



# MODELANDO DÍA A DÍA CON FIRMEZA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2009



**La Farga Group**  
yourCoppersolutions



# MODELANDO DÍA A DÍA CON FIRMEZA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2009



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

Diseño y realización: lavola, servicios para la sostenibilidad  
Depósito Legal: B - 22.524 / 2010

# ÍNDICE

## **CARTA DEL PRESIDENTE, 6**

### **1 ALCANCE, 9**

### **2 DATOS CLAVE, 12**

### **3 PERFIL, 14**

- 3.1 La Farga Group, **14**
- 3.2 Marcas asociadas a producto, **18**
- 3.3 Ámbito de actuación, **20**
- 3.4 Implicación en el sector y en el entorno, **22**
- 3.5 Premios y distinciones, **24**

### **4 ESTRUCTURA DE GOBIERNO, 25**

- 4.1 Organigrama, **26**

### **5 DESARROLLO SOSTENIBLE, 30**

- 5.1 Nuestros compromisos, **31**
- 5.2 Misión, visión y valores, **31**
- 5.3 Ética y derechos humanos, **32**

### **6 ECONOMÍA, 34**

- 6.1 Entorno económico, **34**
- 6.2 Indicadores económicos, **38**
- 6.3 Balance de situación, **39**
- 6.4 Cuenta de pérdidas y ganancias, **46**

### **7 INNOVACIÓN Y MEJORA, 50**

- 7.1 I+D+I de proceso conjunto con los clientes, **54**

### **8 RESPETO POR EL ENTORNO, 56**

- 8.1 Sistema de gestión medioambiental, **56**
- 8.2 Alta eficiencia en el reciclaje de cobre, **57**
- 8.3 Consumo de recursos naturales, **57**
- 8.4 Gestión de residuos, **60**
- 8.5 Afección acústica y lumínica, **61**
- 8.6 Afección al suelo, **61**
- 8.7 Gestión de las aguas residuales, **62**
- 8.8 Emisiones atmosféricas, **62**

### **9 DESARROLLO PROFESIONAL, 68**

- 9.1 Perfil de la plantilla, **69**
- 9.2 Estabilidad y promoción interna, **70**
- 9.3 Igualdad de oportunidades e integración de personal discapacitado, **73**
- 9.4 Satisfacción de la plantilla, **74**
- 9.5 Desarrollo profesional y formación, **76**
- 9.6 Beneficios sociales y medidas de conciliación, **78**
- 9.7 Comunicación y diálogo, **79**

### **10 PREVENCIÓN DE RIESGOS, 83**

- 10.1 Sistema de prevención de riesgos laborales, **83**

### **11 SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES, 88**

- 11.1 Evaluación, **89**
- 11.2 Plan de comunicación externa, **91**

### **12 CALIDAD, 93**

- 12.1 Sistema de gestión de la calidad, **93**
- 12.2 Certificados de productos, **94**
- 12.3 Proyectos de mejora continua del proceso, **94**

### **13 CREACIÓN DE VALOR, 98**

- 13.1 Empresas proveedoras como socios estratégicos, **98**
- 13.2 Entorno social, **100**
- 13.3 Fundació La Farga, **102**

### **14 TABLA DE CONTENIDOS DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI), 107**

### **15 TABLA DE CONTENIDOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS, 113**

### **16 INFORME DE VERIFICACIÓN, 114**

## CARTA DEL PRESIDENTE

Con la publicación del informe de sostenibilidad del 2009, deseamos reafirmar una vez más el compromiso con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas que hemos suscrito, mostrando nuestro alto nivel de implicación en la defensa de los derechos humanos y laborales, así como nuestro empeño por promover la aplicación de políticas sostenibles y de responsabilidad social.

El ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2009 ha sido difícil por la profunda crisis en la que está inmersa, no sólo España, si no Europa y toda la economía occidental. No obstante, La Farga Group ha podido sortear con relativo éxito esta circunstancia gracias a las medidas preventivas adoptadas y al esfuerzo realizado por todos cuantos trabajan en las distintas sociedades del Grupo.

En el ejercicio 2009 se ha demostrado el acierto de las decisiones adoptadas en los años de bonanza anteriores reinvertiendo gran parte de los beneficios en la adquisición de nueva maquinaria que nos permitiera diversificar nuestra producción y abrir, así, nuevos mercados que hasta entonces nos estaban vedados. De este modo hemos podido entrar, con éxito, en el mercado ferroviario e incrementar nuestras exportaciones, capítulo éste que ha tenido fundamental importancia para la venta de tubos de diversos tipos cuando el mercado nacional estaba más deprimido.

Conscientes de que la empresa, como Grupo, una vez consolidada tiene que crecer para poder abarcar nuevos mercados, se ha iniciado en el Ejercicio 2009 un proceso de internacionalización para rentabilizar el prestigio conseguido dentro del sector, en el ámbito mundial, gracias a la venta de nuestros procesos y patentes, que hoy se explotan en fábricas de Europa, Asia y América. Así, se ha constituido una nueva sociedad en China, con una participación del 49%, junto dos socios locales, uno de los cuales pertenece a un grupo estatal y es uno de los principales proveedores del mundo de tucsteno-metal de altas prestaciones. Nuestro socio ya explota una fábrica para la producción de hilo de cobre mediante colada continua procedente de materiales secundarios que utiliza nuestras patentes. La nueva sociedad destinará su producción al mercado ferroviario, de gran porvenir en China y en el que ya hemos logrado introducirnos este año mediante la exportación de 4.000 toneladas de hilo de cobre.

El desarrollo permanente de la empresa ha exigido el estudio y proyecto de un nuevo sistema de información y, en el ámbito industrial, se han introducido las técnicas japonesas del LEAN Management, creándose para ello una unidad especializada con un gestor para la implantación de esta técnica.



Hemos diseñado un Proyecto de Investigación con una doble visión: el reciclaje y la búsqueda de nuevos materiales con nuevas prestaciones, todo ello dividido en tres líneas:

- Investigación aplicada: que se realiza internamente, dentro de LFG,
- Investigación de gestión: incluye creación de patentes, relaciones institucionales, centros de investigación y conocimiento del estado de la técnica,
- Investigación básica: destaca la creación de un centro de investigación en la Universidad Autónoma de Barcelona, con personal propio. El objetivo es crear red.

La gestión de la responsabilidad social es transversal en el Grupo, llegando a todos los ámbitos de la empresa, que la tiene plenamente asumida.

Entrando en el detalle de cada una de las sociedades del Grupo podemos destacar:

#### *La Farga Lacambra SAU*

La disminución de las ventas ha sido de un 5%, mientras que en el sector ha habido ciertos productos que han disminuido un 59%. Para ello ha sido decisivo el peso de la exportación y el éxito conseguido con la nueva organización industrial en lo relativo al servicio al cliente,

Se han realizado nuevas inversiones para enfrentarse al futuro mediante la diversificación de productos, como el nuevo multirod y el cobre estañado. Pero la inversión más importante y digna de destacar ha sido la realizada en la nueva depuradora de humos, que ha merecido la concesión del Premio al Medio Ambiente concedido a la empresa por la Generalitat de Catalunya. Con esta inversión, LFL se adelanta a las exigencias de la ley vigente en esta materia.

También se ha hecho una nueva inversión en maquinaria para aleaciones y se ha adelantado en tecnología, reciclaje, calidad del producto y medio ambiente. Fruto de la inversión realizada en investigación esperamos conseguir que el cobre reciclado se asemeje en calidad que el procedente de cátodo, objetivo que confiamos el cliente pueda comprobar en un plazo de 3 o 4 años.

La política intensa de I+D+i se ha mantenido con nuevos contratos de colaboración con UB, CTM, Insamet, UVic y Universidad alemana de Aachen. También se han renovado las ISO's.

Entendemos como logro importante el haber conseguido mantener la plantilla de trabajadores en un ambiente de crisis laboral general. Se ha creado un proyecto de sugerencias por parte del personal que ha estado muy participativo.

#### *La Farga Tub SL*

A pesar de las dificultades del entorno y de la fuerte contracción del sector de la construcción, consumidor preferente de nuestro tubo sanitario, los resultados han sido satisfactorios ya que el volumen de ventas se ha incrementado en un 3% respecto al año anterior, duplicándose el total de las exportaciones. Esto ha sido posible por nuestra agilidad en adaptarnos a los nuevos requerimientos del mercado, modificando tanto el

volumen como el mix de entrega. También hemos incrementado nuestra cartera de productos en todos los segmentos en los que estamos posicionados (Sanitario, ACR, Industrial y Medicinal), permitiéndonos asentar nuestro liderazgo en el mercado nacional y asegurando la fidelización de nuestros clientes.

Se han realizado las inversiones necesarias para incrementar nuestra capacidad productiva, tanto para la fabricación de nuevos productos como para la mejora de nuestros procesos. Se ha realizado una gestión activa en la prevención de riesgos laborales consiguiendo el menor índice de accidentabilidad en toda la historia de LFT.

El incremento de la producción y ventas nos ha permitido no sólo mantener sino incrementar el número de trabajadores de la empresa.

Todo ello ha contribuido a potenciar de forma importante el nombre y marca de LFT en el mercado, tanto nacional como extranjero, ámbito éste en el que nos hemos expandido grandemente.

#### *La Farga Rod SLU*

Puede decirse que el año 2009 ha sido el primero completo en la corta vida de la sociedad, constituida en 2008. En un mercado en fuerte recesión (-24% de media europea y -28,2% en España) nuestras ventas se han incrementado en un 64% respecto al ejercicio anterior, sin

alcanzar, sin embargo, los volúmenes presupuestados. Un 20% de las ventas se han destinado a la exportación.

Digno de mención es el aumento del índice de satisfacción del cliente que pasa de 7,81 a 7,99, así como el índice de absentismo que se fija en un 1,23%

Se ha mejorado notablemente la calidad del producto y la eficiencia del proceso productivo, lo que tendrá evidente repercusión favorable en los resultados de la empresa cuando el mercado nos permita utilizar en mayor grado la capacidad productiva de que disponemos en nuestras instalaciones industriales de última generación.

#### *La Farga Intec SLU*

Esta sociedad, de nueva creación, tiene dos objetivos primordiales:

- Dar entidad propia a la venta de tecnología que realiza el Grupo desde hace más de 20 años.
- Desarrollar nuevos proyectos de expansión estratégicos para el Grupo.

En relación con el primer objetivo, dentro del convenio que mantenemos con Continuu Properzi (Italia) hemos seguido contratando, instalando y poniendo en marcha nuevas fábricas en distintos países para la producción mediante colada continua de hilo de cobre procedente de chatarras

Utilizando nuestros procesos y patentes.



Por lo que respecta a nuevos proyectos de expansión, se ha constituido en China con dos socios locales (JXTC y ProSoars) una nueva compañía de nominada “Ganzhou Jiangwu La Farga high-speed Railway Copper Materials”, en la que participamos con un 49% del capital y ocupamos dos puestos en su Consejo de Administración. Su objeto es la producción y distribución de producto ferroviario de cobre y sus aleaciones para el mercado chino. Está prevista su puesta en marcha durante el año 2010.

#### *Resumen*

Como se ha indicado al principio, el año ha sido difícil pero lo hemos sorteado con resultados positivos. Ninguna empresa del Grupo ha sufrido pérdidas y se han realizado las amortizaciones según las normas seguidas en Ejercicios anteriores.

El precio del cobre ha sufrido alteraciones considerables. La cotización en el LME durante el año 2009 pasó de 2100 a 5200 euros la tonelada, lo que, indudablemente, crea problemas a todas las empresas implicadas, que tienen que disponer de un circulante cada vez mayor y asumir un mayor riesgo frente a sus clientes.

Por consiguiente, es digno de consignar que con una facturación de 600 millones de euros, el Grupo no ha sufrido incidencias por impagados lo que evidencia la solvencia y seriedad de nuestros clientes y, también, el cuidado con que nuestros servicios administrativos valoran los riesgos contraídos y las coberturas aseguradas.



Vicente Fisas i Comella  
Presidente

# CARTA DEL PRESIDENTE

El ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2009 ha sido difícil por la profunda crisis en la que están inmersas, no sólo España, sino toda Europa y la economía occidental. No obstante, LA FARGA GROUP ha podido sortear con relativo éxito esta circunstancia gracias a las medidas preventivas adoptadas y al esfuerzo realizado por todos cuantos trabajan en las distintas sociedades del Grupo.

En el ejercicio 2009 se ha demostrado el acierto de las decisiones adoptadas en los años de bonanza anteriores, reinvertiendo gran parte de los beneficios en la adquisición de nueva maquinaria que nos permitiera diversificar nuestra producción y abrir así nuevos mercados que hasta entonces nos estaban vedados. De este modo hemos podido entrar con éxito en el mercado ferroviario e incrementar nuestras exportaciones, capítulo que ha tenido una importancia fundamental para la venta de tubos de diversos tipos cuando el mercado nacional estaba más deprimido.



Conscientes de que la empresa, como Grupo, una vez consolidada tiene que crecer para poder abarcar nuevos mercados, en el ejercicio 2009 se ha iniciado un proceso de internacionalización para rentabilizar el prestigio conseguido dentro del sector, en el ámbito mundial, gracias a la venta de nuestros procesos y patentes, que hoy se explotan en fábricas de Europa, Asia y América. Así, se ha constituido una nueva sociedad en China, con una participación de LFG del 49%, junto dos socios locales, uno de los cuales pertenece a un grupo estatal y es uno de los principales proveedores del mundo de tungsteno –metal de altas prestaciones. Este socio ya explota una fábrica para la producción de hilo de cobre mediante colada continua procedente de materiales secundarios utilizando nuestras patentes. La nueva sociedad destinará su producción al mercado ferroviario, de gran porvenir en China y en el que ya hemos logrado introducirnos este año mediante la exportación de 4.000 toneladas de hilo de cobre.

El desarrollo permanente de la empresa ha exigido el estudio y proyecto de un nuevo sistema de información y, en el ámbito industrial, se han introducido las técnicas japonesas del LEAN Management, creándose para ello una unidad especializada con un gestor para la implantación de esta técnica.

Hemos diseñado un proyecto de investigación con una doble visión: el reciclaje y la búsqueda de nuevos materiales con nuevas prestaciones, todo ello distribuido en tres líneas:

- Investigación aplicada, que se realiza internamente, dentro de LFG.
- Investigación de gestión. Incluye la creación de patentes, relaciones institucionales, centros de investigación y conocimiento del estado de la técnica.
- Investigación básica. Destaca la creación de un centro de investigación en la Universidad Autónoma de Barcelona, con personal propio. El objetivo es crear red para investigar.

La gestión de la responsabilidad social es transversal en el Grupo, llegando a todos los ámbitos de la empresa, que la tiene plenamente asumida. Entrando en detalle en cada una de las sociedades del Grupo podemos destacar:

## LA FARGA LACAMBRA SAU

La disminución de las ventas ha sido de un 5%, mientras que en el sector ha habido ciertos productos que han disminuido hasta un 59%. Para ello ha sido decisivo el peso de la exportación y el éxito conseguido con la nueva organización industrial en lo relativo al servicio a los clientes.

Se han realizado nuevas inversiones para enfrentarnos al futuro mediante la diversificación de productos, como el nuevo multirod y el cobre estañado. Pero la inversión más importante y digna de destacar ha sido la realizada en la nueva depuradora de humos, que ha merecido la concesión del Premio de Medio Ambiente a la empresa por la Generalitat de Catalunya. Con esta inversión, LFL se adelanta a las exigencias de la ley vigente en esta materia.

También se ha hecho una nueva inversión en maquinaria para aleaciones y se ha adelantado en tecnología, reciclaje, calidad del producto y medio ambiente. Fruto de la inversión realizada en investigación, esperamos conseguir que el cobre reciclado se asemeje en calidad al procedente de cátodo, objetivo que confiamos puedan comprobar los clientes en un plazo de 3 o 4 años.

La política intensa de I+D+I se ha mantenido con nuevos contratos de colaboración con UB, CTM, Insamet, UVic y Universidad alemana de Aachen. También se han renovado las ISO.

Entendemos como logro importante el haber conseguido mantener la plantilla de trabajadores en un ambiente de crisis laboral general. Destaca también la creación de un proyecto para recoger sugerencias del personal que ha sido muy participativo.

## LA FARGA TUB SL

A pesar de las dificultades del entorno y de la fuerte contracción del sector de la construcción, consumidor preferente de nuestro tubo sanitario, los resultados han sido satisfactorios, ya que el volumen de ventas se ha incrementado en un 3% respecto al año anterior, duplicándose el total de las exportaciones. Esto ha sido posible por nuestra agilidad para adaptarnos a los nuevos requerimientos del mercado, modificando tanto el volumen como el mix de entrega. También hemos incrementado nuestra cartera de productos en todos los segmentos en los que estamos posicionados (sanitario, ACR, industrial y medicinal), lo cual ha permitido asentar nuestro liderazgo en el mercado nacional y asegurar la fidelización de nuestros clientes.

Hemos realizado las inversiones necesarias para incrementar nuestra capacidad productiva, tanto para la fabricación de nuevos productos como para la mejora de nuestros procesos. Hemos llevado a cabo una gestión activa en la prevención de riesgos laborales, con lo cual hemos conseguido el menor índice de accidentalidad de toda la historia de LFT.

El incremento de la producción y las ventas nos ha permitido no sólo mantener sino también incrementar el número de trabajadores de la empresa.

Todo ello ha contribuido a potenciar de forma importante el nombre y marca de LFT en el mercado, tanto nacional como extranjero, ámbito en el cual nos hemos expandido grandemente.



## LA FARGA ROD SLU

Puede decirse que el 2009 ha sido el primer año completo de la corta vida de la sociedad, constituida en 2008. En un mercado en fuerte recesión (-24% de media europea y -28,2% en España), nuestras ventas se han incrementado en un 64% respecto al ejercicio anterior, sin alcanzar, sin embargo, los volúmenes presupuestados. Un 20% de las ventas se han destinado a la exportación.

Digno de mención es el aumento del índice de satisfacción de los clientes, que pasa de 7,81 a 7,99. El índice de absentismo se fija en el 1,23%.

Se ha mejorado notablemente la calidad del producto y la eficiencia del proceso productivo; esto comportará evidentemente una repercusión favorable en los resultados de la empresa cuando el mercado nos permita utilizar en mayor grado la capacidad productiva de que disponemos en nuestras instalaciones industriales de última generación.

## LA FARGA INTEC SLU

Esta sociedad, de nueva creación, tiene dos objetivos primordiales:

- Dar entidad propia a la venta de tecnología que realiza el Grupo desde hace más de 20 años.
- Desarrollar nuevos proyectos de expansión estratégicos para el Grupo.

En relación con el primer objetivo, dentro del convenio que mantenemos con Continuus Properzi (Italia), hemos seguido contratando, instalando y poniendo en marcha nuevas fábricas en distintos países para la producción, mediante colada continua, de hilo de cobre procedente de reciclados utilizando nuestros procesos y patentes.



Por lo que respecta a nuevos proyectos de expansión, se ha constituido en China con dos socios locales (JXTC y ProSoars) una nueva compañía denominada **Ganzhou Jiangwu La Farga high-speed Railway Copper Materials**, en la que participamos con un 49% del capital y ocupamos dos puestos en su Consejo de Administración. Su objeto es la producción y distribución de producto ferroviario de cobre y sus aleaciones para el mercado chino. Está prevista su puesta en marcha durante el año 2010.

## RESUMEN

Como se ha indicado al principio, el año ha sido difícil pero lo hemos sorteado con resultados positivos. Ninguna empresa del Grupo ha sufrido pérdidas y se han realizado las amortizaciones según las normas seguidas en ejercicios anteriores.

El precio del cobre ha sufrido alteraciones considerables. La cotización en el LME durante el año 2009 ha pasado de 2.100 a 5.200 euros la tonelada, lo que indudablemente crea problemas a todas las empresas del sector, que tienen que disponer cada vez de más circulante y asumir un mayor riesgo frente a sus clientes.

Por consiguiente, es digno de constatar que con una facturación de 600 millones de euros el Grupo no ha sufrido incidencias por impagos, lo que evidencia la solvencia y seriedad de nuestros clientes y también el cuidado con que nuestros servicios administrativos valoran los riesgos contraídos y las coberturas aseguradas.

Vicente Fisas Comella

# 1 ALCANCE

## AÑO 2009

Por cuarto año consecutivo, la Farga Group publica el *Informe de sostenibilidad* para dar a conocer el compromiso del Grupo con la responsabilidad social, informando de su estrategia y progreso a lo largo del año desde una perspectiva económica, ambiental y social.

La información publicada corresponde al período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2009.

## LA FARGA GROUP

La cobertura de este informe 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 SL (LFI) y Hidroeléctrica del Voltregà, SLU, además de la Fundación La Farga.

## ESTÁNDARES INTERNACIONALES

Igual que en anteriores ediciones, el informe se ha elaborado de conformidad con los principios internacionales establecidos en la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* versión 3.0 (G3) del Global Reporting Initiative, y contemplando el borrador del suplemento del sector de la minería y el metal. Asimismo, también se han contemplado las recomendaciones y principios del Global Compact.

## PROCESO DE ELABORACIÓN

Los contenidos del informe se han definido considerando los principios de materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad que establece el G3. Asimismo, hemos tenido en cuenta la contribución, presente y futura, en la mejora o el deterioro de las condiciones sociales, ambientales y económicas derivadas de la actividad de La Farga Group.

En cuanto al principio de materialidad, se ha procurado que el informe cubra todos aquellos aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos sociales, ambientales y económicos del Grupo, así como aquéllos en los que nos centramos por la gestión, medición y seguimiento de nuestra estrategia.

## PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Referente al principio de participación de los grupos de interés, La Farga Group mantiene una estrecha relación y un diálogo fluido con estos grupos para dar respuesta a sus inquietudes y necesidades utilizando múltiples canales de comunicación y diálogo.

