.925,08
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15)	-103.924,29
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	105.493,55
20. Impuestos sobre beneficios	-48.140,37
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+20)	57.353,18
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS	
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+21)	57.353,18

13.2.7 FUNDACIÓN LA LARGA

A) OPERACIONES CONTINUADAS

1. Importe neto de la cifra de negocios	271.094,16
4. Aprovisionamientos	-1.244,89
6. Gastos de personal	-27.814,58
7. Otros gastos de explotación	-200.893,82
13. Otros resultados	1.990,67
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	43.131,54
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	43.131,54
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS	43.131,54
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO	43.131,54

13.2.9 METALÚRGICA CATALANA

A) OPERACIONES CONTINUADAS

1. Importe neto de la cifra de negocios	79.735
4. Aprovisionamientos	-187
7. Otros gastos de explotación	8.065
8. Amortización del inmovilizado	59.823
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	11.660
14. Ingresos financieros	32
15. Gastos financieros	-7.128
A.2) RESULTADO FINANCIERO	-7.096
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	4.564
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS	3.195
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO	3.195

13.2.8 HIDROELÉCTRICA DEL VOLTREGÀ

A) OPERACIONES CONTINUADAS

1. Importe neto de la cifra de negocios	41.232
7. Otros gastos de explotación	-37.621
8. Amortización del inmovilizado	-776
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	2.835
14. Ingresos financieros	24
A.2) RESULTADO FINANCIERO	24
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	2.859
20. Impuestos sobre beneficios	-858
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS	2.001
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO	2.001

14 TABLA DE CONTENIDOS DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Indicadores de perfil

CONCEPTO	NÚMERO DE INDICADOR	PÁGINA	COBERTURA
Estrategia y análisis			
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	6-11, 18-19	●
Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	1.2	6-11, 18-19, 24-25, 33-34, 38-41, 61, 79, 85, 98, 103	●
Perfil de la organización			
Nombre de la organización.	2.1	12, 16-17	●
Principales marcas, productos y/o servicios.	2.2	16-17	●
Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (<i>joint ventures</i>).	2.3	16-17	●
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	16-17, 20	●
Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	2.6	12	●
Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	2.7	21	●
Dimensiones de la organización informante, incluido: número de empleados, número de operaciones, 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	16-17, 21, 36, 45, 114	●
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	18	●
Premios y distinciones recibidas durante el periodo informativo.	2.10	92	●
Parámetros de la memoria			
Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	3.1	12	●
Fecha de la memoria anterior más reciente.	3.2	12	●
Ciclo de presentación de memorias.	3.3	12	●
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	12-13	●

Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	3.6	12, 16-17	●
Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	3.7	12	●
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	12 Se ha utilizado el siguiente documento marco y suplemento: <i>Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad versión 3.1</i> 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.	●
Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	3.12	123-131	●
Verificación externa de la memoria.	3.13	12, 132	●
Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés			
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, según género, 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	30-32, 58-59	●
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	53 El Protocolo de Familia detalla los derechos y deberes de los accionistas y consejeros, incluyendo su retribución.	●
Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	4.6	29 El Protocolo de Familia recoge los procedimientos establecidos para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	●

Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluyendo consideraciones de género y otros indicadores de diversidad.	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	26	●
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	24-25, 29	●
Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	4.10	24-25 La política de gobierno corporativo y los procedimientos establecidos quedan recogidos en el Protocolo de Familia.	●
Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	4.11	10-11, 24-25, 38	●
Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	4.12	21, 24, 92	●
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	21, 92	●
Relación de los grupos de interés que la organización ha incluido.	4.14	12-13, 24-25	●
Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	4.15	12-13, 24-25	●
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	12-13, 24-25, 29, 39, 41, 58-59, 79, 98	●
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	12-13	●

Indicadores de cumplimiento económico

Enfoque de gestión

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	27-39, 45, 50, 81, 85-86 36-37 LFG no realiza pagos a las comunidades locales como parte de los acuerdos de uso de la tierra. La mayor parte de los proveedores de cobre de LFG son de Europa y los Estados Unidos. Las compras que realiza LFR en los países candidatos o compatibles con la Iniciativa de Transparencia de las Industrias Extractivas (EITI) son residuales.	●
Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	EC2	24-25, 38, 68-69, 81-82, 102-107, 110-11	●
Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	EC3	57	●

Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	EC4	36-37	●
Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local, según género, en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	EC5	51	●
Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	EC6	36, 81, 85-86	●
Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos y mano de obra procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	EC7	47	●
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	92	●
Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	EC9	36, 45, 85, 92	●