### TRABAJADORES

- Página web
- *Information Lunch*
- *Speech* (reuniones de resumen anual)
- Encuesta de clima laboral
- Revista corporativa

#### FAMILIA EMPRESARIA

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

#### PROVEEDORES

- Índice de satisfacción de los proveedores
- Página web
- Asistencia a eventos de mineros y recicladores
- *Speech* (reuniones de resumen anual)
- Visitas a LFG
- Teléfono
- Correo electrónico
- Convenciones

#### CLIENTES

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

#### VECINOS Y ADMINISTRACIONES

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

#### EL PLANETA

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

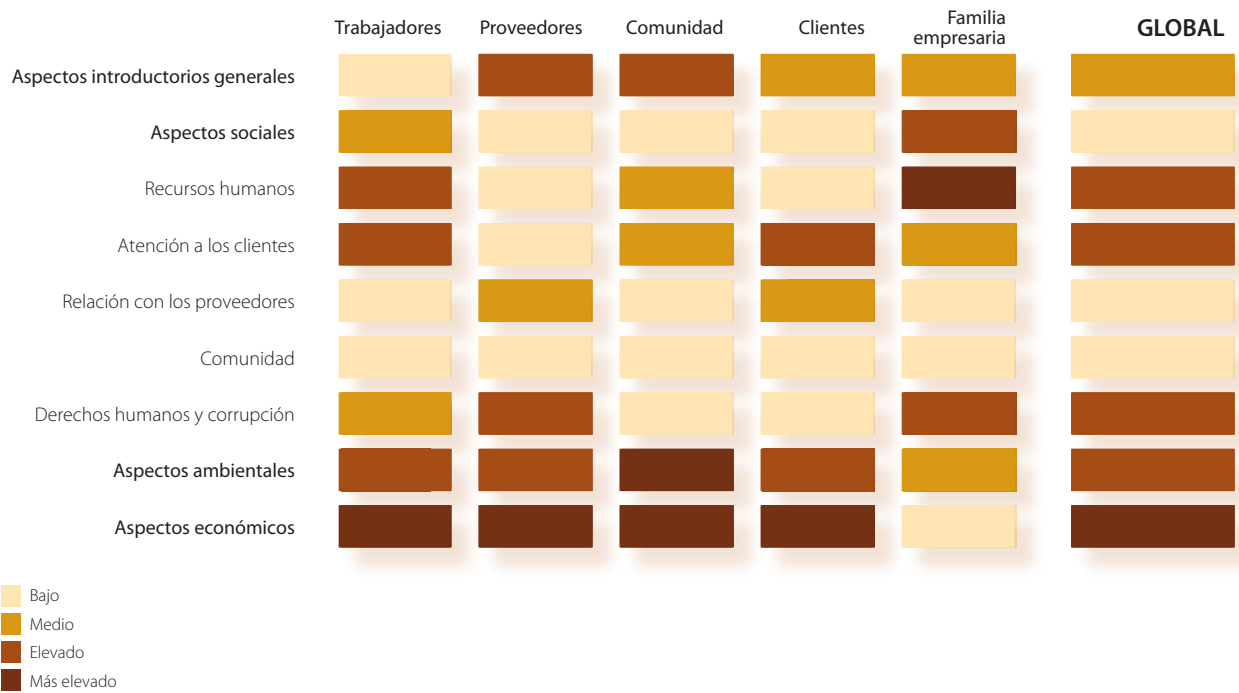
El objetivo de este informe es trasladar a todos los grupos de interés la información relevante sobre el desempeño económico, social y ambiental del Grupo. Los factores internos y externos que determinan los contenidos a tratar se han obtenido a partir del diálogo con ellos, utilizando distintos canales de comunicación, que se detallan a lo largo del presente informe.

Como **NOVEDAD** de este 2009, se ha lanzado una **ENCUESTA** para conocer las prioridades de los grupos de interés estratégicos y evaluar la **MATERIALIDAD DE LOS CONTENIDOS** presentados en el informe de sostenibilidad.

Mediante un análisis estadístico simple, se han determinado **CUATRO GRADOS DE INTERÉS** (bajo, medio, elevado y muy elevado) y se han asignado a los temas correspondientes para establecer las **PRIORIDADES** en cada grupo de interés.



# Grados de interés



Previamente a la redacción de este informe, se han mantenido entrevistas personales con los responsables de los distintos departamentos de La Farga Group, que son las personas responsables de informar de cada ámbito de actuación.

Esta información ha permitido estructurar un informe que responde a las necesidades de los grupos de interés y asegura el acceso a su contenido más relevante de un modo dinámico y visual.



## 2 DATOS CLAVE

LA FARGA ROD HA **AUMENTADO LAS VENTAS** EN UN **64%** EN UN MERCADO EN RECESIÓN. LA MEDIA EUROPEA FUE DE UN -24% Y LA ESPAÑOLA, DE UN -28,2%.

LA FARGA LACAMBRA **INVIERTE EN MAQUINARIA** PARA HACER NUEVOS PRODUCTOS, LO QUE LE HA PERMITIDO DIVERSIFICARSE EN PRODUCTOS DE ALTAS PRESTACIONES TÉCNICAS.

### PERFIL

PRODUCTIVIDAD anual de LFR:  
720 t/TRABAJADOR EN  
PLANTILLA.

Aleaciones de LFL de ALTAS

PRESTACIONES: COBRE del  
94% a 99,9% de PUREZA.

TECNOLOGÍA de LFL en el mundo:  
25 PLANTAS en 14 PAÍSES.

### ECONOMÍA

RECURSOS PROPIOS:

56.831.101 €.

ENDEUDAMIENTO BANCARIO:

67.388.596 €.

INVERSIÓN del ejercicio:

5.087.458 €.

FACTURACIÓN:

514.317.979 €.

RESULTADO: 5.275.786 €.

CASH FLOW: 11.011.597 €.

TONELADAS producidas: 181.035.

### MEDIO AMBIENTE

Consumo de ENERGÍA ELÉCTRICA  
en relación con las toneladas de cobre  
producidas: 263 kW/h.

Consumo de ENERGÍA TÉRMICA  
en relación con las toneladas de cobre  
producidas: 968 kW/h.

Consumo de AGUA en relación con  
las toneladas de cobre producidas:  
1,22 m<sup>3</sup>.

### INNOVACIÓN Y MEJORA

INVERSIÓN en I+D+I (LFL, LFT y LFR):

20% del BENEFICIO neto.

LA FARGA LACAMBRA ENTRA EN EL **MERCADO FERROVIARIO** CON FUERZA.

**A PESAR DE LAS DIFICULTADES** DEL ENTORNO, Y PRINCIPALMENTE DE LA FUERTE CONTRACCIÓN DEL MERCADO DE LA CONSTRUCCIÓN DONDE SE ENCUENTRA LA FARGA TUB, DE FORMA GENERAL LOS **RESULTADOS** HAN SIDO **SATISFACTORIOS**.

EN LFL, EL 2009 HA SIDO EL AÑO EN EL QUE SE HAN **ESTABLECIDO LAS BASES** PARA DAR UN PASO ADELANTE EN LOS **PRÓXIMOS 5 AÑOS**. TAMBIÉN SE HAN RECOGIDO LOS FRUTOS DEL TRABAJO DE AÑOS ANTERIORES.

## RECURSOS HUMANOS

PLANTILLA media equivalente:  
270 TRABAJADORES.

Grupos de edad con más representación en la plantilla: 89 HOMBRES de entre 36 y 45 años y 14 MUJERES de entre 26 y 35 años.

Procedencia de la plantilla: 91% DE LA COMARCA (247 trabajadores).

Porcentaje de la plantilla con CONTRATO INDEFINIDO: 86%.

Porcentaje de la plantilla a JORNADA COMPLETA: 95%.

Media de ANTIGÜEDAD en la empresa: 8 AÑOS.

Porcentaje de MUJERES en plantilla: 9,5%.

## CLIENTES

NUEVOS clientes de LFL: 13,2%.

NUEVOS clientes de LFT: 22,5%.

NUEVOS clientes de LFR: 40,4%.

Índice de SATISFACCIÓN de los clientes de LFT: 7,91.

Índice de SATISFACCIÓN de los clientes de LFR: 7,99.

Índice de SATISFACCIÓN de los clientes de LFL: 8,26.

Índice de SATISFACCIÓN de los clientes de LFI: 9,94.

## CALIDAD

PLANES DE MEJORA: 13 proyectos.

CERTIFICADOS DE CALIDAD de productos conseguidos: 2.

## EMPRESAS PROVEEDORAS

Porcentaje de EMPRESAS proveedoras LOCALES: 18%.

## COMUNIDAD

Inversión en BECAS y ayudas para estudios, concedidas a la comunidad y a los trabajadores: 59.822,44 €.

Número de visitas al MUSEO DEL COBRE: 5.771 PERSONAS.

## 3 PERFIL

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

### 3.1 LA FARGA GROUP

La Farga Group (Corporación Metalúrgica Catalana, SL), es un *holding* que se constituye como una empresa familiar que tiene por objeto dirigir, gestionar y prestar servicios de asesoramiento al resto de sociedades del Grupo y gestionar sus participaciones.

**Entidades que forman La Farga Group**



#### 3.1.1 LA FARGA LACAMBRA

La Farga Lacambra (LFL) tiene por objeto la fabricación y comercialización de semielaborados de cobre mediante materiales reciclados y cátodos de cobre. Actualmente, LFL es el primer productor de España en el sector de los semielaborados de cobre y una de las empresas punteras a nivel mundial.

##### Tecnología de reciclaje e innovación en productos

La tecnología de reciclaje de LFL, **ÚNICA EN EL MUNDO**, se basa en un sistema de recuperación de materiales mediante el afino térmico y no el tradicional proceso hidrometalúrgico, lo cual permite recuperar cobre creando un **CÍRCULO CERRADO Y ECOLÓGICO**, con el menor coste medioambiental. Mediante este proceso se consiguen semielaborados con una pureza del 99,9% a partir de cobre del 94% de pureza.

El recurso estratégico más importante de LFL es la **CAPACIDAD DE INNOVACIÓN** para crear procesos y productos novedosos en un mercado muy maduro como el del cobre. La **CULTURA DE LA INNOVACIÓN** se ha transmitido desde la alta dirección, siendo la base de todos los procesos. Esta innovación se ha traducido en:

- Procesos diferenciados
- Relaciones con clientes preferenciales
- Obtención de materiales de altas prestaciones



#### Productos y clientes

- • Alambón
- Billets
- Trefilados (hilos y cuerdas)



Los principales **CLIENTES** son los fabricantes de cables eléctricos, fabricantes de señas que se dedican a forrar cobre desnudo, fabricantes de envases metálicos con soldadura y también constructores de infraestructuras ferroviarias para la electrificación de la catenaria.

#### Destacados del año

Hemos realizado una importante inversión en una **MÁQUINA PARA HACER ALEACIONES**, lo que ha comportado la relocalización de la plantilla.

Cabe destacar los avances conseguidos en tecnología, reciclaje, calidad de producto y medio ambiente. Además, nos hemos posicionado en el mercado con nuevos materiales reciclados gracias a la gran **APUESTA POR LA INNOVACIÓN** para mejorar las propiedades del reciclado de refino.

El 2009 ha sido el año de la **EXPANSIÓN DEL PRODUCTO FERROVIARIO**.

### 3.1.2 LA FARGA TUB

La Farga Tub (LFT) tiene como actividad principal la fabricación, la venta y la distribución de tuberías de cobre, y opera en los mercados de la distribución de materiales de saneamiento y calefacción, aire acondicionado y refrigeración, y en el mercado industrial para la fabricación de accesorios.

Uno de los objetivos de LFT es la **BÚSQUEDA DE NUEVOS MERCADOS** y la **DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS**. Para conseguirlo, ha certificado todos los tubos en los diferentes países donde desea actuar.

#### Calidad del producto y flexibilidad

Las dos ventajas competitivas de LFT son la **CALIDAD** de su producto y su **CAPACIDAD** por ser **FLEXIBLES** en todos los ámbitos. Los valores de la flexibilidad se transmiten en cada uno de los procesos en los que LFT interacciona con los clientes, lo cual es sinónimo de **EFICIENCIA**. El trabajo constante para conseguir una calidad excepcional en cada uno de los productos es la misión incondicional de la compañía, y la otra ventaja competitiva.

#### Productos y clientes

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

LFT tiene como segmento principal de **CLIENTES** los almacenes de distribución de tubos de cobre para aplicaciones sanitarias y de refrigeración.

#### Destacados del año

Hemos **INCREMENTADO** en un 3% el **VOLUMEN DE VENTAS** y en un 100% las **EXPORTACIONES**, a pesar de la difícil situación del mercado. Esto nos ha permitido conseguir el **LIDERAZGO EN EL MERCADO NACIONAL**, asegurando con ello la **FIDELIZACIÓN** de los **CLIENTES** mediante la calidad del servicio, y potenciar nuestra marca a nivel internacional.

Asimismo, hemos incrementado de manera sustancial la cartera de productos en todos los segmentos donde nos posicionamos (sanitario, aire acondicionado, industrial y medicinal).

Hemos realizado un importante esfuerzo en inversión para **INCREMENTAR LA CAPACIDAD DE FABRICACIÓN** de nuevos productos y para la mejora de los procesos. Ante la mayor necesidad productiva también hemos **INCREMENTADO EL NÚMERO DE TRABAJADORES**.

En el 2009 hemos tenido el **MENOR ÍNDICE DE ACCIDENTALIDAD DE LA HISTORIA** de LFT.

### 3.1.3 LA FARGA ROD

La Farga Rod (LFR) tiene por objeto la fabricación y comercialización de *alambón* electrolítico de cobre. El uso de tecnología puntera junto con la experiencia de La Farga Group (LFG) permiten la elaboración de un *alambón* de altas prestaciones, que garantiza los máximos niveles de calidad y productividad a los clientes.

#### Tecnología punta y calidad

El elevado componente tecnológico gracias a una **PLANTA PRODUCTIVA DE ÚLTIMA GENERACIÓN**, altamente automatizada y que incorpora el más avanzado *state-of-the-art* del sector, junto con la calidad del producto y el servicio a los clientes, son los principales factores competitivos.

Existe una **GESTIÓN INTEGRAL DE LA CADENA DE SUMINISTRO** para los clientes, desde la compra de la materia prima en origen hasta su entrega como producto acabado en sus instalaciones. Siendo el cobre un material de alto valor económico y escaso valor añadido, la óptima gestión de la cadena es esencial.

**Productos y clientes** | → • *Alambón* electrolítico

LFR tiene como **CLIENTES** los esmaltadores, fabricantes de pletinas y fabricantes de cables.

#### Destacados del año

Hemos **CONSOLIDADO LA ACTIVIDAD** de LFR en el mercado con un **INCREMENTO DEL NIVEL DE EXPORTACIÓN** que supera el 30% y un **INCREMENTO DE LAS VENTAS** del 64%. Asimismo, nos hemos convertido en la mejor opción de producto, calidad y servicio.

A pesar de la situación económica, nuestra **CIFRA DE IMPAGADOS** ha sido de 0.





### 3.1.4 LA FARGA INTEC

La Farga Intec (LFI) tiene como actividad la expansión y la venta de tecnología para la fabricación de *alambrón* de cobre partiendo de reciclados, mediante el proceso de colada continua. Se trata de una tecnología patentada por La Farga Lacambra juntamente con una *joint venture* con la empresa italiana Continuus Properzi.

La venta de esta tecnología es reconocida mundialmente y ha sido un fenómeno de expansión gracias a la localización en todo el mundo de plantas que utilizan nuestro proceso. Con dicha venta, ofrecemos el servicio técnico y de asesoramiento para la puesta en marcha de la planta productiva. Para ello, los técnicos y operarios trabajan in situ, es decir, en la nueva planta productiva, para transmitir el conocimiento que tienen de las máquinas y la forma de trabajar en un proceso industrial como éste.

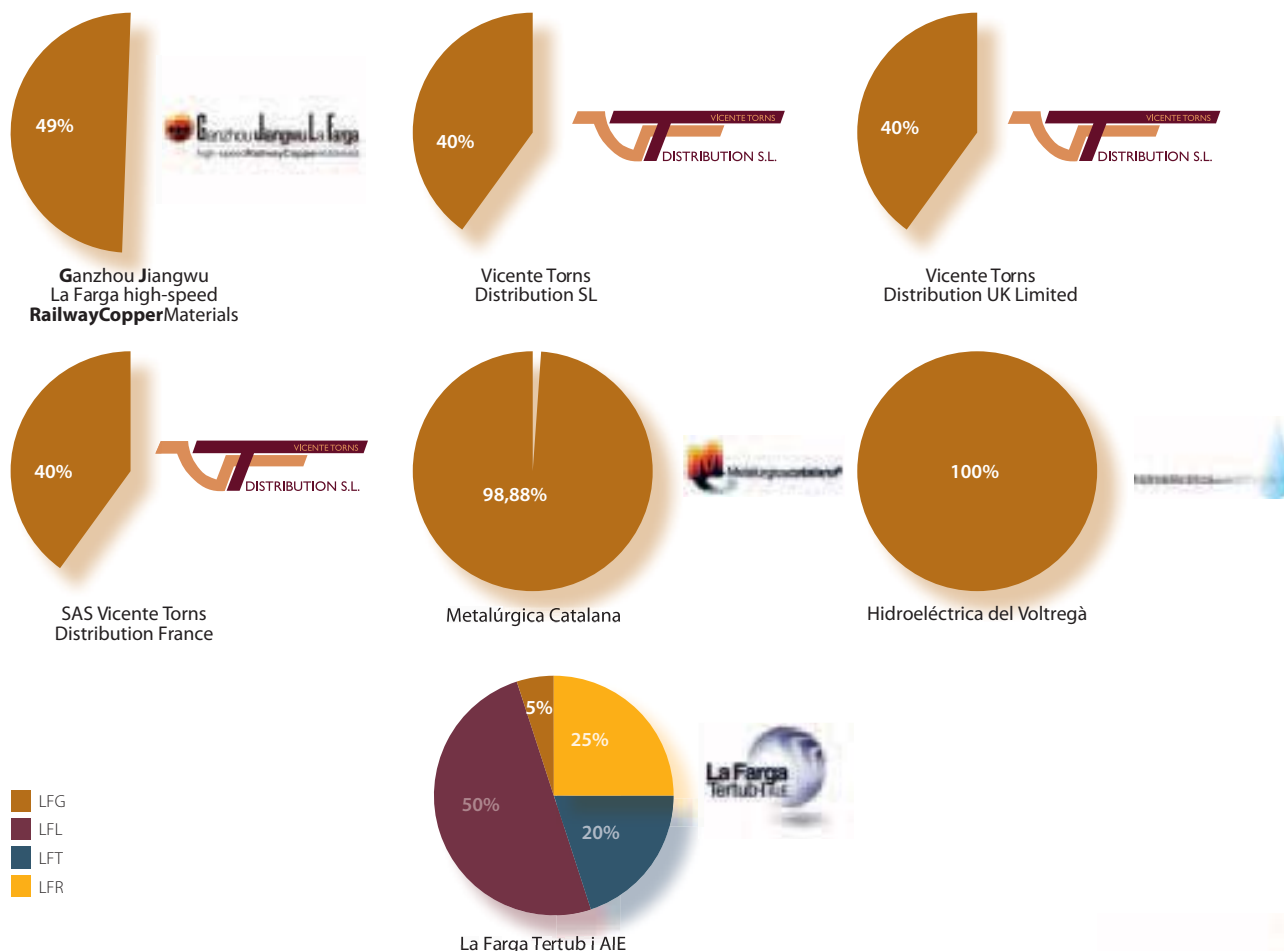
#### Venta de tecnología y proyectos de expansión

LFI fue creada con dos objetivos primordiales: **DAR ENTIDAD A LA VENDA DE TECNOLOGÍA**, que hace más de 20 años que se realiza, y **DESARROLLAR NUEVOS PROYECTOS DE EXPANSIÓN** estratégicos para La Farga Group (LFG).

Del año 2009 destaca la **FIRMA DE UNA JOINT VENTURE EN LA CHINA CON DOS SOCIOS CHINOS** (JXTC y Pro-Soars), de la cual La Farga Group (LFG) tiene un 49% de participación. El objetivo de esta compañía, de nombre **Ganzhou Jiangwu La Farga high-speed Railway Copper Materials**, es la producción y distribución de producto ferroviario de cobre y sus aleaciones en el **MERCADO CHINO**.

Otra de las funciones de LFI es el **SEGUIMIENTO DE LAS EMPRESAS PARTICIPADAS DE LFG**.

#### Empresas participadas. % de participación



## Cientes

LFI a través de la *joint venture* con el partner Continuus Properzi tiene como clientes todas las empresas que quieran poner en marcha una nueva planta productiva de fabricación y comercialización de semielaborados del cobre mediante materiales reciclados.

## Destacados del año

LFI se ha **CONSOLIDADO** para hacer frente al reto de la expansión, el cual es viable gracias al **POSICIONAMIENTO** del grupo en los **MERCADOS** italiano, francés, portugués y del norte de África, dónde ya estábamos presentes.

La firma de una *joint venture* en China ha sido el **PRINCIPAL PROYECTO** del año.

## 3.2 MARCAS ASOCIADAS A PRODUCTO

**La Farga Advanced Materials** es la marca que acompaña los productos desarrollados a raíz de un proceso de innovación.



La Farga Lacambra, a través de La Farga Advanced Materials y con el apoyo de universidades y centros tecnológicos, realiza un esfuerzo de investigación constante con el objetivo de diseñar nuevos materiales de altas prestaciones, en concreto para la electrificación de líneas ferroviarias, como son **EVELEC™** y **EVELHIS™**.



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



La tecnología **EVELHIS™** desarrollada por LFL supera los estándares establecidos por las normas internacionales para los materiales destinados a la alta velocidad. Se adapta perfectamente a las exigencias de los productos que se destinan a esta aplicación y supera incluso las prestaciones técnicas exigidas por las normas internacionales.



**COPPERclean™**, desarrollado por La Farga Tub, garantiza que el tubo de cobre tiene la capacidad de eliminar el 99,9% de ciertas bacterias en apenas dos horas, además de inhibir el crecimiento de microbios y hongos, reducir las posibilidades de infección y actuar permanentemente como material eficaz en la lucha contra agentes patógenos mortales. El objetivo de esta marca es distinguir e informar de las propiedades del cobre.



La Farga Lacambra ofrece materiales **ECOCOPPER™** en forma de semielaborados: *alambros*, macizos y trefilados. Se trata de productos de cobre procedentes al 100% de material reciclado y que contribuyen a ahorrar recursos y energía, además de suponer un menor impacto ambiental. Asimismo, diseñamos con nuestros clientes todos los productos donde el **ECOCOPPER™** sea aplicable, de manera que contribuimos a crear soluciones en cobre con menor impacto ambiental pero con las mismas calidades y características de los productos procedentes de cobre de mina.

## Ejemplo de las mejores prácticas

# Productos ECOCOPPER™

*Los productos ECOCOPPER™ contribuyen a disminuir en un 96% la huella de carbono*

## DESCRIPCIÓN

A medida que la conciencia sobre el calentamiento global aumenta, La Farga Lacambra se esfuerza cada vez más para reducir la huella de CO<sub>2</sub> y el impacto ambiental de sus productos. El resultado, ECOCOPPER, es cobre procedente al 100% de cobre secundario o reciclado, que se está comercializando en forma de hilo de soldar pero que se quiere expandir a otros sectores en los que se utiliza como el de la construcción, en forma de tuberías o cables.

Para los clientes, el producto es un consumible, pero además La Farga les proporciona el servicio de retirarles “la chatarra”, refinarla y convertirla en un cobre polimicroaleado de máxima pureza; posteriormente vuelve a entregarles el cobre de nuevo, con el consiguiente ahorro de la compra de la materia prima (la financia La Farga) y la disminución de su inmovilizado.

## VENTAJAS

- Procedente al 100% de reciclado, por lo que evita la explotación de minas.
- Procedente de un proceso de reciclaje sostenible e innovador al obtener semielaborados de cobre directamente de materiales secundarios.
- Rentable para los clientes: se les puede ofrecer un precio de transformación inferior al de los competidores porque se procesa la chatarra directamente sin necesidad de venderla a terceros. Se completa y se cierra un ciclo de producto, recuperando el cobre y el estaño, lo cual permite reducir en un 99% la generación de residuos sólidos.
- Mejora técnica del producto al aprovechar el proceso para añadir otros elementos de aleación que mejoran su comportamiento.
- Minimiza la huella de CO<sub>2</sub> reduciendo en un 96% la emisión de este gas a la atmósfera, y reduce en un 86% las emisiones de SO<sub>2</sub>.

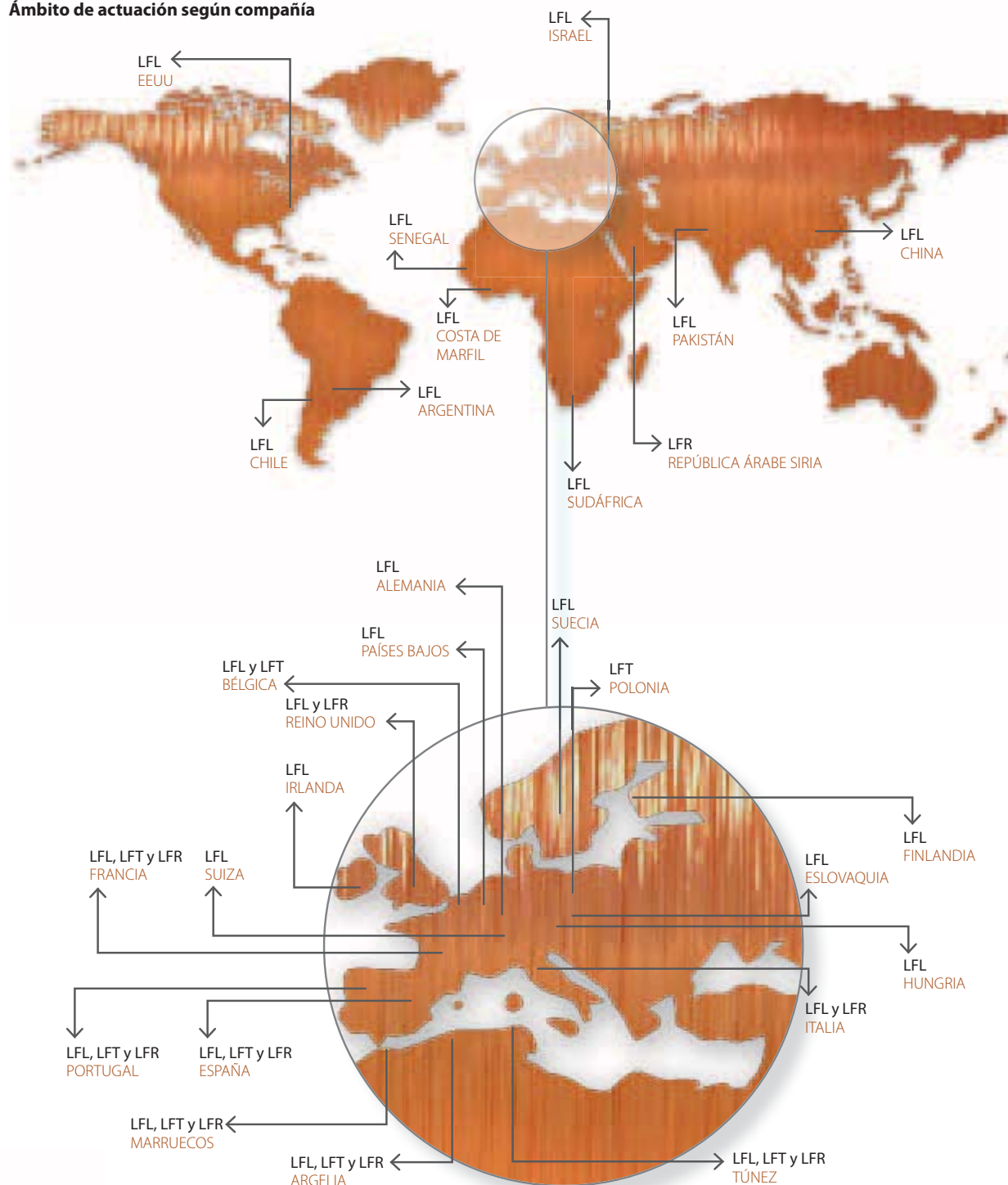


### 3.3 ÁMBITO DE ACTUACIÓN

Con la firma de la *joint venture* en China, LFG ha pasado a ser una **COMPAÑÍA MULTINACIONAL**. En este sentido, desde el punto de vista estratégico del Grupo destaca la expansión y la apertura hacia el exterior a través de *joint ventures* y adquisiciones.

El **ÁMBITO DE ACTUACIÓN** de La Farga Group es **INTERNACIONAL**, tanto para la venta de tecnología como para la comercialización de los productos en los mercados industriales y de distribución.

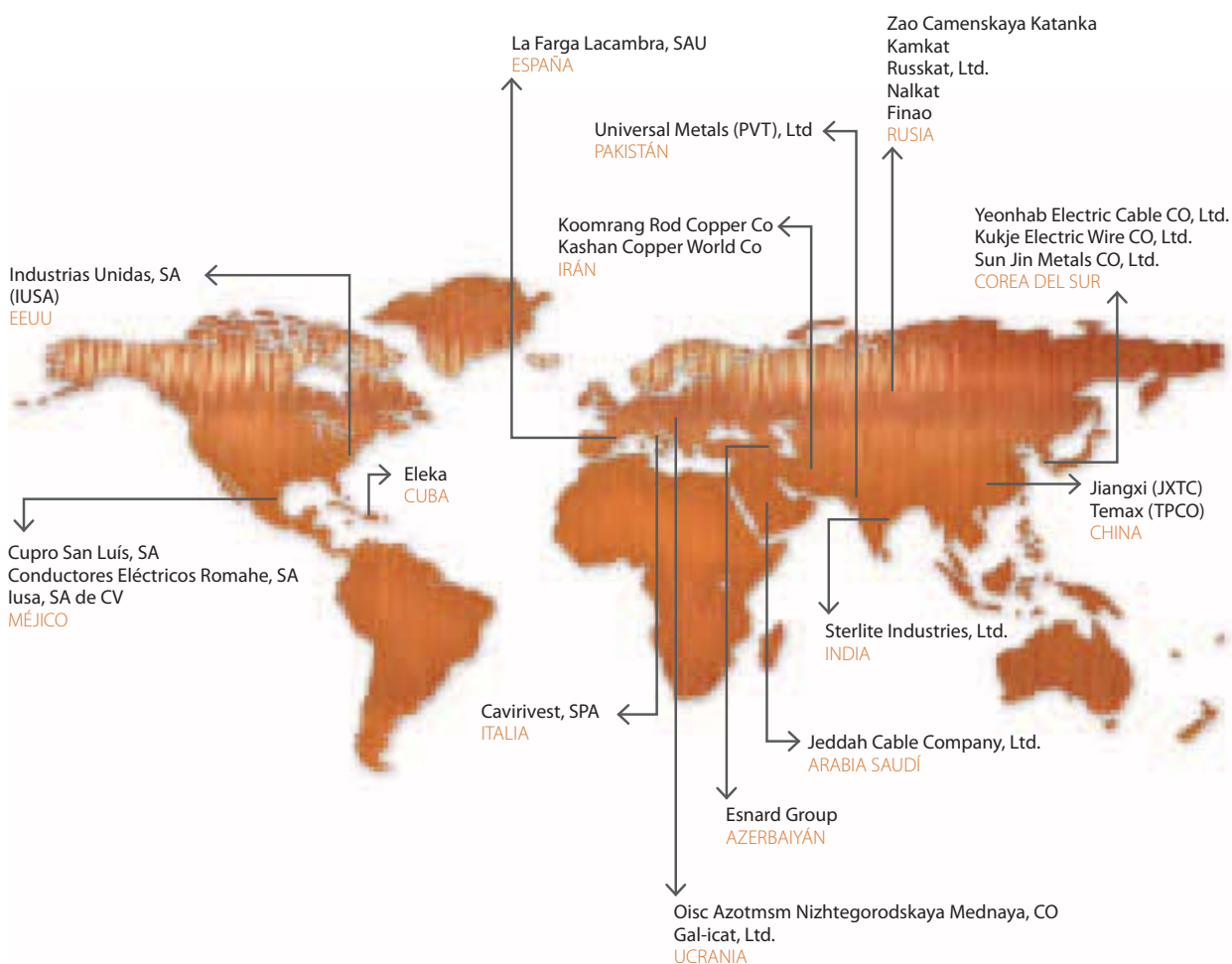
#### Ámbito de actuación según compañía



Durante los 20 años de colaboración entre LFL y Continuus Properzi, las dos empresas han equipado con su tecnología 25 plantas de países de todo el mundo. Se distingue entre:

- • Nuevas ventas de tecnología realizadas este año, dichas plantas están en fase de construcción y recepción de la maquinaria, fase previa a la puesta en marcha. Es el caso de las de Pakistán y Azerbaián.
- *Start-up's*. Se trata de empresas en las que la venta se realizó en años anteriores pero ha sido durante este año cuando se han puesto en marcha. Son las siguientes: JXTC en China (proceso iniciado y terminado durante el 2009), TPCO en China y KAMKAT en Rusia (inicio a finales del 2009 y finalización prevista a lo largo del 2010).

#### Plantas productivas donde se ha vendido la tecnología desarrollada por LFL





### 3.4 IMPLICACIÓN EN EL SECTOR Y EN EL ENTORNO

En La Farga Group (LFG), como compañía fuertemente arraigada en el territorio, mantenemos relaciones de colaboración, participación y/o soporte con agentes sociales, sectoriales o empresariales.

#### LA FARGA GROUP

ES UNA  
EMPRESA  
ASOCIADA A

**CENTRO ESPAÑOL DE INFORMACIÓN DEL COBRE (CEDIC)**

**UNIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DEL COBRE - UNICOBRE**

**ASSOCIACIÓ CATALANA DE L'EMPRESA FAMILIAR (ASCEF)**

**CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DEL METAL - CONFEMETAL**

**BUREAU OF INTERNATIONAL RECYCLING (BIR)**

**AENOR  
DESDE 1993**

CTN-131 Comité Técnico de Normalización

CTC-004 Comité Técnico de Certificación

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES EXPORTADORES DE MATERIAL, EQUIPOS Y SERVICIOS FERROVIARIOS (MAFE X)**

**CAMBRA DE COMERÇ DE BARCELONA**

**AUSA FUTUR**

**INDUSTRIA XXI**

**RAILGRUP**

ES MIEMBRO  
ACTIVO DE

**ROD COMMITTEE (COMITÉ DEL ALAMBRÓN) Y DE TUBE COMMITTEE (COMITÉ DEL TUBO), ORGANIZADOS POR EL INTERNATIONAL WROUGHT COPPER COUNCIL (IWCC)**

**EUROPEAN COPPER INSTITUTE (ECI)**

**CONSELL ASSESSOR DE MUSEUS D'OSONA**

**UNIÓN PATRONAL METALÚRGICA (UPM)**

**FOMENTO DEL TRABAJO NACIONAL**

FORMA  
PARTE DEL  
PATRONATO DE

**CENTRE DE FORMACIÓ EN TECNOLOGIES DE MANLLEU (CEFOTEM)**

**FUNDACIÓ PRIVADA D'EMPRESARIS (FEMCAT)**

EJERCE LA  
PRESIDENCIA DE

**ASOCIACIÓN EMPRESARIAL INNOVADORA EN TECNOLOGÍAS MUY AVANZADAS DE LA PRODUCCIÓN (AEI-TECMAP)**

COLABORA CON

**CAMPAÑA EUROPEA DE PROMOCIÓN DEL TUBO Y ACCESORIOS DE COBRE (ECPPC)**

**UNIVERSIDADES: POLITÉCNICA DE MADRID, VIC, BARCELONA Y AACHEN**



- Asociación profesional que integra prácticamente la totalidad de las empresas de la industria básica del cobre en España (fundidoras-refinadoras y semitransformadoras de cobre y de sus aleaciones).
- Asociación española que agrupa empresas del cobre.
- Institución constituida por un grupo de empresarios catalanes ante el reto que tienen les empresas familiares.
- Organización patronal del sector del metal en España, formada por asociaciones representativas del sector provincial y por las asociaciones nacionales representativas de las diversas ramas de actividad del metal (asociaciones sectoriales y territoriales).
- Federación internacional de comercio que representa el mundo de la industria del reciclaje, en especial los hierros y metales, papel y textiles.
- Comité para la elaboración de normas nacionales en el sector del cobre y de sus aleaciones.
- Comité para el control del proceso de certificación del tubo de cobre en España, según las normas nacionales aplicables en cada caso.
- Asociación sin ánimo de lucro, cuyo objetivo principal es el de servir al sector ferroviario español mediante la ayuda a sus empresas en sus acciones de promoción exterior, así como mediante la defensa de los intereses generales de sus empresas asociadas.
- Órgano consultivo y de colaboración con las administraciones públicas, dotado de personalidad jurídica y autonomía, tanto de actuación como económica. Representa, promueve y defiende los intereses generales del comercio, la industria y la navegación, y tiene competencias y funciones públicas administrativas.
- Sociedad formada con el objetivo de mejorar y potenciar el desarrollo tecnológico e industrial de Osona.
- Industria XXI es una plataforma que surge para dar a conocer la realidad objetiva de la industria catalana como núcleo articulador y motor de la economía, con la voluntad de encontrar la complicidad y el apoyo necesarios para seguir liderando el progreso económico y social del país.
- Asociación cuyo objetivo primordial es potenciar la competitividad global de sus miembros, promoviendo, representando y defendiendo su imagen e intereses colectivos.
- Comités que se reúnen periódicamente para analizar la evolución del mercado del *alambrón*.
- Asociación promovida por la International Copper Association, Ltd. (ICA) y la industria europea de fabricantes de cobre.
- Órgano de carácter consultivo que tiene las funciones de informar y, en su caso, de proponer estrategias en relación con las iniciativas comarcales en el terreno de museos, y más concretamente en el ámbito de patrimonio mueble.
- Es el vínculo de común encuentro de todos los empresarios metalúrgicos de la provincia para, a través de sus correspondientes órganos de gobierno, elaborar y desarrollar la política empresarial metalúrgica, participando con sus representantes en otras organizaciones empresariales de mayor ámbito, tanto a nivel sectorial (CONFEMETAL, la organización estatal de los empresarios metalúrgicos), como a nivel intersectorial (FOMENTO y CEOE).
- Es la confederación de las organizaciones empresariales y empresas de Cataluña. Una organización independiente, privada, sin ánimo de lucro, acogida al derecho constitucional y legal de asociación de los empresarios, y que se rige con criterios democráticos por representantes libremente elegidos.
- La Fundació Delaris-Sanglas del Centre de Formació en Tecnologies de Manlleu (CEFOTEM) tiene como finalidad promover los estudios de formación profesional en la comarca de Osona, así como la formación y el reciclaje de los trabajadores.
- El consejero delegado de La Farga Group forma parte de la Fundació Privada d'Empresaris (FEMCAT) que tiene como finalidad llevar a cabo y dar soporte a iniciativas que sirvan para el progreso de la sociedad catalana.
- Campaña informativa sobre el uso y ventajas del cobre, con el objetivo de dar a conocer en Europa los aspectos más relevantes sobre la producción, instalación y características del tubo y accesorios de este material.

### 3.5 PREMIOS Y DISTINCIONES

#### **Premio de Medio Ambiente 2009 de la Generalitat de Cataluña**

LFL recibió el mes de junio el Premio de Medio Ambiente 2009 que concede la Generalitat de Cataluña a proyectos de investigación, desarrollo e innovación en el ámbito de la mejora de la calidad del aire. El proyecto premiado fue "La mejora de la calidad del aire mediante la implantación de un sistema de depuración de humos", diseñada y desarrollada por LFL a través del Departamento de I+D+I.

Con este galardón, el jurado ha querido reconocer el interés de la tecnología que LFL ha desarrollado en el proceso de la fundición de materiales secundarios para obtener cobre y la reducción considerable de las emisiones.

#### **Finalista del premio Industrial Excellence Awards Spain 2009**

LFG quedó finalista de esta convocatoria y recibió el premio en el mes de junio.

#### **Premio Bonaplata al Museo del Cobre**

El mes de diciembre, el Museo del Cobre recibió el Premio Bonaplata en la categoría de Premio Especial del Patrimonio con motivo de la acción empresarial llevada a cabo para la conservación del patrimonio industrial con la creación del Museo del Cobre. El premio fue otorgado por AMCTAIC (*Associació del Museu de la Ciència i de la Tècnica i d'Arqueologia Industrial de Catalunya*).

#### **XXX Premio Guillem Catà dels Enginyers Industrials de la Catalunya Central**

Se otorgó el premio al consejero delegado de LFG el 14 de diciembre.

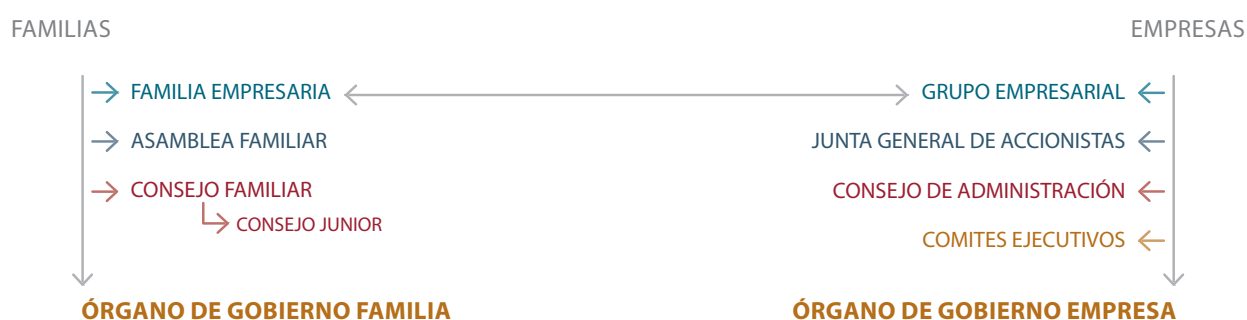


## 4 ESTRUCTURA DE GOBIERNO

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

La gestión de la actividad de LFG se basa en la aplicación de las normas de buen gobierno en términos de transparencia, la calidad de la información y el equilibrio de poderes entre la familia propietaria y los órganos de gestión que poseen un consejo de administración con dos consejeros externos.

El 2009 se ha **REDEFINIDO** y **MEJORADO EL PROTOCOLO DE FAMILIA** incluyendo cambios en la composición de los órganos de gobierno de la familia, y manteniendo el mismo funcionamiento.



**Existe una clara separación de funciones en el Grupo**

- • Presidente del Consejo de Administración
- Consejero delegado
- Dirección General de La Farga Lacambra (LFL)
- Dirección General de La Farga Tub (LFT)
- Dirección General de La Farga Rod (LFR)
- Administrador de La Farga Intec (LFI)

### Órganos de gobierno de LFG

Junta General de Accionistas, consejos de administración y direcciones generales. Un **14,3%** de los miembros del Consejo de Administración de LFG **SON MUJERES**.

### Índice de satisfacción de los accionistas

Mediante una encuesta bienal recogemos las opiniones y sugerencias de los accionistas de LFG. El **GRADO DE SATISFACCIÓN** en 2008 se situó en un **6,83** en una escala del 0 al 10.

### Índice de satisfacción del Consejo de Administración

La evaluación del grado de satisfacción de los miembros del Consejo Administrativo se realiza también mediante una encuesta. La **NOTA** obtenida en 2008 fue de un **8,20** en una escala del 0 al 10.

## 4.1. ORGANIGRAMA

### ASAMBLEA FAMILIAR

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

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

### CONSEJO DE FAMILIA

→ **Composición:** Ana Fisas (Presidenta de Honor), Isa Fisas (secretaria), Ferran Fisas (responsable de comunicación), Fernando Sánchez Mora (asesor externo), Carles Guixà, Cristina Fisas, Eva 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 tener 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

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

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

### FUNDACIÓ LA FARGA

→ **Patronato**

**Patrones fundadores:** Vicenç Fisas y Oriol Guixà

**Patrones:** Adelaida Fisas, Anna Guixà y Edgar Guixà

**Composición**

**Presidente:** Vicenç Fisas

**Secretaria:** Adelaida Fisas

**Vocales:** Oriol Guixà, Anna Guixà y Edgar Guixà

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



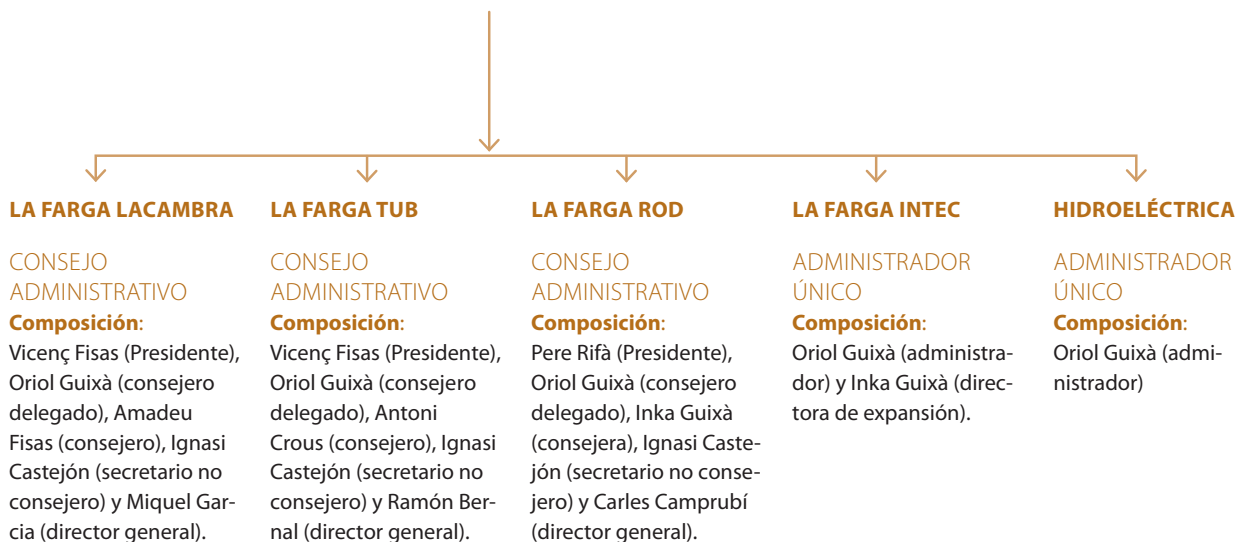
## LA FARGA GROUP

### → JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

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

### CONSEJO ADMINISTRATIVO

**Composición:** Vicenç Fisas (Presidente), Oriol Guixà (consejero delegado) Ana Fisas, Antoni Crous, Papik Fisas y Pere Rifà (consejeros) y Ignasi Castejón (secretario no consejero).