Indicadores de cumplimiento ambiental

Enfoque de gestión

		101-113	
Materiales utilizados, por peso o volumen.	EN1	107 La información sobre las materias primas de proceso es información confidencial.	●
Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	EN2	107	●
Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	EN3	106 El consumo de gas natural de 2011 ha sido de 768.288 GJ y el de gasóleo ha sido de 11.923 GJ.	●
Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	EN4	106 Mix energético español 2010: 34% Renovables, 2,4% Cogeneración de alta eficiencia, 9,2% Cogeneración, 21,2% CC Gas Natural, 8,4% carbón, 3,2% Fuel/Gas, 20,4% Nuclear y otras 1,2% (Fuente: Comisión Nacional de la Energía). El consumo de energía eléctrica de 2011 ha sido de 206.495 GJ.	●
Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	EN5	106	●
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	68-71, 110-11	●
Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	EN7	106	●
Captación total de agua por fuentes.	EN8	105	●
Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	EN9	105	●
Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	EN10	110	●
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

Cantidad de tierra (propia o arrendada, y gestionada por actividades de producción o por uso de extracción) alterada o rehabilitada.	MM1	LFG no tiene un impacto sobre los hábitats o sobre la biodiversidad. Además, la actividad de LFG no implica alteraciones físicas ni químicas de la tierra.	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 esta 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 esta se integra en la política de RSC y ambiental del Grupo, que mediante diferentes iniciativas ya mencionadas minimiza el impacto ambiental.	No aplica
Número y porcentaje del total de lugares identificados que requieren de planes de gestión de la biodiversidad de acuerdo con los criterios establecidos, y número (porcentaje) de estos lugares con planes.	MM2	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 esta se integra en la política de RC 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	110	
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 ₂ ya reportadas.	No aplica
Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	EN18	105, 110	
Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	EN19	Por razón de su actividad, LFG no genera este tipo de emisiones.	No aplica
NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	EN20	Los parámetros cumplen con los requerimientos ambientales para la actividad. Actualmente no disponemos de mediciones de forma continuada. Se espera disponer de estos datos a medio plazo.	
Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	EN21	110	

Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	EN22	108	●
Cantidad total de materiales no productivos (rocas, relaves, lodos) y los riesgos asociados.	MM3	LFG no tiene actividad extractiva.	No aplica
Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	EN23	No se han producido vertidos accidentales significativos. Al no tener actividad extractiva, no se producen derrames de relaves, lodos u otros materiales de proceso importantes.	●
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	102-111	●
Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	EN27	14, 107	●
Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	EN28	Un aspecto clave del sistema de gestión ambiental es el control y seguimiento del cumplimiento de la normativa ambiental aplicable. En 2011, se ha hecho efectivo el pago de una sanción de 6.020€ por infracción leve de las condiciones de vertido a cauce público, por una inspección recibida en 2010.	●
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	104	●

Indicadores de desempeño social

Prácticas laborales y ética del trabajo

<i>Enfoque de gestión</i>		43-65	
Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por género.	LA1	45-47	●
Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, género y región.	LA2	45-47	●
Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	LA3	57	●
Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por género.	LA15	51	●
Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	LA4	46	●
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 que establece un período de 30 días.	●

Número de huelgas y cierres patronales superiores a una semana de duración, según el país.	MM4	No ha habido huelgas ni cierres patronales superiores a una semana de duración.	●
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	32	●
Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por género.	LA7	60-61 No se han producido accidentes que resulten en una fatalidad (0 víctimas mortales). Actualmente la tasa de absentismo y las horas trabajadas no están segregadas por género. Esperamos disponer de esta información a medio plazo.	●
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	60 No hay constancia de enfermedades graves significativas que precisen la creación de programas específicos.	●
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 género y por categoría de empleado.	LA10	55	●
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	53-55	●
Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por género.	LA12	54	●
Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, género, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	LA13	29, 50	●
Relación entre el salario base y la remuneración de mujeres y hombres, desglosado por categoría de empleado, por ubicaciones significativas de actividad.	LA14	51	●
Derechos humanos			
<i>Enfoque de gestión</i>		27, 28, 87	
Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporen preocupaciones en materia 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 proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	HR2	36, 83	●
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 correctivas adoptadas.	HR4	No se ha producido ningún incidente de discriminación.	●
Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda 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.	●
Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	HR6	No hay actividades que comporten un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil.	No aplica

Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	HR7	No hay operaciones que conlleven un riesgo de originar episodios de trabajo forzado o no consentido.	No aplica
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 operaciones que tienen lugar en o cerca de territorios de pueblos indígenas, y el número y el porcentaje de actividades o de lugares donde hay acuerdos formales con las comunidades de los pueblos indígenas.	MM5	LFG no desarrolla operaciones en o cerca de territorios de pueblos indígenas.	No aplica
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.	No aplica
Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones y/o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	HR10	LFG no ha llevado a cabo una evaluación formal o documentada de los impactos en materia de derechos humanos en sus operaciones.	
Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	HR11	LFG no ha recibido quejas relacionadas con los derechos humanos.	