## COMITÉ EJECUTIVO DEL GRUPO INDUSTRIAL

**Composición:** consejero delegado, director general de LFL, director general de LFT, director general de LFR y la directora de expansión de 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 de expansión de LFI y todos los directores de las áreas corporativas de LFL, LFT y LFR.

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

## COMITÉ DE ÉTICA

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

## COMITÉ DE COMUNICACIÓN

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

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

## COMITÉ DE SEGURIDAD Y SALUD

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





## COMITÉ MIC

**Funciones:** definir las acciones de investigación que debe desarrollar el Departamento de Desarrollo Corporativo, para que trasciendan al resto de la empresa, y divulgar el trabajo realizado en investigación de nuevos productos y mercados.

## COMITÉ DE INNOVACIÓN (CIDI)

**Composición:** consejero delegado, director general de LFL, director general de LFT, director general de LFR, directora de expansión de LFI, dirección Desarrollo corporativo, técnico de R+D+i y un asesor externo.

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

## COMITÉ 9CIP (NUEVOS CLIENTES Y PRODUCTOS)

**Composición:** dirección Comercial, dirección Desarrollo Corporativo, director general de LFL, director general de LFT y director general de LFR y dos ejecutivos de venta.

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

## INFORMATION LUNCH

**Composición:** directivos, responsable de sección, supervisores, técnicos, encargados (rotativos).

**Funciones:** transmitir la información del Grupo a todos los niveles (cuentas, planteamientos, nuevas estrategias, etc.) mediante comidas que se realizan una vez al mes y que reúnen a 60 personas.



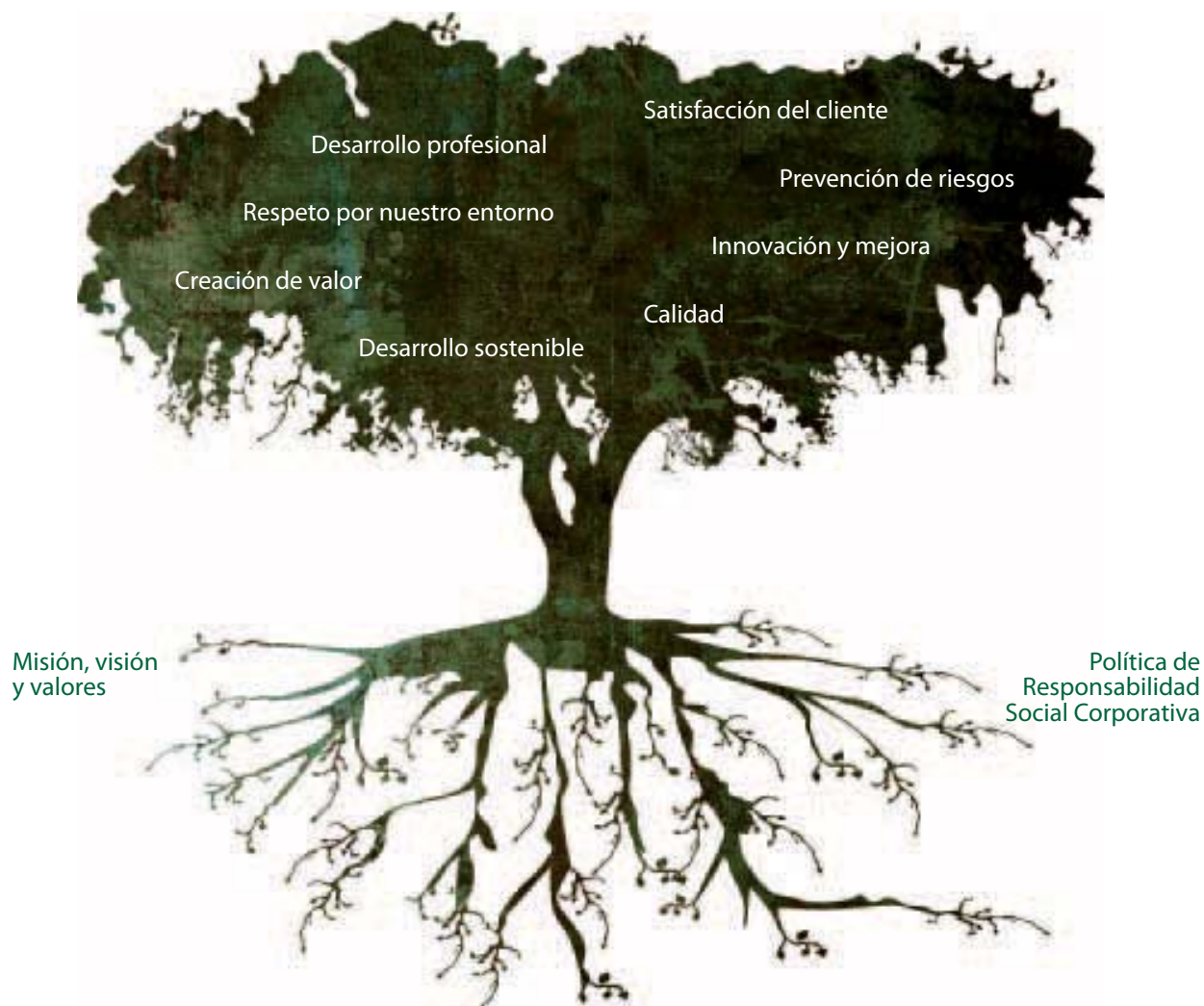
## 5 DESARROLLO SOSTENIBLE

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

En LFG contemplamos la responsabilidad social en nuestra estrategia que define el compromiso con nuestros grupos de interés en la visión y los valores del Grupo. Para ello, la gestión de la responsabilidad social es transversal, llegando a todas las áreas de la compañía.

Trabajamos para la mejora continua en la gestión responsable de los recursos económicos, sociales y ambientales.

### Los 8 ejes de la responsabilidad corporativa de LFG



Para el seguimiento de la actuación en el ámbito de la responsabilidad social, en 2009 se ha creado una **COMISIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL** formada por la dirección y una técnica de Desarrollo Corporativo, una responsable de comunicación y un asesor externo.

### Miembros del Pacto Mundial

Des del año 2006, en LFG estamos adheridos al **PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS** (Global Compact) con el objetivo de impulsar la **RESPONSABILIDAD SOCIAL** asumiendo los diez principios que contempla. Es un compromiso más a favor de una relación ética, justa y comprometida. Anualmente, en el informe de sostenibilidad, damos cuenta del cumplimiento y el progreso de LFG en relación a los diez principios.

## 5.1 NUESTROS COMPROMISOS

### CON CLIENTES

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

### CON PROVEEDORES Y EMPRESAS CONTRATADAS

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

### CON EL EQUIPO HUMANO

- Trabajamos por la igualdad de oportunidades y la no discriminación.
- Garantizamos el respeto por los derechos humanos, asegurando la libertad de asociación y la negociación colectiva.
- Aplicamos las medidas necesarias para garantizar la seguridad y la salud en todos los puestos de trabajo.
- Hacemos partícipes a los trabajadores de los valores éticos de La Farga Group.
- Promovemos la estabilidad de la plantilla.
- Impartimos la formación necesaria a los trabajadores para garantizar un desarrollo profesional óptimo.
- Ofrecemos medidas que favorezcan la conciliación de la vida familiar y laboral, y actividades sociales que contribuyan al desarrollo personal.

### CON LOS ACCIONISTAS

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

### CON EL MEDIO AMBIENTE

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

### CON LA COMUNIDAD

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

## 5.2 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

### MISIÓN

La misión de La Farga Group (LFG) consiste en la producción innovadora de productos 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 cobre de altas prestaciones.

### 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 sobre los demás
- Ilusión para trabajar en equipo y conseguir un objetivo común

## 5.3 ÉTICA Y DERECHOS HUMANOS

La gestión ética y el respeto de los derechos humanos son una parte esencial e integrante de la práctica de la actividad de LFG, tanto en lo referente a la relación con el equipo humano como con el resto de los grupos de interés.

Para garantizar el CUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS HUMANOS, analizamos nuestras inversiones en base a las REGULACIONES existentes y asegurando su TRANSPARENCIA y CLARIDAD.

### 5.3.1 CÓDIGO ÉTICO

Para establecer las pautas para un comportamiento ético dentro de la compañía, en su actividad diaria, disponemos del Código de ética de LFG, basado en nuestra misión, visión y valores. Para cualquier consulta o incidencia relacionada con el Código ético, disponemos de una dirección de correo electrónico.

Entendemos que la base de un comportamiento ético entre la empresa y los grupos con los que interacciona, y viceversa, se fundamenta en la integridad (actuación ética, honesta y de buena fe) y en la responsabilidad profesional (actuación proactiva, eficiente y enfocada a la excelencia, la calidad y la voluntad de servicio).

En este sentido, para garantizar CONDUCTAS ÉTICAS y APROPIADAS, todos los cargos de responsabilidad, directores generales y responsables de las distintas áreas (4,6% de los trabajadores), han firmado una CARTA ANTICORRUPCIÓN en la que se comprometen a ejercer una CONDUCTA ÉTICA y RESPONSABLE y a ACTUAR CON TRANSPARENCIA.





# NUEVOS CONTORNOS



## 6 ECONOMÍA

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

Los máximos órganos de gobierno del Grupo aprueban el presupuesto anual y a lo largo del año se hace su seguimiento para detectar y evaluar las posibles desviaciones.

La inversión del *holding* LFG en las empresas del Grupo ha ascendido a 5.087.458 euros, destinados a la mejora de procesos, compra de maquinaria, creación de nuevos productos y consolidación de nuevas infraestructuras.

### 6.1 ENTORNO ECONÓMICO

#### Coyuntura internacional y nacional global

El 2009 se ha caracterizado por una disminución de la actividad económica debido a la crisis financiera internacional y a un incremento de la tasa de paro. Las previsiones económicas para el conjunto de la OCDE señalan para el 2010 un crecimiento del 0,7 %, pero los países de la zona euro se contraerán y tendrán un crecimiento cero.

En España, la caída del PIB junto con una **DEMANDA INTERNA DEBILITADA** provocan el retroceso del consumo de las familias y de la inversión. La **CAÍDA DE LA ACTIVIDAD** del **SECTOR INDUSTRIAL** ha superado la de la construcción.

#### Perspectivas 2010

→ Para el 2010 se prevé un panorama todavía complicado, pero las perspectivas de los principales países, desarrollados y emergentes, son, con algunas excepciones, de crecimiento.

Los principales países industrializados han tenido tasas de variación negativas en 2009 pero recuperarán el pulso positivo, aunque por debajo del 1% de crecimiento en 2010, excepto España, que tendrá una tasa negativa de variación.





## Coyuntura del metal

El balance del sector del metal es significativamente negativo, acentuado por la desaceleración económica en las principales actividades: consumo de bienes duraderos, inversión en bienes de equipo y construcción. A lo largo del 2009 se deterioraron de forma sensible los indicadores económicos y de actividad, como consecuencia de la grave situación económica.

La actividad productiva de la industria del metal, medida por el indicador de actividad elaborado por Confemetal, viene registrando tasas negativas desde finales de 2008. No obstante, desde finales de 2009 el descenso empieza a remitir, aunque no deja de reflejarse un notable deterioro del sector.

En el comercio exterior, se prevé una recuperación de la actividad por la mejora económica prevista en los principales países europeos con los que el metal español mantiene estrechas relaciones comerciales. En cuanto al empleo en la industria del metal, la media del año se sitúa en un 15,8% menos con respecto al mismo período del año anterior.

Para el 2010 se espera una **MEJORA DE LA SITUACIÓN** global del sector.

### Mercado del cobre

→ En 2009, la cotización del cobre alcanzó un promedio de 3.702 euros, cayendo un 21,67% respecto del promedio del año 2008. A pesar de la baja, a lo largo del 2009 el precio tuvo una clara tendencia ascendente, elevándose casi el 140% entre el inicio y el cierre del año. Este alza en el precio se debe a dos elementos esenciales: el denominado “factor China” y la positiva evolución y acoplamiento de los metales al desarrollo de los mercados financieros, por las mejores expectativas económicas de los países desarrollados.

### Demanda de cobre

→ La demanda de cobre refinado tuvo en el 2009 su segundo año consecutivo de caída (-0,2%). En 2009, China abasteció parcialmente su consumo de cobre con inventarios constituidos ese mismo año y redujo su demanda aparente (-14,5%), lo que no fue compensado con el alza proyectada para el resto del mundo, encabezada por la mejoría de los países desarrollados.

### Oferta de cobre

→ La oferta de cobre refinado se recuperó en un 1,6% en el 2009, y se prevé estabilidad para el 2010 y un crecimiento de un 3,4% en el 2011, debido fundamentalmente al alza de la producción primaria. Chile será el país que aportará la mayor cantidad de producción en los años 2010 y 2011.

El 2009 ha sido un año en el que la especulación ha influido en el precio del cobre, ya que los inversores consideraron que tarde o temprano este saldría al mercado porque el cobre es un metal estratégico de inversión. Esta especulación, junto con el despertar de China, provocó un aumento del precio del cobre.

### Perspectivas de precios

→ Para el 2010 se prevé una volatilidad del mercado debido a la especulación. No obstante, se vaticina un aumento temporal de la holgura, ya que se espera una utilización de inventarios en China. En el 2011 el mercado físico tendrá un exceso de demanda respecto a la oferta, restringiendo la disponibilidad del cobre.

Este escenario junto con la estabilidad del dólar generan una proyección de precios promedio para el 2010 mayor a la prevista anteriormente, que se estima que se ubique alrededor de los 4.900 euros/t, mientras que la primera proyección para el año se ubica en 5.000 euros/t.

## Evolución de las ventas de las compañías

### LFL

En LFL cabe diferenciar las ventas según el tipo de producto:

- *Alambrón* y trefilados. Ampliación de la zona geográfica en mercados exteriores.
- Ampliación de la gama de productos de cobre estañado, lo cual implica apertura a nuevos clientes y aumento de la gama de productos para los clientes actuales.
- Consolidación en el mercado ferroviario y apertura mundial. Inicio de la investigación y nuevo producto de cobre con aleaciones: Evelec.
- Acuerdo estratégico con un cliente ferroviario que da a LFL prioridad para la electrificación ferroviaria de sus proyectos. Expansión alrededor del mundo.

### LFT

El mercado español cae un 30% aproximadamente respecto al 2008, ya que el producto se destina mayoritariamente a la construcción. A pesar de ello, en LFT no ha caído el tonelaje de producción porque se ha vendido fuera de España, en países como Francia, Argelia o Portugal. En años anteriores se buscaron nuevos mercados (zonas geográficas) y éstos se han convertido en reales en 2009.

En el 2008 el 95% de las ventas de LFT eran en el mercado español y en 2009 han sido del 80%.

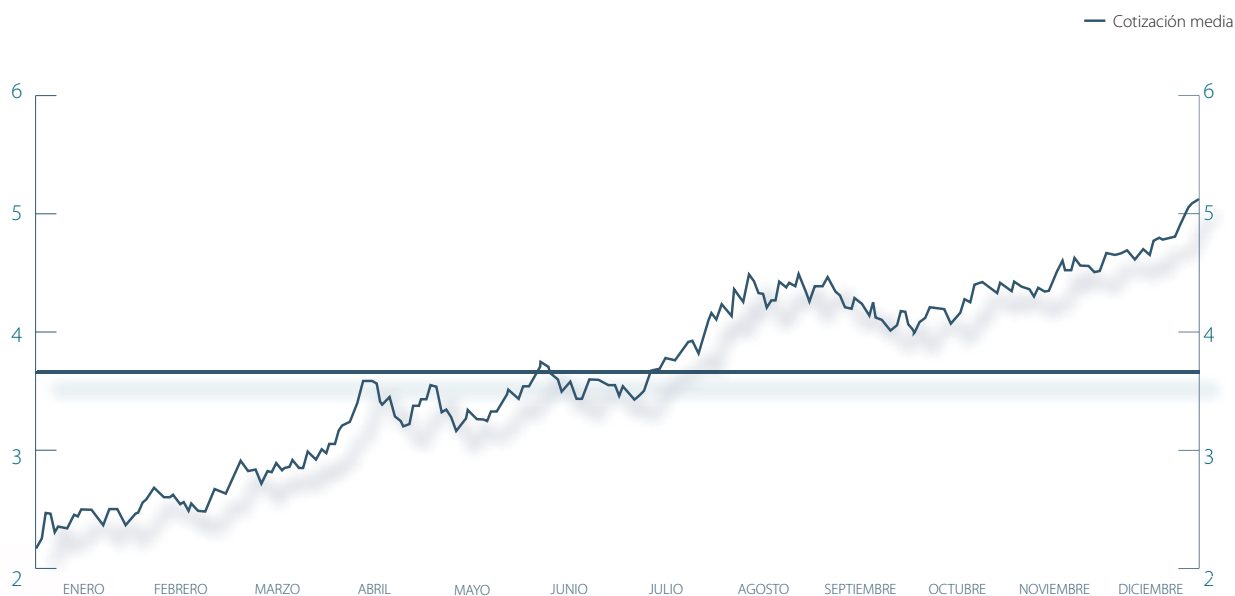
### LFR

Se han consolidado los puntos de venta de la LFR con la ampliación de la gama de productos, y se han detectado nuevas necesidades para captar futuros clientes. La cartera de clientes en España y fuera de España ha aumentado y, consecuentemente, también se han incrementado las toneladas producidas.

## Cotización del cobre durante el 2009

(\$/t)

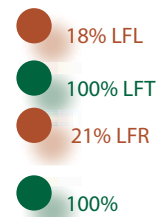
El precio del cobre tuvo en 2009 una fortaleza mayor de la esperada; esto es debido a una vigorosa alza de la demanda aparente de China, apoyada por un segundo semestre en que el impulso provino de un dólar que perdió valor frente a otras monedas y a una oferta primaria que creció menos de lo esperado.



## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos para el 2009

- 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 3%.



### Objetivos para el 2010

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



## 6.2 INDICADORES ECONÓMICOS

(en €)	LFL		LFT		LFR		LFI	
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2008	2009
Ingresos	413.241.693	395.438.814	278.981.296	98.978.145	88.893.115	73.668.316	365.975.431	276.856.454
Costes operativos	369.428.542	347.568.842	261.183.357	92.152.291	79.600.096	67.725.219	357.413.303	273.661.901
Salarios y beneficios sociales	6.736.519	7.411.821	7.204.126	3.025.438	3.230.386	3.381.430	900.663	973.103
Pagos a proveedores de fondos	4.130.514	4.696.273	1.662.365	300.860	400.401	293.762	5.281.106	2.526.091
Pagos al gobierno directos	4.034.571	9.927.089	3.008.484	16.167.478	13.680.910	1.369.288	9.390.440	415.817
Pago impuestos CMC	-	-	6.605.355	-	-	8.514.059	-	153.351
Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	239.847	124.288	318.257	34.570	63.604	3.907	44.704	17.086
Facturación	409.674.821	393.013.568	257.550.462	97.308.689	88.523.804	70.462.130	360.362.329	276.626.592
Beneficio neto	7.326.467	7.883.289	5.241.639	847.273	83.162	500.583	44.907	599.721
Cash flow	10.871.264	12.595.842	8.189.111	2.785.051	2.262.952	2.298.202	1.120.263	1.379.397
% de exportación	15%	19%	17%	1%	7%	14%	16%	32%
Gastos	405.915.225	390.503.310	271.344.480	98.130.873	88.589.729	72.904.269	65.757.476	275.414.681
Inversión total	3.478.437	7.414.110	3.218.784	4.212.802	2.051.885	1.324.437	16.796.223	542.104
Impuesto de beneficios	3.096.145	2.173.897	1.914.298	271.162	-18.775	-28.015	-32.852	86.152
Activos totales	70.829.891	66.198.888	87.192.148	27.977.819	25.784.658	31.850.748	41.344.725	41.984.710
Recursos propios	34.215.679	33.705.209	35.151.825	18.368.856	18.452.018	16.414.390	16.796.223	17.346.944
ROE	21%	23%	15%	5%	4%	3%	3%	5%

	LFG	
	2007	2009
% de compras producidas en el territorio (materias primas, servicios y activos fijos) / total de compras	50%	56%

	LFL	LFT	LFR	LFI	LFG
Sancciones impuestas (€)	4.649	-	1.692	-	-
Aduanas e importaciones	5.161	97	-	-	-
Seguridad Social	-	-	-	-	-
Impuesto de sociedades	-	-	-	-	-
IRPF	-	-	-	-	-

Fundació La Farga			€
Gastos	Totales		207.468,46
	Sueldos y salarios		26.733,79
Donaciones recibidas	Particulares		100.000,00
	Entidades financieras		0,00

## 6.3 BALANCE DE SITUACIÓN

### 6.3.1 LA FARGA GROUP CONSOLIDADO

<b>ACTIVO</b>		31/12/2009
A)	ACTIVO NO CORRIENTE	62.441.443,08
I.	Inmovilizado intangible	2.952.885,23
II.	Inmovilizado material	58.134.582,21
III.	Inversiones inmobiliarias	0,00
IV.	Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	1.303.975,64
V.	Inversiones financieras a largo plazo	50.000,00
VI.	Activos por impuesto diferido	0,00
VII.	Fondo de comercio de sociedades consolidadas	0,00
B)	ACTIVO CORRIENTE	99.591.682,56
I.	Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Existencias	46.601.914,53
III.	Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	50.921.238,31
IV.	Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V.	Periodificaciones a corto plazo	34.060,97
VI.	Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	2.034.468,75
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>		<b>162.033.125,64</b>

<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		31/12/2009
A)	PATRIMONIO NETO	57.756.037,74
A-1)	Fondos propios	56.831.101,35
I.	Capital	23.130.900,00
II.	Prima de emisión	0,00
III.	Reservas y resultados de ejercicios anteriores	28.424.415,36
IV.	Reservas en sociedades puestas en equivalentes	0,00
V.	Acciones y participaciones en patrimonio propias y de la sociedad dominante	0,00
VI.	Otras aportaciones de socios	0,00
VII.	Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	5.275.785,99
A-2)	Ajustes por cambio de valor	0,00
A-3)	Subvenciones, donaciones y legados	903.040,87
I.	En sociedades consolidadas	903.040,87
A-4)	Socios externos	21.895,52
B)	PASIVO NO CORRIENTE	16.862.277,48
I.	Provisiones a largo plazo	58.419,62
II.	Deudas a largo plazo	15.699.250,85
III.	Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	0,00
IV.	Pasivos por impuesto diferido	1.104.607,01
V.	Periodificaciones a largo plazo	0,00
C)	PASIVO CORRIENTE	87.414.810,42
I.	Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Provisiones a corto plazo	0,00
III.	Deudas a corto plazo	64.451.072,07
IV.	Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V.	Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	19.746.123,86
VI.	Periodificaciones a corto plazo	3.217.614,49
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>		<b>162.033.125,64</b>

### 6.3.2 LA FARGA GROUP

<b>ACTIVO</b>		31/12/2009
A)	ACTIVO NO CORRIENTE	64.394.426,70
I.	Inmovilizado intangible	30.203,50
II.	Inmovilizado material	1.854.520,06
III.	Inversiones inmobiliarias	0,00
IV.	Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	62.509.703,14
V.	Inversiones financieras a largo plazo	0,00
VI.	Activos por impuesto diferido	0,00
VII.	Deudores comerciales no corrientes	0,00
B)	ACTIVO CORRIENTE	8.983.126,56
I.	Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Existencias	0,00
III.	Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	7.415.072,02
IV.	Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	1.294.072,43
V.	Inversiones financieras a corto plazo	0,00
VI.	Periodificaciones a corto plazo	27.935,18
VII.	Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	246.046,93
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>		<b>73.377.553,26</b>

<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		31/12/2009
A)	PATRIMONIO NETO	46.759.737,62
A-1)	Fondos propios	46.304.747,47
I.	Capital	23.130.900,00
II.	Prima de emisión	0,00
III.	Reservas	18.482.696,06
IV.	Acciones y participaciones propias en patrimonio	0,00
V.	Resultados de ejercicios anteriores	0,00
VI.	Otras aportaciones de socios	0,00
VII.	Resultado del ejercicio	4.691.151,41
VIII.	Dividendo a cuenta	0,00
IX.	Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00
A-2)	Ajustes por cambio de valor	0,00
I.	Activos financieros disponibles para la venta	0,00
II.	Operaciones de cobertura	0,00
III.	Activos no corrientes y pasivos vinculados, mantenidos para la venta	0,00
IV.	Diferencia de conversión	0,00
V.	Otros	0,00
A-3)	Subvenciones, donaciones y legados	454.990,15
B)	PASIVO NO CORRIENTE	7.422.353,62
I.	Provisiones a largo plazo	0,00
II.	Deudas a largo plazo	7.227.357,83
III.	Deudas con empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	0,00
IV.	Pasivos por impuesto diferido	194.995,79
V.	Periodificaciones a largo plazo	0,00
VI.	Acreedores comerciales no corrientes	0,00
VII.	Deuda con características especiales a largo plazo	0,00
C)	PASIVO CORRIENTE	19.195.462,02
I.	Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Provisiones a corto plazo	0,00
III.	Deudas a corto plazo	4.438.554,38
IV.	Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	14.149.517,45
V.	Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	607.390,19
VI.	Periodificaciones a corto plazo	0,00
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>		<b>73.377.553,26</b>



### 6.3.3. LA FARGA LACAMBRA

<b>ACTIVO</b>		31/12/2009
A)	ACTIVO NO CORRIENTE	25.293.630,29
I.	Inmovilizado intangible	1.030.207,99
II.	Inmovilizado material	24.257.412,13
III.	Inversiones inmobiliarias	0,00
IV.	Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	6.010,17
V.	Inversiones financieras a largo plazo	0,00
VI.	Activos por impuesto diferido	0,00
VII.	Deudores comerciales no corrientes	0,00
B)	ACTIVO CORRIENTE	61.898.517,28
I.	Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Existencias	34.594.963,94
III.	Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	17.171.061,19
IV.	Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	8.656.455,10
V.	Inversiones financieras a corto plazo	9.559,95
VI.	Periodificaciones a corto plazo	0,00
VII.	Efectivo y otros activos líquidos a corto plazo	1.466.477,10
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>		<b>87.192.147,57</b>

<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		31/12/2009
A)	PATRIMONIO NETO	35.480.519,05
A-1)	Fondos propios	35.151.825,27
I.	Capital	27.562.500,00
II.	Prima de emisión	0,00
III.	Reservas	4.847.686,00
IV.	Acciones y participaciones propias en patrimonio	0,00
V.	Resultados de ejercicios anteriores	0,00
VI.	Otras aportaciones de socios	0,00
VII.	Resultado del ejercicio	5.241.638,89
VIII.	Dividendo a cuenta	-2.500.00,50
IX.	Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00
A-2)	Ajustes por cambio de valor	0,00
I.	Activos financieros disponibles para la venta	0,00
II.	Operaciones de cobertura	0,00
III.	Activos no corrientes y pasivos vinculados, mantenidos para la venta	0,00
IV.	Diferencia en conversión	0,00
V.	Otros	0,00
A-3)	Subvenciones, donaciones y legados	328.693,78
B)	PASIVO NO CORRIENTE	4.226.181,40
I.	Provisiones a largo plazo	58.419,62
II.	Deudas a largo plazo	4.018.056,29
III.	Deudas con empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	0,00
IV.	Pasivos por impuesto diferido	149.705,49
V.	Periodificaciones a largo plazo	0,00
VI.	Acreedores comerciales no corrientes	0,00
VII.	Deuda con características especiales a largo plazo	0,00
C)	PASIVO CORRIENTE	47.485.447,12
I.	Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Provisiones a corto plazo	0,00
III.	Deudas a corto plazo	29.983.870,73
IV.	Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V.	Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	15.152.874,52
VI.	Periodificaciones a corto plazo	2.348.701,87
VII.	Deuda con características especiales a corto plazo	0,00
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>		<b>87.192.147,57</b>

### 6.3.4. LA FARGA TUB

<b>ACTIVO</b>		31/12/2009
A)	ACTIVO NO CORRIENTE	11.937.058,59
I.	Inmovilizado intangible	488.151,72
II.	Inmovilizado material	11.446.502,82
III.	Inversiones inmobiliarias	0,00
IV.	Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	2.404,05
V.	Inversiones financieras a largo plazo	0,00
VI.	Activos por impuesto diferido	3.519,00
VII.	Deudores comerciales no corrientes	0,00
B)	ACTIVO CORRIENTE	19.913.689,50
I.	Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Existencias	6.482.194,30
III.	Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	13.210.643,60
IV.	Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	220.156,43
V.	Inversiones financieras a corto plazo	0,00
VI.	Periodificaciones a corto plazo	0,00
VII.	Efectivo y otros activos líquidos a corto plazo	695,17
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>		<b>31.850.748,09</b>

<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		31/12/2009
A)	PATRIMONIO NETO	16.464.635,50
A-1)	Fondos propios	16.414.390,06
I.	Capital	15.019.000,00
II.	Prima de emisión	0,00
III.	Reservas	894.807,17
IV.	Acciones y participaciones propias en patrimonio	0,00
V.	Resultados de ejercicios anteriores	0,00
VI.	Otras aportaciones de socios	0,00
VII.	Resultado del ejercicio	500.582,89
VIII.	Dividendo a cuenta	0,00
IX.	Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00
A-2)	Ajustes por cambio de valor	0,00
I.	Activos financieros disponibles para la venta	0,00
II.	Operaciones de cobertura	0,00
III.	Otros	0,00
A-3)	Subvenciones, donaciones y legados	50.245,44
B)	PASIVO NO CORRIENTE	684.192,76
I.	Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Deudas a largo plazo	546.635,05
III.	Deudas con empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	0,00
IV.	Pasivos por impuesto diferido	137.557,73
V.	Periodificaciones a largo plazo	0,00
C)	PASIVO CORRIENTE	14.701.919,83
I.	Provisiones a largo plazo	0,00
II.	Provisiones a corto plazo	0,00
III.	Deudas a corto plazo	11.572.836,73
IV.	Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V.	Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	2.623.195,28
VI.	Periodificaciones a corto plazo	505.887,82
VII.	Deuda con características especiales a corto plazo	0,00
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>		<b>31.850.748,09</b>

### 6.3.5. LA FARGA ROD

<b>ACTIVO</b>		31/12/2009
A)	ACTIVO NO CORRIENTE	15.870.687,41
I.	Inmovilizado intangible	530.443,58
II.	Inmovilizado material	15.337.238,83
III.	Inversiones inmobiliarias	0,00
IV.	Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	3.005,00
V.	Inversiones financieras a largo plazo	0,00
VI.	Activos por impuesto diferido	21.000,00
VII.	Deudores comerciales no corrientes	0,00
B)	ACTIVO CORRIENTE	26.114.022,88
I.	Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Existencias	5.524.756,29
III.	Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	20.419.955,77
IV.	Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	146.858,19
V.	Inversiones financieras a corto plazo	0,00
VI.	Periodificaciones a corto plazo	0,00
VII.	Efectivo y otros activos líquidos a corto plazo	22.452,63
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>		<b>41.984.710,29</b>

<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		31/12/2009
A)	PATRIMONIO NETO	17.416.055,52
A-1)	Fondos propios	17.346.944,02
I.	Capital	17.000.000,00
II.	Prima de emisión	0,00
III.	Reservas	-246.391,84
IV.	Acciones y participaciones propias en patrimonio	0,00
V.	Resultados de ejercicios anteriores	-6.384,72
VI.	Otras aportaciones de socios	0,00
VII.	Resultado del ejercicio	599.720,58
VIII.	Dividendo a cuenta	0,00
IX.	Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00
A-2)	Ajustes por cambio de valor	0,00
I.	Activos financieros disponibles para la venta	0,00
II.	Operaciones de cobertura	0,00
III.	Activos no corrientes y pasivos vinculados, mantenidos para la venta	0,00
IV.	Diferencias de conversión	0,00
V.	Otros	0,00
A-3)	Subvenciones, donaciones y legados	69.111,50
B)	PASIVO NO CORRIENTE	3.962.273,69
I.	Provisiones a largo plazo	0,00
II.	Deudas a largo plazo	3.907.201,70
III.	Deudas con empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	0,00
IV.	Pasivos por impuesto diferido	55.071,99
V.	Periodificaciones a largo plazo	0,00
VI.	Acreedores comerciales no corrientes	0,00
VII.	Deuda con características especiales a largo plazo	0,00
C)	PASIVO CORRIENTE	20.606.381,08
I.	Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Provisiones a corto plazo	0,00
III.	Deudas a corto plazo	18.205.810,23
IV.	Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V.	Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	2.037.546,05
VI.	Periodificaciones a corto plazo	363.024,80
VII.	Deuda con características especiales a corto plazo	0,00
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>		<b>41.984.710,29</b>

### 6.3.6. LA FARGA INTEC

ACTIVO		31/12/2009
A)	ACTIVO NO CORRIENTE	4.530.466,31
I.	Inmovilizado intangible	4.528.440,00
II.	Inmovilizado material	2.026,31
III.	Inversiones inmobiliarias	0,00
IV.	Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	0,00
V.	Inversiones financieras a largo plazo	0,00
VI.	Activos por impuesto diferido	0,00
VII.	Deudores comerciales no corrientes	0,00
B)	ACTIVO CORRIENTE	421.371,65
I.	Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Existencias	0,00
III.	Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	317.633,23
IV.	Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	4.793,30
V.	Inversiones financieras a corto plazo	0,00
VI.	Periodificaciones a corto plazo	6.125,79
VII.	Efectivo y otros activos líquidos a corto plazo	92.819,33
TOTAL ACTIVO (A+B)		4.951.837,96

PATRIMONIO NETO Y PASIVO		31/12/2009
A)	PATRIMONIO NETO	1.333.651,17
A-1)	Fondos propios	1.333.651,17
I.	Capital	1.000.000,00
II.	Prima de emisión	0,00
III.	Reservas	264.798,73
IV.	Acciones y participaciones propias en patrimonio	0,00
V.	Resultados de ejercicios anteriores	0,00
VI.	Otras aportaciones de socios	0,00
VII.	Resultado del ejercicio	68.852,44
VIII.	Dividendo a cuenta	0,00
IX.	Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00
A-2)	Ajustes por cambio de valor	0,00
I.	Activos financieros disponibles para la venta	0,00
II.	Operaciones de cobertura	0,00
III.	Activos no corrientes y pasivos vinculados, mantenidos para la venta	0,00
IV.	Diferencias de conversión	0,00
V.	Otros	0,00
A-3)	Subvenciones, donaciones y legados	0,00
B)	PASIVO NO CORRIENTE	2.050.000,00
I.	Provisiones a largo plazo	0,00
II.	Deudas a largo plazo	0,00
III.	Deudas con empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	2.050.000,00
IV.	Pasivos por impuesto diferido	0,00
V.	Periodificaciones a largo plazo	0,00
VI.	Acreedores comerciales no corrientes	0,00
VII.	Deuda con características especiales a largo plazo	0,00
C)	PASIVO CORRIENTE	1.568.186,79
I.	Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00
II.	Provisiones a corto plazo	0,00
III.	Deudas a corto plazo	250.000,00
IV.	Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	0,00
V.	Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.318.186,79
VI.	Periodificaciones a corto plazo	0,00
VII.	Deuda con características especiales a corto plazo	0,00
TOTAL DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)		4.951.837,96

### 6.3.7. FUNDACIÓ LA FARGA

<b>ACTIVO</b>	
INMOVILIZADO	1.509.762,92
Inmovilizaciones inmateriales	588.000,00
Bienes del Patrimonio Cultural	921.762,92
ACTIVO CIRCULANTE	175.051,31
Otros deudores	1.365,00
Administración pública	0,00
Inversiones financieras temporales	150.000,00
Tesorería	23.686,31
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.684.814,23</b>
<b>PASIVO</b>	
FONDOS PROPIOS	1.177.957,51
Fondos dotacionales	1.060.000,00
Excedentes de ejercicios anteriores	201.707,93
Excedente del ejercicio (positivo o negativo)	-83.750,42
ACREEDORES A LARGO PLAZO (Xalet)	420.000,00
ACREEDORES A CORTO PLAZO	86.856,72
Acreedores comerciales	1.855,27
Administración Pública	1.001,45
Otras deudas no comerciales (Xalet)	84.000,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.684.814,23</b>

### 6.3.8 HIDROELÉCTRICA DEL VOLTREGÀ

<b>ACTIVO</b>	
INMOVILIZADO	5.018,41
Inmovilizaciones materiales	5.018,41
ACTIVO CIRCULANTE	70.021,76
Deudores	4.076,30
Clientes	3.187,73
Administración pública	368,26
Otros deudores	520,31
Tesorería	65.945,46
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>75.040,17</b>
<b>PASIVO</b>	
FONDOS PROPIOS	58.145,93
Capital suscrito	110.000,00
Perdidas y ganancias	-51.854,07
ACREEDORES A CORTO PLAZO	16.894,24
Proveedores	485,12
Acreedores Empresas Grupo	0,00
Administraciones Públicas	16.409,12
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>75.040,17</b>

## 6.4 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

### 6.4.1 LA FARGA GROUP CONSOLIDADO

A)	OPERACIONES CONTINUADAS	
1.	Importe neto de la cifra de negocios	514.317.978,90
2.	Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	23.084.462,02
3.	Trabajos realizados por la empresa para su activo	1.412.098,00
4.	Aprovisionamientos	-486.254.332,51
5.	Otros ingresos de explotación	387.196,05
6.	Gastos de personal	-12.868.156,87
7.	Otros gastos de explotación	-26.054.785,24
8.	Amortización del inmovilizado	-5.735.811,01
9.	Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	311.160,14
10.	Exceso de provisiones	0,00
11.	Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	-3.283,17
12.	Deterioro y resultado por enajenaciones de participaciones consolidadas	0,00
13.	Diferencia negativa de consolidación de sociedades consolidadas	0,00
A.1)	RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	8.596.526,31
14.	Ingresos financieros	2.417.810,99
15.	Gastos financieros	-4.437.220,76
16.	Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
17.	Diferencias de cambio	20.619,10
18.	Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00
A.2)	RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	-1.998.790,67
19.	Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia	0,00
20.	Deterioro y resultados por enajenaciones de participaciones puestas en equivalencia	0,00
21.	Diferencia negativa de consolidación de sociedades puestas en equivalencia	0,00
A.3)	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2+19+20+21)	6.597.735,64
22.	Impuesto sobre beneficios	-1.321.949,65
A.4)	RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+22)	5.275.785,99
B)	OPERACIONES INTERRUMPIDAS	
23.	Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de impuestos	0,00
A.5)	RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+23)	5.275.785,99

### 6.4.2 LA FARGA GROUP

A)	OPERACIONES CONTINUADAS	
1.	Importe neto de la cifra de negocios	2.025.900,98
2.	Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	0,00
3.	Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00
4.	Aprovisionamientos	-102.035,54
5.	Otros ingresos de explotación	47.946,80
6.	Gastos de personal	-1.210.764,12
7.	Otros gastos de explotación	-1.208.093,57
8.	Amortización del inmovilizado	-205.208,26
9.	Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	290.476,14
10.	Exceso de provisiones	0,00
11.	Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	-3.887,17
12.	Diferencia negativa de combinaciones de negocio	0,00
13.	Otros resultados	160,64
A.1)	RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	-365.504,10
14.	Ingresos financieros	6.413.376,05
15.	Gastos financieros	-2.060.478,19
16.	Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
17.	Diferencias de cambio	0,00
18.	Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	6.476,49
A.2)	RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	4.359.374,35
A.3)	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	3.993.870,25
19.	Impuesto sobre beneficios	697.281,16
A.4)	RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+19)	4.691.151,41
B)	OPERACIONES INTERRUMPIDAS	
20.	Resultado del ejercicio neto de impuestos, procedente de operaciones interrumpidas	0,00
A.5)	RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+18)	4.691.151,41



### 6.4.3 LA FARGA LACAMBRA

A)	OPERACIONES CONTINUADAS	
1.	Importe neto de la cifra de negocios	257.550.462,44
2.	Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	20.296.744,57
3.	Trabajos realizados por la empresa para su activo	815.628,50
4.	Aprovisionamientos	-251.852.874,52
5.	Otros ingresos de explotación	318.256,65
6.	Gastos de personal	-7.204.125,80
7.	Otros gastos de explotación	-9.332.482,41
8.	Amortización del inmovilizado	-2.947.472,30
9.	Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	0,00
10.	Exceso de provisiones	0,00
11.	Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	204,00
12.	Diferencia negativa de combinaciones de negocio	0,00
13.	Otros resultados	-7.524,67
A.1)	RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	7.636.816,46
14.	Ingresos financieros	1.182.084,14
15.	Gastos financieros	-1.662.365,40
16.	Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
17.	Diferencias de cambio	-598,44
18.	Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00
A.2)	RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	-480.879,70
A.3)	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	7.155.936,76
19.	Impuesto sobre beneficios	-1.914.297,87
A.4)	RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+17)	5.241.638,89
B)	OPERACIONES INTERRUMPIDAS	
20.	Resultado del ejercicio neto de impuestos, procedente de operaciones interrumpidas	0,00
A.5)	RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+18)	5.241.638,89

### 6.4.4 LA FARGA TUB

A)	OPERACIONES CONTINUADAS	
1.	Importe neto de la cifra de negocios	70.462.130,15
2.	Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	2.787.717,45
3.	Trabajos realizados por la empresa para su activo	397.332,00
4.	Aprovisionamientos	-63.852.291,32
5.	Otros ingresos de explotación	3.907,00
6.	Gastos de personal	-3.381.430,27
7.	Otros gastos de explotación	-3.872.927,78
8.	Amortización del inmovilizado	-1.797.519,45
9.	Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	16.829,12
10.	Exceso de provisiones	0,00
11.	Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	400,0
12.	Diferencia negativa de combinaciones de negocio	0,00
13.	Otros resultados	-0,06
A.1)	RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	764.046,84
14.	Ingresos financieros	550,29
15.	Gastos financieros	-293.761,63
16.	Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
17.	Diferencias de cambio	1.732,50
18.	Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00
A.2)	RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	-291.478,84
A.3)	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	472.568,00
19.	Impuesto sobre beneficios	28.014,89
A.4)	RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+17)	500.582,89
B)	OPERACIONES INTERRUMPIDAS	
20.	Resultado del ejercicio neto de impuestos, procedente de operaciones interrumpidas	0,00
A.5)	RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+18)	500.582,89

### 6.4.5 LA FARGA ROD

A)	OPERACIONES CONTINUADAS	
1.	Importe neto de la cifra de negocios	276.626.591,59
2.	Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	0,00
3.	Trabajos realizados por la empresa para su activo	199.137,50
4.	Aprovisionamientos	-270.331.347,13
5.	Otros ingresos de explotación	17.085,60
6.	Gastos de personal	-973.103,31
7.	Otros gastos de explotación	-3.330.554,01
8.	Amortización del inmovilizado	-779.676,59
9.	Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	3.854,88
10.	Exceso de provisiones	0,00
11.	Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0,00
12.	Diferencia negativa de combinaciones de negocio	0,00
13.	Otros resultados	9.784,30
A.1)	RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	1.441.772,83
14.	Ingresos financieros	1.750.706,21
15.	Gastos financieros	-2.526.091,12
16.	Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
17.	Diferencias de cambio	19.485,04
18.	Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00
A.2)	RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	-755.899,87
A.3)	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	685.872,96
19.	Impuesto sobre beneficios	-86.152,38
A.4)	RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+17)	599.720,58
B)	OPERACIONES INTERRUMPIDAS	
20.	Resultado del ejercicio neto de impuestos, procedente de operaciones interrumpidas	0,00
A.5)	RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+18)	599.720,58