Sociedad

Enfoque de gestión

87-99

Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo y, evaluaciones de impactos con la participación de la comunidad local.	SO1	88-97, 109	
Número y descripción de los conflictos significativos en relación al uso del suelo, los derechos tradicionales de las comunidades locales y pueblos indígenas.	MM6	LFG no tiene actividad extractiva por lo que no hay conflictos en relación al uso del suelo ni los derechos tradicionales de las comunidades locales y pueblos indígenas.	No aplica
Grado en que los mecanismos de quejas se utilizan para resolver los conflictos relativos al uso de la tierra, los derechos tradicionales de las comunidades locales y pueblos indígenas, y los resultados.	MM7	LFG no tiene actividad extractiva por lo que no hay conflictos en relación al uso del suelo ni los derechos tradicionales de las comunidades locales y pueblos indígenas.	No aplica
Número (y porcentaje) de los lugares en los que opera la organización donde la minería artesanal y de pequeña escala se lleva a cabo en ellos, o cerca de ellos, y los riesgos asociados y las medidas adoptadas para gestionar y mitigar estos riesgos.	MM8	LFG no tiene actividad extractiva.	No aplica
Lugares donde se llevaron a cabo reasentamientos, el número de hogares reasentados en cada lugar, y cómo sus medios de vida se vieron afectados en el proceso.	MM9	LFG no tiene actividad extractiva.	No aplica
Número y porcentaje de explotaciones con planes de cierre.	MM10	LFG no tiene actividad extractiva.	No aplica
Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	SO2	29 Todas las unidades de negocio son analizadas con respeto a riesgos relacionados con la corrupción. Formalmente está previsto iniciar un proyecto de identificación de riesgos el año 2012.	
Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	SO3	LFG no ha impartido formación a sus empleados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	
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 <i>lobbying</i> .	SO5	38	
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	En el ámbito de PRL se ha recibido una sanción, por infracción leve de medidas de seguridad, por un importe de 8.195€. En el ámbito ambiental, se ha hecho efectivo el pago de una sanción de 6.020€ por infracción leve de las condiciones de vertido a cauce público, por una inspección recibida en 2010.	
Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	SO9	No hay operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	No aplica
Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	SO10	No hay operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales. Asimismo, se llevan a cabo medidas de prevención y mitigación en relación a la afeción acústica, lumínica y del suelo.	No aplica
Responsabilidad del producto			
<i>Enfoque de gestión</i>		81-85	
Programas y progreso relacionado con una gestión responsable de los materiales.	MM11	68, 83, 102, 105, 110	
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	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 en las siguientes etapas del ciclo de vida del producto: desarrollo del concepto, I+D+i, certificación, fabricación y producción, marketing y promoción, almacenaje, distribución y suministro, utilización y servicio y reutilización y reciclaje.	
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	76-77 La información sobre los productos y servicios cumple los procedimientos en vigor y la normativa. La información de productos incluye datos sobre su composición.	
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	75	
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.	

15 TABLA DE CONTENIDOS DEL PACTO MUNDIAL

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.	24-26, 83	HR1, HR2, HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9
2 Asegurar que sus empresas no sean cómplices de la vulneración de los derechos humanos.	24-26, 83	HR1, HR2, HR8
3 Apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	45	LA4, LA5, HR5
4 Apoyar la eliminación de cualquier trabajo forzado o realizado bajo coacción.	No hay operaciones que conlleven un riesgo de originar episodios de trabajo forzado o no consentido.	HR7
5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil.	No hay operaciones que comporten un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil.	HR6
6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el trabajo y en la ocupación.	29, 45-50, 53	LA2, LA10, LA13, LA14, HR4
7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	12, 24, 38	4.11
8 Fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	102-110	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.	68, 102-110	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.	12, 88, 92	SO2, SO3, SO4



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **LA FARGA GROUP (CORPORACIÓN METALÚRGICA CATALANA, SL)** ha presentado su memoria "Capacidad de crecimiento con visión de futuro" (2011) 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 G3.1 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 G3.1 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.

Amsterdam, 03 de mayo 2012

Nelmar Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative



Se ha añadido el signo "+" al Nivel de Aplicación porque LA FARGA GROUP (CORPORACIÓN METALÚRGICA CATALANA, SL) 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

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 24 de abril 2012. 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 2011, titulado “Capacidad de crecimiento con visión de futuro” de la empresa:

LA FARGA GROUP
CORPORACIÓN METALÚRGICA CATALANA, SL

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

CERTIFICADO 120.149

SE HA REALIZADO DE CONFORMIDAD A LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS POR LA
GUÍA G3.1 DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE
CON EL NIVEL DE APLICACIÓN A⁺

Fecha del certificado:
20 de abril de 2012



La Farga Group
Ctra. C-17, Km. 73,5
08509 Les Masies de Voltregà
Barcelona (Spain)
www.lfg.es