### 6.4.6 LA FARGA INTEC

A)	OPERACIONES CONTINUADAS	
1.	Importe neto de la cifra de negocios	955.282,73
2.	Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	0,00
3.	Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00
4.	Aprovisionamientos	-92.935,21
5.	Otros ingresos de explotación	0,00
6.	Gastos de personal	-98.733,37
7.	Otros gastos de explotación	-61.765,21
8.	Amortización del inmovilizado	-503.267,19
9.	Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	0,00
10.	Exceso de provisiones	0,00
11.	Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0,00
12.	Diferencia negativa de combinaciones de negocio	0,00
13.	Otros resultados	0,00
A.1)	RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	198.581,75
14.	Ingresos financieros	4,92
15.	Gastos financieros	-83.871,76
16.	Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
17.	Diferencias de cambio	0,00
18.	Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00
A.2)	RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	-83.866,84
A.3)	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	114.714,91
19.	Impuesto sobre beneficios	-45.862,47
A.4)	RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+17)	68.852,44
B)	OPERACIONES INTERRUMPIDAS	
20.	Resultado del ejercicio neto de impuestos, procedente de operaciones interrumpidas	0,00
A.5)	RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+18)	68.852,44

## 6.4.7 FUNDACIÓ LA FARGA

DEBER		
A.	GASTOS	207.468,46
1.	Ayudas concedidas y otros gastos	161.032,04
2.	Consumos de explotación	8.107,81
3.	Gastos de personal	26.733,79
4.	Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	0,00
5.	Otros gastos	11.308,92
6.	Variación de las provisiones de las actividades	
I.	RESULTADOS POSITIVOS DE EXPLOTACIÓN	-88.983,62
7.	Gastos financieros y gastos asimiladas	285,90
8.	Variación de las provisiones de inversiones financieras	
9.	Diferencias negativas de cambio	
II.	RESULTADOS FINANCIEROS POSITIVOS	5.233,20
III.	RESULTADOS POSITIVOS DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS	-83.750,42
10.	Variación de las provisiones inmovilizadas participaciones a largo plazo en las empresas del grupo y asociadas	
11.	Perdidas inmovilizado de participaciones a largo plazo de las empresas del Grupo y asociadas	
12.	Gastos extraordinarios	0,00
13.	Gastos y pérdidas de otros ejercicios	
IV.	RESULTADOS EXTRAORDINARIOS POSITIVOS	
V.	RESULTADOS POSITIVOS ANTES DE IMPUESTOS	-83.750,42
14.	Impuesto sobre sociedades	
15.	Otros impuestos	
VI.	<b>EXCEDENTE POSITIVO DEL EJERCICIO (AHORRO)</b>	<b>-83.750,42</b>

## 6.4.8 HIDROELÉCTRICA DEL VOLTREGÀ

DEBER		
A.	GASTOS	45.998,10
1.	Trabajos realizados por terceros	2.874,37
2.	Dotaciones amortización inmovilizado	557,60
3.	Otros gastos de explotación a) Servicios exteriores b) Tributos	42.566,13 40.737,15 1.828,98
I.	BENEFICIOS DE EXPLOTACIÓN	1.263,53
4.	Gastos financieros y asimilados	0,00
II.	RESULTADOS FINANCIEROS POSITIVOS	4,72
III.	BENEFICIO DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS	1.268,25
5.	Gastos extraordinarios	0,00
IV.	RESULTADOS EXTRAORDINARIOS POSITIVOS	
V.	BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS	1.268,25
6.	Impuesto sobre sociedades	380,48
VI.	<b>RESULTADO DEL EJERCICIO (BENEFICIOS)</b>	<b>887,77</b>

HABER		
B.	B) INGRESOS	47.266,35
a)	VENTA DE ENERGÍA	47.261,63
I.	PERDIDAS DE EXPLOTACION	
1)	INGRESOS FINANCIEROS	4,72
II.	RESULTADOS FINANCIEROS NEGATIVOS	
III.	PERDIDAS DE LAS ACTIV. ORDINARIAS	
2).	Ingresos extraordinarios	0,00
IV.	RESULTADOS EXTRAORDINARIOS NEGATIVOS	
V.	PERDIDAS ANTES DE IMPUESTOS	
VI.	<b>RESULTADO DEL EJERCICIO (PERDIDAS)</b>	

## 7 INNOVACIÓN Y MEJORA

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

La visión de LFG se basa en el desarrollo de aleaciones y productos de cobre de altas prestaciones, y por ello tiene patentes tanto de proceso como de producto. Para **APOYAR Y FOMENTAR LA INNOVACIÓN**, se creó **LA FARGA INTEC SL** para la venta de tecnología exclusiva del Grupo. Además, se ha creado también la marca **La Farga Advanced Materials** para la investigación de nuevas aleaciones del cobre con otros materiales, con el fin de desarrollar nuevos productos y aplicaciones.

### Los cinco puntos clave para la innovación en LFG

#### 1. CALIDAD DE PRODUCTO

Conocer las exigencias básicas del producto y las necesidades de los clientes.

#### 2. DESARROLLO DEL PRODUCTO

Determinar los recursos necesarios para el desarrollo del producto, tanto tecnológicos como de personal.

#### 3. *TIME TO MARKET*

Designar una persona líder de proyecto que tiene la misión de seguir todas las acciones paralelas y en cadena que coexisten en el lanzamiento de un producto, para que ninguna demore la otra.

#### 4. LIDERAZGO TECNOLÓGICO

Dar un buen servicio a los clientes a todos los niveles. La relación cliente-proveedor es fundamental.

#### 5. DISEÑO DE COSTES

Estudiar los costes y reducirlos al máximo sin que la calidad final del producto se vea afectada.

Este 2009, hemos desarrollado un **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN** con una doble visión: el **RECICLAJE** y la **BÚSQUEDA DE MATERIALES** con nuevas prestaciones.

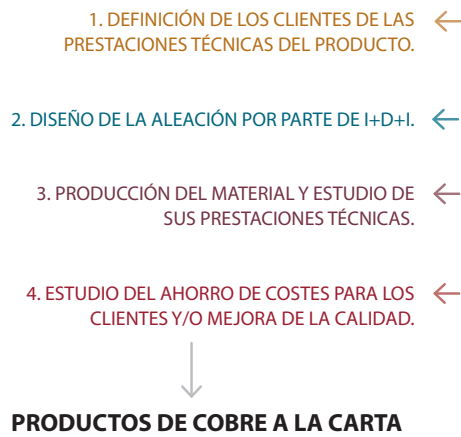
### Líneas de la investigación

- • **INVESTIGACIÓN APLICADA.** Investigación que se hace internamente, dentro de LFG.
- **INVESTIGACIÓN DE GESTIÓN.** Incluye la creación de patentes, relaciones con instituciones, centros de investigación e investigación del estado de la técnica.
- **INVESTIGACIÓN BÁSICA.** Destaca la creación de un centro de investigación en la UAB con personal propio. El objetivo es trabajar en red.

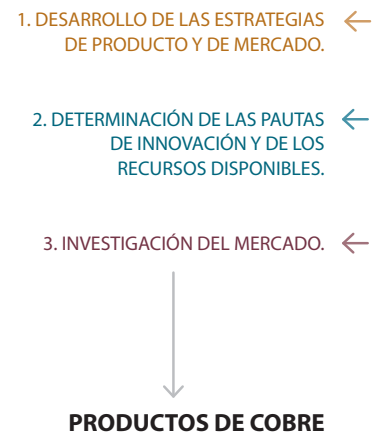


## Procesos para la generación de nuevos productos

- Para los productos nuevos que provienen de la demanda de los clientes, disponemos del Comité 9CiP (Nuevos Clientes y Productos).

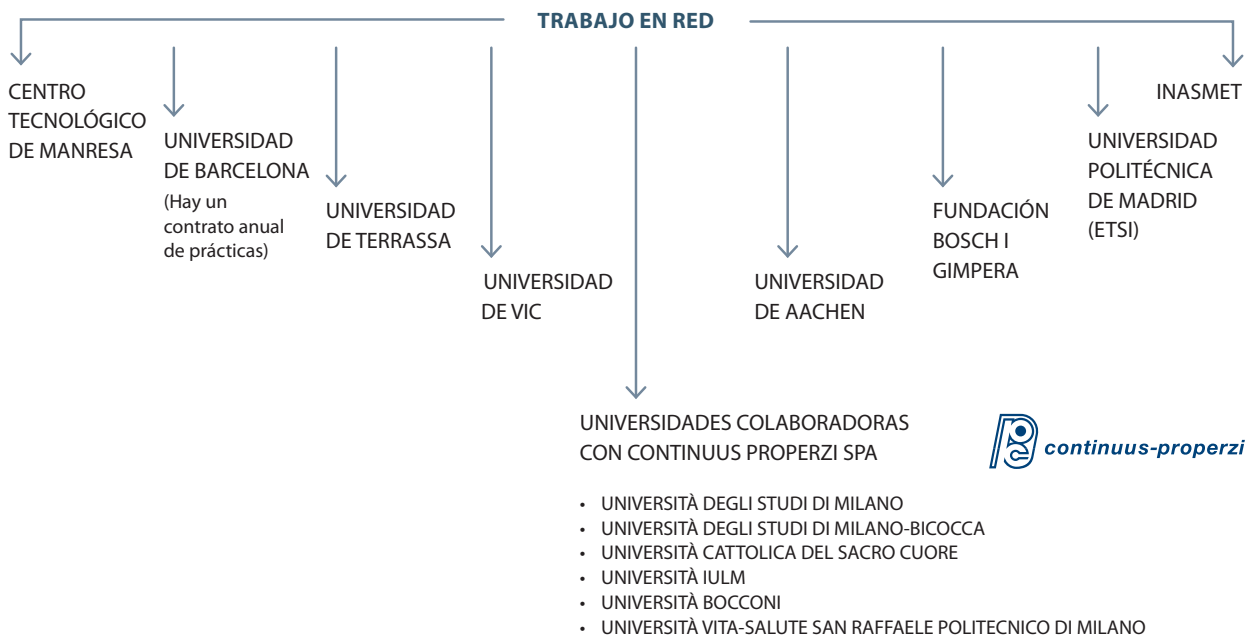


- Para los productos nuevos que provienen del Departamento de I+D+I.



El Departamento de I+D+I (investigación, desarrollo e innovación) está formado por cuatro personas distribuidas en las diferentes empresas y realiza un trabajo en red con varios centros tecnológicos y universidades.

## Universidades y centros tecnológicos



LFL, con el apoyo de universidades y centros tecnológicos, realiza un esfuerzo investigador constante para diseñar nuevos materiales de altas prestaciones para la electrificación de líneas ferroviarias. EVELEC™ es el resultado de estas investigaciones.

Otras aleaciones de cobre han permitido entrar en el **MERCADO FERROVIARIO** de la alta velocidad.

Para la explotación y el desarrollo de tecnologías innovadoras, se evalúa su impacto en la sociedad y en el medio ambiente, factor inherente a la filosofía de la empresa.

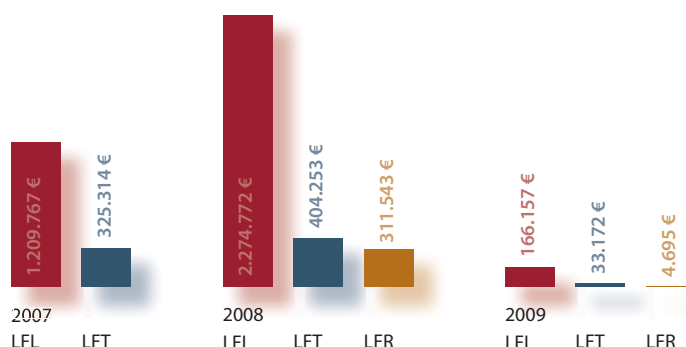
Un ejemplo de producto resultante de un proceso de innovación es la homologación del *alambrón* por nuevos clientes de LFR para aplicaciones diferentes a las habituales.

La **INVERSIÓN EN I+D+I** (LFL, LFT y LFR) es del **20%** sobre el **BENEFICIO NETO**.

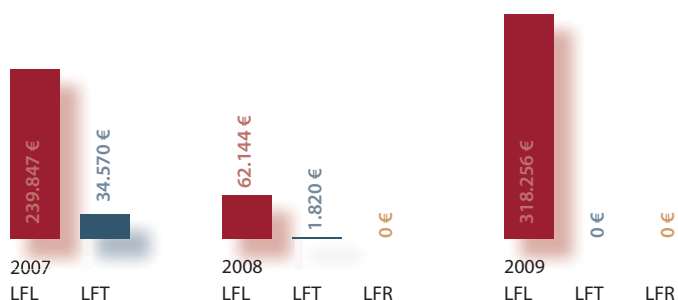
Este 2009 hemos hecho un **ESFUERZO DE INVERSIÓN IMPORTANTE** para mejorar los procesos y conseguir una mayor calidad del producto.

En LFL, destaca la inversión en investigación relacionada con el reciclaje del cobre para conseguir más prestaciones del producto final; es decir, para conseguir que el cobre reciclado sea de la misma calidad, o casi igual, que el cátodo. También hemos invertido en nueva maquinaria, lo cual nos permite abrirnos camino hacia la diversificación de producto y la innovación continua.

#### Gastos en I+D+I



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



LFG tiene un importante historial en proyectos de investigación y desarrollo aprobados por diferentes programas de I+D. Con ellos reafirmamos nuestro carácter innovador y emprendedor. Con la ayuda de los recursos económicos obtenidos en dichos programas se puede seguir trabajando en proyectos de investigación y desarrollo.



## Ejemplo de las mejores prácticas

# Joinfil Ecocopper: hilo de soldar 100% reciclado y reciclable

*Producto en calidad de innovador, sostenible y rentable, de grandes ventajas económicas y medioambientales, tanto para los clientes como para la propia empresa.*

## DESCRIPCIÓN

La Farga Lacambra, proveedora de la industria conservera de un producto que consiste en un hilo de cobre que se aplica como conductor de la electricidad en la soldadura de envases metálicos, presenta este producto en calidad de innovador, sostenible y rentable, de grandes ventajas económicas y medioambientales, tanto para los clientes como para la propia empresa. El Ecocopper se está comercializando actualmente en forma de hilo de soldar bajo la marca de Joinfil Ecocopper.

Para los clientes, el producto es un consumible, pero además LFL les proporciona el servicio de retirarles el hilo una vez utilizado, ya en forma de desperdicio. Esta chatarra se refina mediante el Cosmelt Process, obteniéndose el Joinfil Ecocopper, un cobre polimicroaleado de máxima pureza y prestaciones que se comercializa de nuevo incluyendo en el precio sólo el coste de transformación.

### Joinfil: cierre del ciclo de clientes



En éste ámbito LFL es líder en el sur de Europa.

## VENTAJAS

- Minimiza el impacto ambiental, lo cual influye favorablemente en el ciclo de vida del producto de los clientes una vez convertido en producto final.
- Mejora técnica sobre los productos sustitutivos alternativos al contener pequeñas polimicroaleaciones.
- Contribuye al respeto por el medio ambiente y fomenta la cultura de la recuperación.
- Permite optimizar la cadena de suministro cerrando el ciclo de producción.




ecocopper™

## 7.1 I+D+I DE PROCESO CONJUNTO CON LOS CLIENTES

Participamos en la optimización y mejora de los procesos de los clientes (I+D+I de proceso conjunto con los clientes) para obtener el máximo rendimiento de los productos. Para conseguirlo, mantenemos relaciones de colaboración con ellos para el análisis de las incidencias que los productos les ocasionan.

### GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

#### Objetivos para el 2009

- Consolidar las 3 patentes.  100%

#### Objetivos para el 2010

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





# VOLUMEN NATURAL



## 8 RESPETO POR EL ENTORNO

EL RESPETO POR EL ENTORNO NATURAL ES UN VALOR ESENCIAL DE LA FARGA GROUP. POR ESO, TRABAJAMOS POR UN PROCESO PRODUCTIVO ECOLÓGICO, CON UNA GESTIÓN RESPONSABLE DE LAS MATERIAS PRIMAS Y LOS RECURSOS NATURALES, Y VELAMOS PARA MINIMIZAR LOS POSIBLES ASPECTOS ADVERSOS QUE NUESTRA ACTIVIDAD PUDIERA GENERAR. PARA TODO ELLO, ANUALMENTE, NOS MARCAMOS OBJETIVOS DE MEJORA.

### 8.1 SISTEMA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

Las empresas industriales de LFG tienen implantado un sistema de gestión medioambiental (SGMA), certificado según la norma ISO 14001, que permite evaluar los impactos ambientales significativos de la actividad, lo cual nos ayuda a priorizar las acciones de mejora en este ámbito.

Las certificaciones externas según la ISO 14001

- • Desde 2001, La Farga Lacambra
- Desde 2007, La Farga Tub
- Desde 2009, La Farga Rod



#### 8.1.1 IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES

Los aspectos ambientales más significativos derivados del desarrollo de nuestra actividad, identificados mediante el SGMA, son:

- • Consumo de recursos naturales
- Generación de residuos
- Afección acústica y lumínica
- Afección al suelo
- Vertidos de aguas
- Emisiones atmosféricas

#### 8.1.2 ACTUACIONES E INVERSIONES EN MEDIO AMBIENTE

Principales actuaciones para la minimización de impactos sobre el medio ambiente

##### ACTUACIONES PARA EL 2009

Conexión al colector municipal

Puesta en funcionamiento de un sistema de postcombustión y filtro de mangas (CMG2)

##### RESULTADO

Eliminación del vertido al cauce público

Reducción de las emisiones a la atmósfera

Reducción del ruido ambiental

##### EFFECTOS AMBIENTALES

Minimización del impacto en el sistema hídrico

Anticipación a los requerimientos legales de emisiones de gases

Disminución del impacto acústico

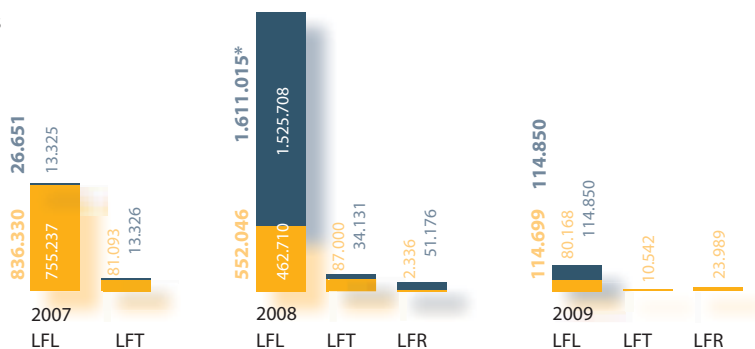


## Gastos e inversiones medioambientales

(€)

■ Gastos ambientales  
■ Inversiones ambientales

\* Dentro de estas inversiones, la más significativa ha sido la de casi 1,5 millones de euros destinados a la depuradora de humos de LFL.



## 8.2 ALTA EFICIENCIA EN EL RECICLAJE DE COBRE

Con el Cosmelt Process, sistema de recuperación de materiales basado en el afino térmico y no en el proceso hidrometalúrgico tradicional, el proceso de producción de La Farga Lacambra resulta mucho más eficaz y supone menos costes medioambientales, ya que el cobre puede reciclarse indefinidamente, sin perder su calidad ni, prácticamente, su cantidad original.

El 100% DE NUESTROS PRODUCTOS pueden RECUPERARSE al final de su vida útil.



## 8.3 CONSUMO DE RECURSOS NATURALES

### 8.3.1 AGUA Y ENERGÍA

**Evolución del consumo global de agua y consumo de agua por origen**  
(m³/t de producción)

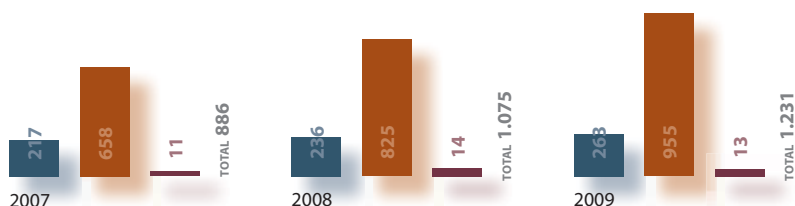
■ Agua total  
■ Agua subterránea  
■ Agua superficial



El 100% del AGUA utilizada en el proceso productivo es REUTILIZADA.

**Evolución del consumo global de energía**  
(kWh/t de producción)

■ Energía eléctrica  
■ Gas natural  
■ Gasóleo (de transporte)



El consumo de agua y energía ha aumentado debido a varios factores

#### → Agua de canal

- Puesta en funcionamiento de nuevas máquinas y, por consecuencia, incremento de las necesidades de refrigeración
- Conexión de las torres de refrigeración de LFT

#### Agua de pozo

- Utilizada para fabricar agua desionizada en las propias instalaciones de LFG. Consecuentemente, se ha reducido la compra de este agua a empresas externas
- Disminución del consumo de agua de pozo: se han desconectado las torres de refrigeración de LFT (ahora utilizan agua de canal)

#### Energía

- Puesta en funcionamiento de nuevas máquinas:
  - LFL. Sistema de postcombustión y filtro de mangas (CMG2) -gas natural-, horno de recocido de tubo de cobre (up cast) y equipo de generación de nitrógeno -energía eléctrica-
  - LFT. Horno (AEG) -energía eléctrica-

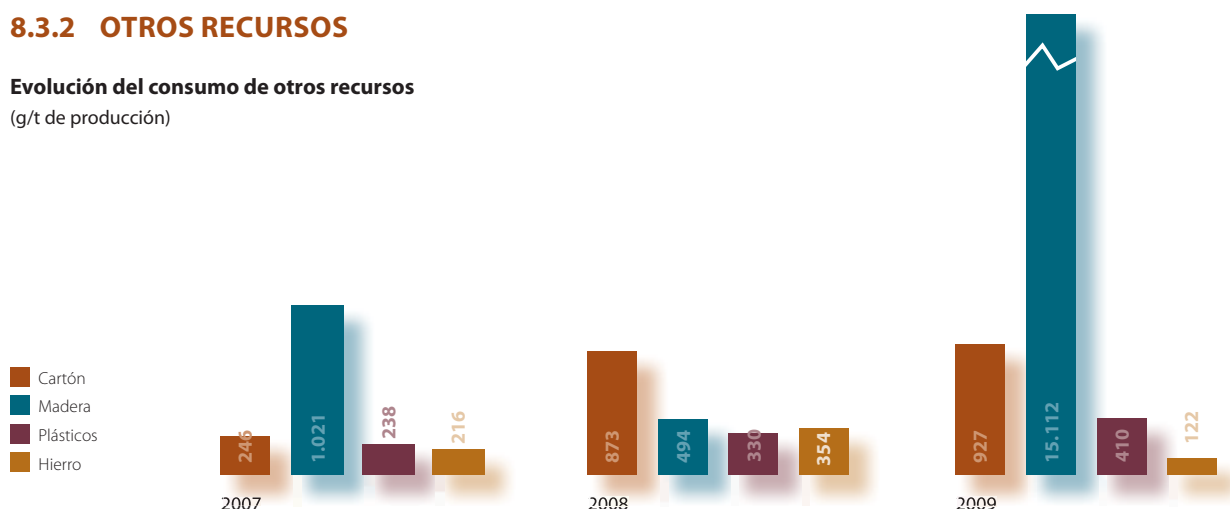
Acciones para el ahorro de energía y de agua

- #### →
- Utilización del agua de canal para los circuitos de refrigeración de LFT. Supone un ahorro de entre un 10 y un 15% porque el agua del canal tiene una conductividad inferior
  - Puesta en funcionamiento del sistema de postcombustión (CMG2) y tratamiento de humos por vía seca, y por tanto reducción del consumo de agua (con el scrubber el tratamiento era por vía húmeda)
  - Incremento de la conductividad de los circuitos de refrigeración de 900-1.000 uS/cm a 1.000-1.100 uS/cm y, por tanto, de las purgas
  - Instalación de un compresor variable que permite optimizar el consumo de energía y variación de la frecuencia en una torre de refrigeración que permite reducir el consumo energético
  - Recuperación de calor del sistema de postcombustión (CMG2) para calentar el aire del quemador principal del horno de refinamiento

## 8.3.2 OTROS RECURSOS

### Evolución del consumo de otros recursos

(g/t de producción)



El consumo de estos recursos ha aumentado por

- #### →
- En LFT se han sustituido los embalajes viejos por otros nuevos.



Un 76% de material de embalaje de LFG es **RECUPERADO** al final de su vida útil.

**Material de embalaje recuperado al final de su vida útil (2009)**



## 8.4 GESTIÓN DE RESIDUOS

### Acciones para la mejora de la gestión de los residuos generados

- Se ha impartido formación para la gestión de residuos al personal propio y externo
- Depuradora biológica SBR (ya no hay generación de residuos asimilables a fosa séptica)
- Segregación de residuos más exhaustiva, aumentando los puntos de recogida (pilas y baterías, fluorescentes, etc.)
- Utilización de envases de madera reciclados
- Recuperación de envases y embalajes, de manera que la vida del envase sea doble
- Estudio de la minimización de residuos peligrosos (2005-2009)
- Plan empresarial de prevención de residuos (2006-2009); implica la recuperación del aceite, por lo que no se genera residuo ni emulsión de agua en aceite
- Plan específico para LFT de prevención de residuos de envases (2007-2009)

### Residuos generados por tonelada de producción

	2007	2008	2009	
Restos de madera (kg)	0,99	1,79	2,13	↑
Aceite (g)	710,69	711,00	498,05	↑
Envases vacíos (unidades)	0,01	0,01	0,00	↓
Chatarra (kg)	0,87	2,31	1,07	↓
Cartón (g)	476,56	713,54	644,95	↓
Emulsiones de agua en aceite (g)	136,66	24,62	4,89	↓
Asimilables a fosa séptica (g)	105,23	0,00	0,00	→
Banales (g)	478,72	518,14	6.853,30	↑
Tóners (mg)	385,10	294,69	54,40	↓
Aerosoles (mg)	259,94	464,95	97,93	↓
Cristales (g)	0,48	0,00	0,00	→
Material informático (mg)	948,30	2.357,50	3.726,96	↑
Plásticos (g)	0,00	11,00	0,00	↓
Absorbentes con aceite (g)	139,79	25,26	4,61	↓
Pilas y baterías (mg)	101,09	857,87	418,94	↑
Fluorescentes (mg)	108,31	772,74	380,86	↑
Residuos especiales en pequeñas cantidades (g)	-	-	0,81	
Refractarios (kg)	-	-	0,27	
Agua de refrigeración con aceites (g)	-	-	0,20	

Los principales residuos son tratados según los dictámenes de la Agencia de Residuos de Cataluña. La mayor parte son reciclados o bien recuperados.

## 8.5 AFECCIÓN ACÚSTICA Y LUMÍNICA

Al ser la afección acústica uno de los impactos ambientales significativos debido a la actividad industrial del Grupo, periódicamente realizamos controles para evaluar el nivel de ruido, tanto en el interior como en el exterior de las instalaciones. Tal y como consta en la licencia ambiental, realizaremos un control oficial en 2010.

### LFT (Verificación Noviembre 2008)

"Al no disponer de la zonificación acústica definitiva en ninguno de los dos Ayuntamientos no se puede determinar si LA FARGA TUB, SL cumple o no con la normativa vigente en materia de contaminación acústica."

"Se cumple la condición de aprobación de cambio no sustancial por parte del Ayuntamiento de Les Masies de Voltregà, de fecha 11 de junio de 2007 y con núm. de salida 1040, en el que solicita que se compruebe que el cambio no origina incrementos de los niveles de emisión de ruido a partir de 3 dBA sobre los niveles que definen la zona de sensibilidad acústica de las viviendas situadas hasta 500 metros de distancia de la actividad. Entendiendo que el único punto que se encuentra a menos de 500 metros de distancia de la actividad es el punto núm. 2 situado en la Curva de la Coromina y en este punto no se superan los límites establecidos por el Ayuntamiento de Torelló ni en período nocturno ni en período diurno."

### LFR (Verificación Agosto 2009)

"Se ha realizado comprobación de la inmisión de ruido en los puntos más afectados (La Coromina, Torre Periques, Can Batista) comprobando que no es posible diferenciar el ruido proveniente específicamente de la instalación de La Farga Rod, SLU del resto de empresas del grupo."

### LFL (Autorización ambiental)

"Según prescripciones municipales se hará un estudio de ruido en cumplimiento con la legislación vigente y se presentará al Ayuntamiento de Les Masies de Voltregà en el plazo máximo de dos años." Estudio previsto para hacerse en abril de 2011.

### Acciones para la minimización del impacto acústico y lumínico

→ Actualmente, los niveles de ruido en el exterior de LFG están por debajo de los límites exigibles. Las principales acciones desarrolladas en este ámbito han sido:

- Puesta en funcionamiento del sistema de postcombustión (CMG2) que permite disminuir los decibelios emitidos por el scrubber -mejora 1-1,5 dB (A)-
- Instalación de un silenciador del aire en los quemadores del horno vertical de LFR

LFG dispone de proyectos de iluminación exterior considerados suficientes por la Dirección General de Calidad Ambiental. En febrero de 2009 LFL llevo a cabo un estudio para determinar el impacto lumínico, los resultados del cual confirman que cumplimos con la legislación actual.

Hemos presentado informes de iluminación exterior de LFL (febrero 2009) y LFR (septiembre 2008) a la Oficina para la Prevención de la Contaminación Lumínica del Departamento de Medio Ambiente y Vivienda de la Generalitat de Cataluña. Ambos han sido considerados suficientes, pendientes de la verificación en los próximos controles ambientales.

## 8.6 AFECCIÓN AL SUELO

La principal causa de la afección al suelo se debe a la contaminación difusa procedente de la sedimentación de humos. Por este motivo, des de ya hace unos años, LFG lleva a cabo actuaciones para reducir el suelo afectado y garantizar que no se genera más emisión difusa.

### Acciones para la minimización del impacto sobre el suelo

- 
- Aplicación de las mejores tecnologías disponibles para el tratamiento de humos
  - Instalación de cubetos de retención para evitar vertidos de líquidos
  - Canalización de las aguas pluviales en circuitos separados
  - Instalación de cubiertas para proteger de la lluvia los patios de materia prima y evitar así la contaminación de las aguas superficiales y del suelo, provocada por el lixiviado
  - Aplicación de la metodología 5's en las secciones productivas, para evitar la afección al suelo
  - Realización de muestreos periódicos en áreas próximas a LFG

## 8.7 GESTIÓN DE LAS AGUAS RESIDUALES

Acciones para mejorar el tratamiento de las aguas residuales

- • Conexión al colector municipal y, consecuentemente, eliminación de los vertidos al cauce público
- Tratamiento en depuradora físico-química de las purgas de las torres de refrigeración

### Aguas residuales depuradas de LFL

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

	2007	2008	2009	
N Total	0,01	0,42	4,4	↑
P Total	-	0,03	6,1	↑
Cd	0,55	0,00	0,03	↑
Cu	0,29	0,05	0,835	↓
Pb	0,08	0,01	<0,1	↓
Zn	8,24	0,03	0,72	↓
Cl	111,32	3,30	0	↓
DQO	-	2,69	94,5	↑

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

El incremento en el valor de algunos parámetros de las aguas residuales se debe al cambio en el sistema de gestión con una nueva depuradora biológica, y que ahora se destinan al colector municipal con destino a un posterior tratamiento en una estación depuradora de aguas residuales (EDAR).

## 8.8 EMISIONES ATMOSFÉRICAS

Para el tratamiento de gases tenemos las mejores tecnologías disponibles (BAT).

### Evolución de las emisiones de CO<sub>2</sub> de LFG

(g/t de producción/año)

	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub>	221	263	297	↑

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

Las emisiones de CO<sub>2</sub> han aumentado debido a

- • La instalación de nueva maquinaria, principalmente los sistemas de depuración de emisiones basados en postcombustión, lo cual ha provocado el aumento del consumo de gas natural

Acciones para la minimización de las emisiones atmosféricas

- • Puesta en funcionamiento de un sistema de postcombustión y filtro de mangas que permite controlar y tratar las emisiones mediante vía seca
- Uso del transporte multimodal, que incluye el transporte por ferrocarril y puede suponer un ahorro de hasta el 60% del impacto sobre el medio ambiente

## Ejemplo de las mejores prácticas

# Nueva depuradora de humos para la sección de fundición de La Farga Lacambra

*Es un sistema para tratar las emisiones de humos, más eficiente y hecho a medida, que disminuye el riesgo de dioxinas y orgánicos.*

## DESCRIPCIÓN

Este 2009 hemos puesto en funcionamiento el sistema de postcombustión y filtro de mangas (CMG2) mediante vía seca –que substituye el scrubber, que era de tratamiento por vía húmeda–, para el control y tratamiento de las emisiones. Es un sistema más eficiente, hecho a medida, para tratar los humos (emisiones difusas) del horno de refinado de cobre. Es el primero que existe para este tipo de proceso (proceso de refinado de cobre), y permite avanzarse a la legislación del 2011.

Esta inversión supone para el Grupo una iniciativa pionera y con proyección de futuro, ya que no sólo nos hemos avanzado a los requerimientos de la normativa catalana, sino también a las nuevas propuestas medioambientales de la Unión Europea. El sistema de postcombustión y filtro de mangas (CMG2) ha supuesto una inversión de más de un millón y medio de euros.

La nueva instalación ha sido diseñada y desarrollada por el Departamento de I+D+I con la colaboración de la ingeniería industrial italiana CMG, que aplica las mejores tecnologías disponibles para fomentar la protección del medio atmosférico. LFL recibió en el mes de junio el Premio de Medio Ambiente 2009 que concede la Generalitat de Cataluña a proyectos de investigación, desarrollo e innovación en el ámbito de la mejora de la calidad del aire.











## VENTAJAS

La nueva instalación permite unas grandes mejoras en la depuración de humos:











- Disminución de un 25% de las emisiones atmosféricas generadas
- Mejora en la eficiencia del lavado de humos, con un 90% de disminución de los parámetros físico-químicos (polvo, cobre y gases de combustión entre otros)
- Mejora en la eficiencia energética, ya que el aire caliente resultante del proceso se reutiliza para calentar el horno

## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos para el 2009 de LFL









- Detectar y eliminar las emisiones no vehiculadas de humos de fundición  100%
- Verter el 100% de las aguas residuales al colector del Consell Comarcal d'Osona  100%
- Disminuir, respecto al 2008:
  - un 2% la generación de los residuos no recogidos selectivamente  0%
  - en 2 dB(A) el ruido ambiental  80%
  - un 2% el consumo de agua (potable + industrial)/t destinada a la producción  80%
  - un 3% el número de puntos de riesgo de afección al suelo  100%
  - un 2% los residuos de envases y embalajes  100%
  - un 2%, como mínimo, el consumo energético  100%

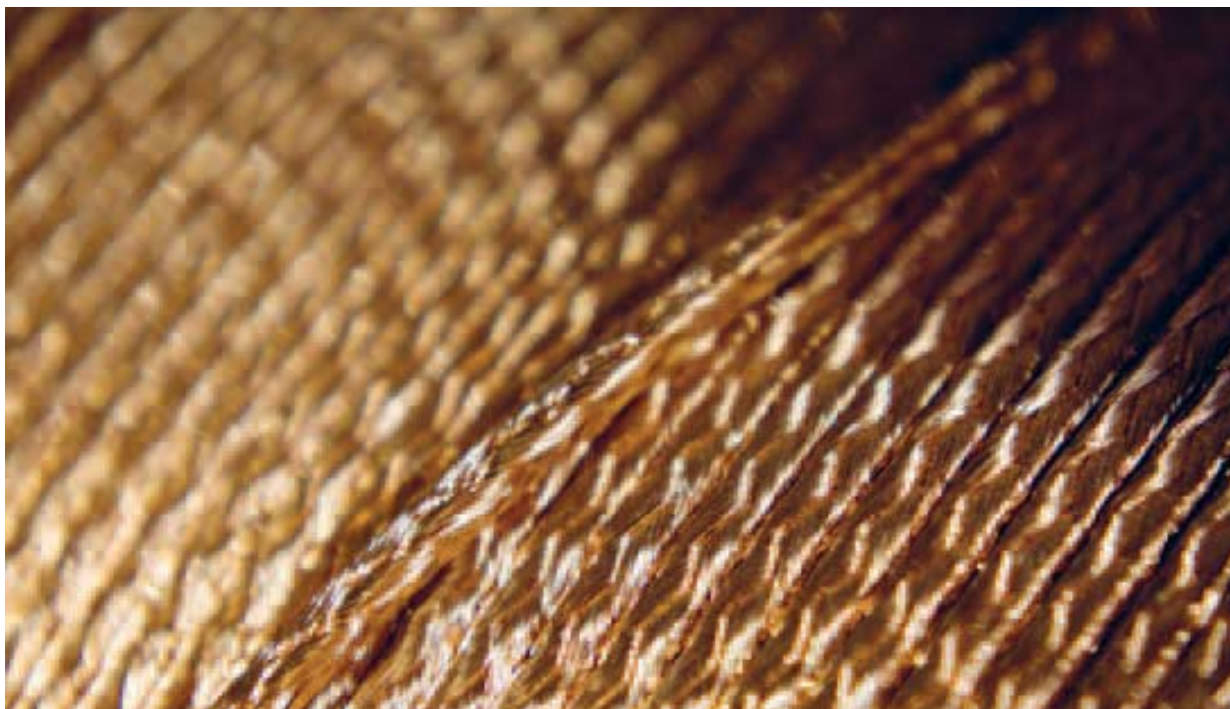
### Objetivos para el 2009 LFT

- Detectar y eliminar las emisiones no vehiculadas de humos  80%
- Detectar y eliminar los puntos de posible afección al suelo  80%
- Prevenir y recoger el 100% de las aguas residuales generadas  100%
- Disminuir, respecto al 2008:
  - un 2%, como mínimo, los residuos banales, los residuos de madera y los residuos de papel y cartón  100%
  - un 2%, como mínimo, el consumo de diacetona alcohol  100%
  - un 2% el consumo de agua (potable + industrial)/t destinada a la producción  100%
  - en 2 dB(A) el ruido ambiental  100%
  - un 2% los residuos de envases vacíos  100%
  - un 2%, como mínimo, el consumo energético/t de producto  100%
- Mantener en  $\pm 2\%$  el consumo de espuma de PE/m aislado respecto al 2008  60%



### Objetivos para el 2009 LFR

- Detectar y eliminar las emisiones no vehiculadas de humos de fundición  100%
- Acondicionar las zonas de almacenaje para prevenir y recoger el 100% de las aguas residuales generadas  80%
- Disminuir, respecto al 2008:
  - un 3% el número de puntos de riesgos de afección del suelo  80%
  - en 2 dB(A) el ruido ambiental  80%
  - un 2% el consumo de agua (potable + industrial)/t destinada a la producción  100%
  - un 2% de los residuos de envases y embalajes  100%
  - un 2%, como mínimo, el consumo energético  100%
  - un 2% la generación de los residuos no recogidos selectivamente  80%



## Objetivos para el 2010

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





# FORMAS HUMANAS



## 9 DESARROLLO PROFESIONAL

**EN LA FARGA GROUP APOSTAMOS POR LA SATISFACCIÓN Y EL ENRIQUECIMIENTO PERSONAL Y PROFESIONAL DE NUESTRO EQUIPO HUMANO. LA EVOLUCIÓN DEL TALENTO REFLEJADO EN LAS COMPETENCIAS, LA SUPERACIÓN DE LAS DEBILIDADES Y LA ATENCIÓN EN LA MANERA DE RELACIONARNOS Y MOTIVARNOS, SON LOS EJES DE LA POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS, JUNTO CON UNA COMPENSACIÓN JUSTA Y COMPETITIVA DEL RENDIMIENTO QUE FOMENTE EL EQUILIBRIO EN LAS RELACIONES LABORALES.**

En línea con nuestros valores, la finalidad de la gestión del equipo humano es atraer, fidelizar y motivar a las personas, ofreciendo un servicio de valor para sus necesidades y consiguiendo una mejora continua en su rendimiento y desarrollo profesional.

Los tres pilares básicos de la planificación estratégica de los recursos humanos son:

- • El Plan de comunicación
- El Plan de formación
- El Sistema de evaluación del rendimiento (SER) y la Mejora y evaluación personal (MAP)

Todos ellos **UNEN LA ESTRATEGIA, PLANES Y OBJETIVOS** de la compañía con el rol y desempeño de sus integrantes.

Principales acciones desarrolladas en el 2009

- • Inicio del proyecto de sistemas de información, que finalizará en 2010. Se divide en 3 subproyectos: definición de los procesos de administración, reestructuración del sistema de información y cambios de ERP
- En cuanto a la gestión, creación del Área de Desarrollo de Personas para la acogida y atención a los clientes internos y despliegue de los objetivos de cada persona
- Estandarización de una disciplina y hábitos mediante indicadores
- Interiorización del cambio de cultura: excelencia, éxito y eficiencia
- En LFL hemos ampliado los recursos para ofrecer más apoyo para la venta de tecnología
- En LFT se ha impulsado un cambio cultural y de mentalidad para fomentar el liderazgo
- En LFR hemos consolidado la figura del director de fábrica
- En el ámbito de las relaciones laborales, hemos aplicado e interpretado las normativas que permite el convenio: salarios y flexibilidad

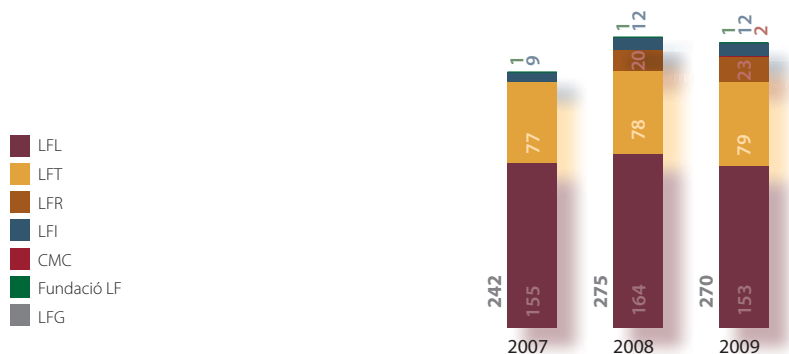
A diferencia de las memorias anteriores, hemos ampliado el alcance de los datos de la plantilla, que incluye LFL, LFT, LFR, LFI, Fundación La Farga y CMC.



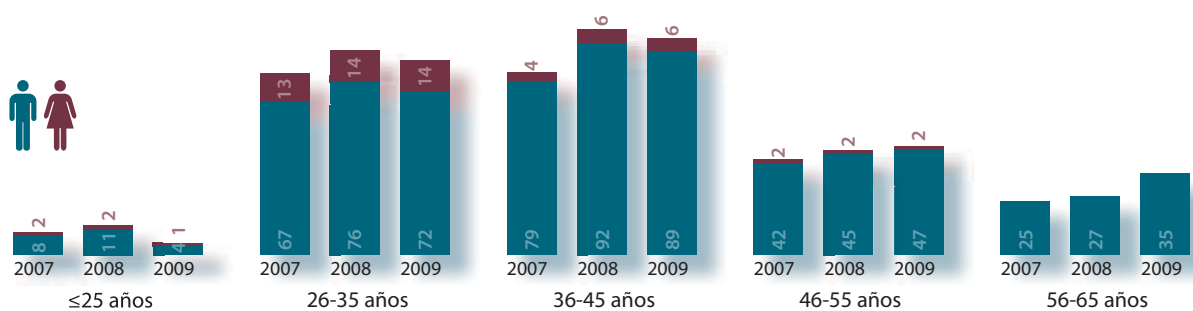
## 9.1 PERFIL

La plantilla de La Farga Group ha disminuido ligeramente (5 personas) respecto al 2008.

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



### Distribución de la plantilla según los grupos de edad

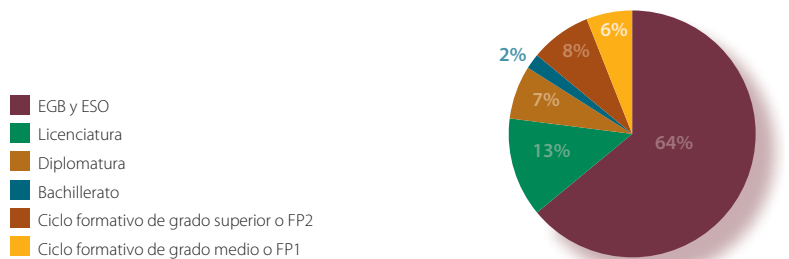


Un **67%** de la plantilla de La Farga Group tiene entre **26 Y 45 AÑOS** (un 32% tiene entre 26 y 35 años y un 35%, entre 36 y 45 años).

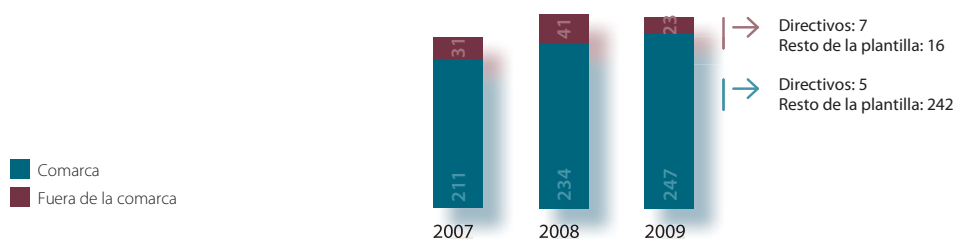
En LFG disponemos de un **EQUIPO HUMANO PLURIDISCIPLINAR** y técnicamente muy capacitado. En los distintos ámbitos, intercambiar el conocimiento de todo el equipo humano ha permitido crear grupos de trabajo compartidos que aseguran la rápida implantación del conocimiento existente y su transmisión a los nuevos integrantes de la plantilla.

Los procesos de mejora continua llevados a cabo buscan un cambio de cultura y operatividad de los procesos productivos, con lo cual motivamos la **POLIVALENCIA DE LOS EMPLEADOS**. El objetivo es reducir los costes mediante la mejora de la operatividad industrial.

### Distribución de la plantilla según el nivel de estudios (2009)



### Distribución de la plantilla según la procedencia (LFG)



En línea con el principio de creación de valor para la comarca, priorizamos la contratación de personal próximo a la empresa. **EL 91% DE LA PLANTILLA PROCEDE DE LA COMARCA DE OSONA.**

El **100%** de esta plantilla está cubierta por el **CONVENIO COLECTIVO**.

La plantilla de La Farga Group dispone de representantes legales de los trabajadores, del mismo modo que tiene también totalmente garantizado el derecho a asociarse. El cumplimiento de la normativa legal y del convenio colectivo garantiza suficientemente la libertad de asociación.

## 9.2 ESTABILIDAD Y PROMOCIÓN INTERNA

### 9.2.1 ESTABILIDAD

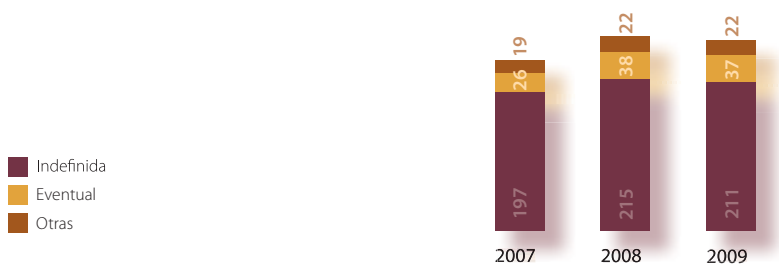
Con el objetivo de retener a la plantilla fomentamos la contratación de carácter indefinido, priorizando la fidelidad y el desarrollo profesional de las personas.

El **86%** de los **CONTRATOS** son **INDEFINIDOS**.





### Distribución de la plantilla según el tipo de contratación (LFG)



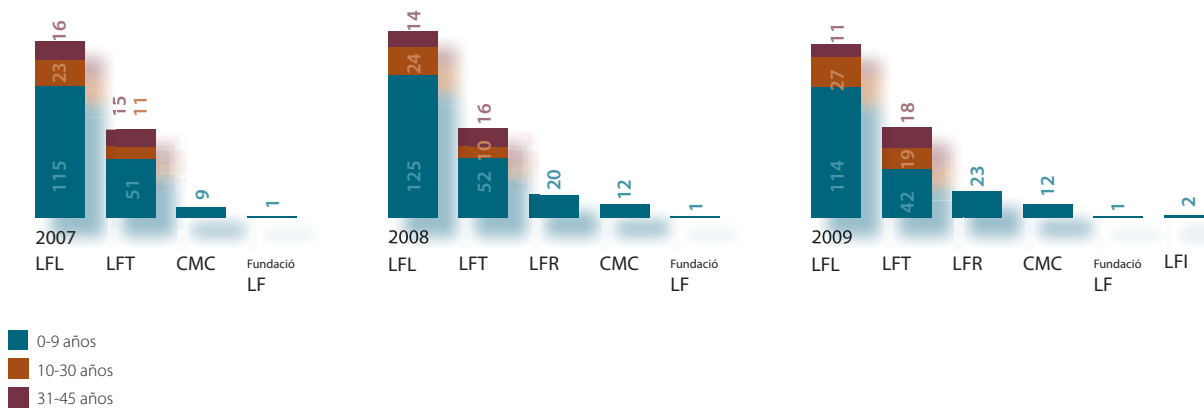
El 95% de la plantilla trabaja a JORNADA COMPLETA.

### Distribución de la plantilla según el tipo de jornada (LFG)



La ANTIGÜEDAD MEDIA de la plantilla en la empresa es de 8,2 AÑOS.

### Distribución de la plantilla según antigüedad



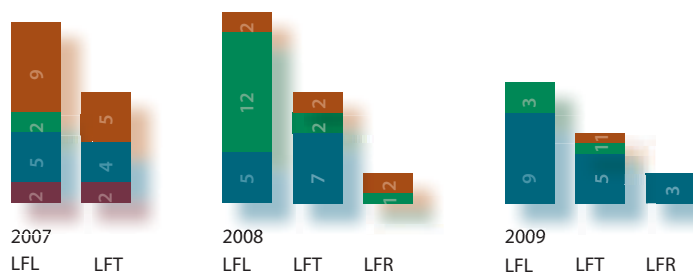
### Media de permanencia (LFG) (años de permanencia)



Aproximadamente un 70% de la plantilla hace MENOS DE 10 AÑOS que trabaja en la empresa.

### Bajas registradas en la plantilla

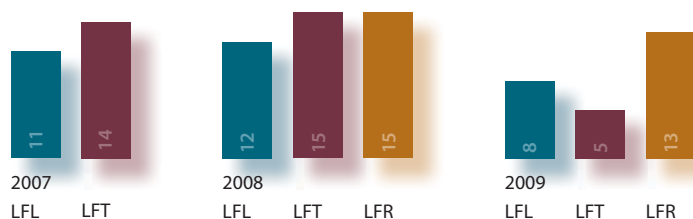
■ Núm. de jubilaciones  
 ■ Núm. de finalizaciones de contrato  
 ■ Núm. de despidos  
 ■ Núm. de bajas voluntarias



A pesar de la coyuntura económica y muy especialmente del sector del metal, sólo se han registrado 4 despidos.

Solamente un 0,37% del total de bajas registradas en la plantilla son **BAJAS VOLUNTARIAS**; en números absolutos es 1 baja voluntaria en la plantilla.

### Rotación de la plantilla (en %)



La **ROTACIÓN** de la plantilla de LFG ha sido de un 7,5%.

## 9.2.2 PROMOCIÓN INTERNA

En LFG priorizamos las promociones internas para así contribuir a la **ESTABILIDAD DE LA PLANTILLA** y retener un **EQUIPO DE PERSONAS MOTIVADAS** y con **PERSPECTIVAS DE FUTURO**.

La expansión del Grupo ha conllevado la posibilidad del personal de promocionarse internamente, así como la creación de nuevos puestos de trabajo relacionados con funciones técnicas, de gestión y directivas.

### Promociones internas

(número de cambios de categoría profesional en LFG)



### 9.3 IGUALDAD DE OPORTUNIDADES E INTEGRACIÓN DE PERSONAL DISCAPACITADO

En LFG tenemos el compromiso de velar por la igualdad de oportunidades y la no discriminación, lo cual se pone de manifiesto en nuestras políticas de recursos humanos. Además, el Código de ética también garantiza el cumplimiento del principio de igualdad de las personas.

Un 9,5% de la plantilla de LFG son MUJERES, factor directamente relacionado con el sector de la actividad, que está mayoritariamente ocupado por hombres. MÁS DEL 33% del personal de dirección son MUJERES.

#### Mujeres en plantilla según categoría profesional

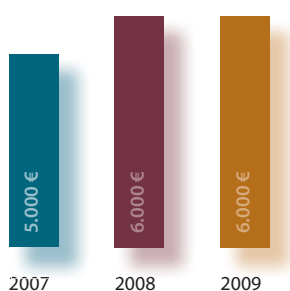


En cuanto a la política salarial, hemos elaborado un nuevo esquema de definición de franjas profesionales y su valoración para la toma de decisiones de retribución.

En LFG no discriminamos entre géneros, de modo que NO EXISTEN DIFERENCIAS ENTRE EL SALARIO BASE DE LOS HOMBRES RESPECTO AL DE LAS MUJERES, según su categoría profesional.

El SALARIO MÍNIMO de LFG es un 4% SUPERIOR al SALARIO MÍNIMO LOCAL.

#### 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 7 VECES SUPERIOR AL SALARIO MÍNIMO de LFG.

Para la INTEGRACIÓN DE PERSONAS CON ALGÚN TIPO DE DISCAPACIDAD PSÍQUICA O FÍSICA, disponemos de un PROGRAMA DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL CON ALGUNA DISCAPACIDAD que contempla la contratación directa (tenemos 5 personas con algún tipo de discapacidad: 2% del personal en LFL y 2,5% en LFT) y la contratación de bienes y servicios a centros especiales de trabajo como EINA (asociación de disminuidos psíquicos).

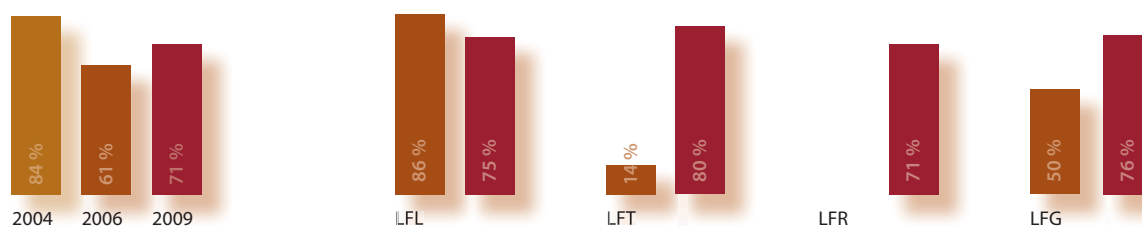
## 9.4 SATISFACCIÓN DE LA PLANTILLA

La voluntad de LFG es contribuir al bienestar de los empleados. Para ello, cada dos años evaluamos mediante una encuesta de clima laboral su grado de satisfacción y su opinión.

La encuesta de clima laboral contempla los aspectos siguientes: orientación a los clientes, relaciones interpersonales, calidad y medio ambiente, imagen de la empresa, trabajo en equipo, innovación y mejora, funcionamiento y organización, seguridad, orden y limpieza, comunicación y participación, bienestar y satisfacción, formación y política de retribución.

Con la información recogida en la encuesta, hemos diseñado un **PLAN DE ACCIÓN** que abordará la mejora de los aspectos más críticos y que se desarrollará del 2010 al 2011.

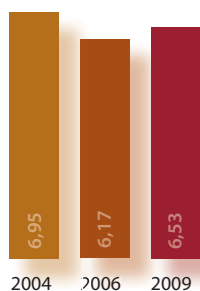
### Participación de trabajadores en la encuesta



En esta última edición de la encuesta de clima laboral hemos contado con un **NIVEL DE PARTICIPACIÓN GLOBAL DEL 71%**, lo que significa que han respondido el cuestionario casi 200 trabajadores entre todas las compañías: una participación récord desde que realizamos este estudio. Además, es representativo de todas las áreas y secciones.

En **LFR** la participación ha sido del **100% DE LA PLANTILLA**, y el 51% del total de encuestados son de LFL.

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



La **ENCUESTA DE CLIMA LABORAL** realizada este 2009 destaca por los buenos resultados obtenidos, incrementando en un 5,51% la valoración global respecto al estudio del 2006.

Con una **NOTA del 6,79**, **LFR** ha sido la **COMPAÑÍA MEJOR VALORADA**, destacando aspectos como el trabajo en equipo, la orientación a los clientes, la calidad y el medio ambiente.

#### Medidas para la mejora del clima laboral

- • Fomentar la asistencia del personal a los foros mensuales donde se explica el balance de la compañía
- Incentivar las acciones derivadas de la mejora continua a través de formación específica, comunicación continua y reconocimiento de las aportaciones de los trabajadores
- Mejorar el flujo de la comunicación formal ascendente y descendente
- Formar a los mandos intermedios para un buen desempeño de su rol
- Elaborar monográficos para los operarios para una formación de reciclaje en diferentes aspectos que afectan a su puesto de trabajo
- Incrementar el grado de polivalencia de cada planta productiva
- Crear un cuadro de mando de las personas que comparten objetivos de empresa e interrelacionarlas para que puedan actuar conjuntamente. Además, impartir formación específica a todos los niveles implicados para conseguir el éxito en las reuniones
- Elaborar un protocolo para los alumnos en prácticas y formar a los tutores
- Editar un vídeo de captación de talento para las visitas de alumnos
- Premiar la excelencia en el trabajo
- Estandarizar las visitas a otras plantas productivas para ampliar conocimientos en técnicas de mejora continua
- Impartir formación específica para los comerciales en aspectos de producto
- Realizar acciones de concienciación para trabajar siempre hacia una correcta orientación a los clientes
- Estandarizar la técnica de entrevistas del SER y la MAP y definir correctamente cada puesto de trabajo
- Activar el proyecto 5's en toda la compañía y desarrollar una campaña de comunicación para concienciar en aspectos de seguridad en el trabajo
- Elaborar el índice de satisfacción de los clientes internos y llevar a cabo las acciones pertinentes



## 9.5 DESARROLLO PROFESIONAL Y FORMACIÓN

Uno de los pilares de la gestión del equipo humano de LFG es el desarrollo profesional de sus empleados mediante el despliegue de programas formativos que potencian y gestionan el talento de la plantilla.

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

Para que el desarrollo profesional sea una realidad, en LFG disponemos de un sistema de evaluación del rendimiento (SER) que permite establecer cuáles son las contribuciones individuales a los objetivos del Grupo y de la propia compañía, a la vez que potencia un estilo de dirección orientado al desarrollo de las personas.

**EVALUACIÓN DE RESULTADOS** → **DIRECCIÓN POR OBJETIVOS** → **DESARROLLO PROFESIONAL**

Características del sistema de evaluación del rendimiento de LFG

- Establece las competencias necesarias para el puesto de trabajo, que son negociadas entre quienes ocupan el puesto y sus responsables directos, permitiendo la participación de la persona en la descripción de su rol y de su evolución constante.
- Describe objetivos para el personal administrativo y encargados de producción, siguiendo con la línea estratégica marcada por la Dirección General.

En la fase inicial de este proceso, todas las personas elaboran su propio marco de objetivos para el año siguiente y lo negocian y consensuan con sus responsables inmediatos para determinar una tabla formal. Los objetivos incluyen un indicador de medida del logro e incluso, en determinados casos, una gradación de su consecución.

El porcentaje de la PLANTILLA de LFG SUJETA AL SER es un 7% SUPERIOR respecto al 2008.

Personal sujeto al SER (LFG)



Porcentaje de consecución del SER



El PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS GLOBAL es de un 71%, según los resultados del SER para el factor objetivos.

#### Mejora y evaluación personal (MAP)

Es el acrónimo de mejora y evaluación personal. Sistema de desarrollo personal paralelo al SER. Está enfocado al colectivo de operarios y tiene una traslación a las primas mensuales de los trabajadores. Consta de una definición competencial de cada puesto de trabajo y una evaluación mensual por parte del supervisor. Anualmente se realiza un resumen que el supervisor hace llegar a su colaborador en una entrevista de seguimiento y mejora. Es aquí donde se determinan puntos fuertes y débiles y donde se pueden alcanzar categorías laborales superiores por parte del trabajador.



## 9.5.2 PLANES DE FORMACIÓN

La formación es también un elemento clave para capacitar a las personas para la consecución de los objetivos del Grupo. Con la formación, los profesionales refuerzan aptitudes y reciben los conocimientos necesarios para el desarrollo de sus tareas diarias.

Fuentes de la formación según el sistema de calidad →

- Plan de formación para cada nueva incorporación
- Plan de formación anual (PFA) para toda la organización

El cumplimiento del PFA depende del Departamento de Recursos Humanos y los directores del departamento determinan las necesidades de formación. Existe un sistema de evaluación del aprovechamiento de la formación impartida.

En los tres últimos años, el **100%** de la plantilla **HA RECIBIDO FORMACIÓN**.

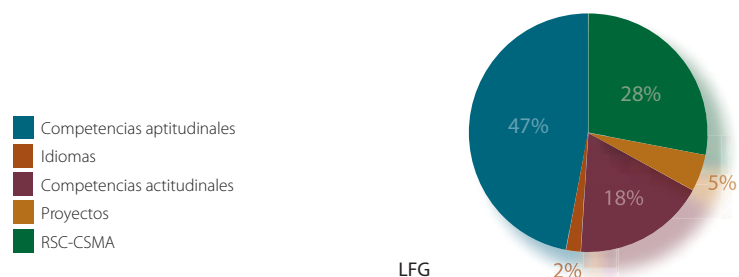
Un **50%** de la formación se ha impartido **DENTRO DEL HORARIO LABORAL**.

### Indicadores de formación (LFG)

		2007	2008	2009
Inversión en formación (€)		78.540	145.755	97.684
Inversión en formación por empleado (€/empleado)		340	558	362
Núm. medio de horas de formación por empleado		46	34	26
Horas totales de formación*		10.585	8.849	7.068
Horas de formación según la categoría	Categoría	h/empleado	h/empleado	h/empleado
	Staff	105	219	56
	Operarios	11	41	12
Núm. de acciones de formación		184	78	93

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

### Desglose de las acciones formativas realizadas



El proceso de expansión del Grupo, tanto por lo que se refiere a proveedores como a clientes, requiere del conocimiento de **IDIOMAS** por parte de la plantilla. En LFG establecemos relaciones comerciales en catalán, castellano, inglés, francés y alemán. Para ello, tenemos **MÁS DE 25 GRUPOS** de idiomas con un total de **85 PERSONAS** formándose.

## 9.6 BENEFICIOS SOCIALES Y MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

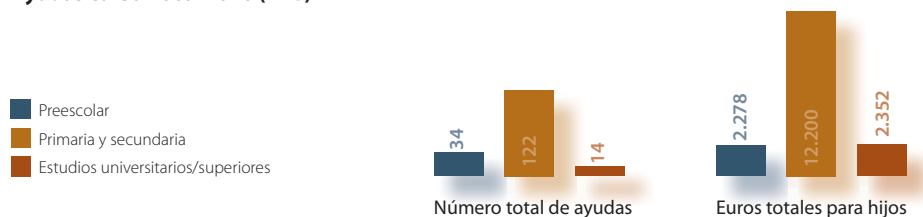
La aportación de valor añadido en el lugar de trabajo se materializa mediante las medidas de conciliación de la vida laboral y personal y la posibilidad de disfrutar de beneficios sociales.

### 9.6.1 BENEFICIOS SOCIALES

Para contribuir a la formación de los hijos de nuestros trabajadores, ofrecemos ayudas económicas para sus estudios, además de las becas que ofrece la Fundación La Farga.

Para el curso 2009-2010 **SE DIERON 170 AYUDAS**, que suman un importe total de 16.830 €.

#### Ayudas curso 2009-2010 (LFG)



#### Otros beneficios sociales que ofrecemos a la plantilla

- |                           |   |   |
|---------------------------|---|---|
| Complementos              | → | <ul style="list-style-type: none"><li>• Hasta un 100% del salario por incapacidad temporal por accidente (aunque no haya hospitalización)</li><li>• Hasta un 100% de las pagas extras por incapacidad temporal</li><li>• Hasta un 100% del sueldo por maternidad</li></ul>                    |
| Organización              | → | <ul style="list-style-type: none"><li>• Calendario del cuarto turno planificado con más de un año de antelación</li><li>• Posibilidad de cambio de turno a petición de la persona interesada</li></ul>  |
| Compensaciones económicas | → | <ul style="list-style-type: none"><li>• Ayuda escolar</li><li>• Seguro médico para los empleados que realizan largas estancias fuera del país, es decir, en el extranjero</li></ul>   |
| Formación                 | → | <ul style="list-style-type: none"><li>• Subvención de cursos de formación al margen de las becas que ofrece la Fundación La Farga</li><li>• Compensación de las horas de formación fuera de la jornada laboral</li><li>• Estudio de idiomas en grupos reducidos (máximo 5 personas)</li></ul> |



## 9.6.2 MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

Implementamos varias medidas que permiten a los trabajadores conseguir una **MAYOR CONCILIACIÓN** de la vida personal y familiar con la vida laboral.

**FLEXIFEINA** —————> Flexibilidad horaria para entrar y salir del trabajo, con limitaciones según las áreas

**FLEXIVACANCES** —————> Posibilidad de tener libre la tarde de los viernes ocho fines de semana en el período estival

**FLEXIBILIDAD DE ELECCIÓN DE VACACIONES**

**REDUCCIÓN DE JORNADA** —————> Para el cuidado de los hijos

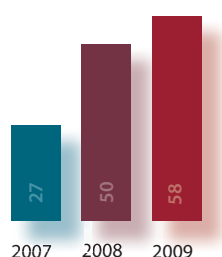
**EXCEDENCIAS**

## 9.7 COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO

Para fomentar el diálogo con y entre el equipo humano en LFG desarrollamos el **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA ANUAL (PCIA)**, que recoge acciones concretas que permiten dar respuesta a las necesidades de comunicación.

Este 2009 se han iniciado los **TALLERES DE COMUNICACIÓN CON DIRECTIVOS**.

**Acciones planificadas de comunicación interna de LFG**



Este año el **PCIA** ha sido completado en un **84,5%**.

Los canales utilizados para lograr una comunicación transversal, ascendente y descendente, así como para transmitir la estrategia de negocio de cada una de las unidades son:

### Canales unidireccionales

- • Monitores informativos del Comité de Empresa
- Comunicados internos
- Revista corporativa (CouREvista)
- Buzón individual
- Cartelera de gestión visual en la que, de forma semanal, se actualizan los datos y se muestran acciones relevantes de cada uno de los departamentos; se trata de información guiada a través de indicadores y que deben propiciar acciones de mejora para conseguir los objetivos marcados por cada una de las compañías
- Pantallas de información mural por toda la empresa, incluso dentro de la planta productiva

### Canales bidireccionales

- • Reuniones informativas periódicas como comités ejecutivos, reuniones departamentales...
- *Speech* anual de cada uno de los directores generales a toda la compañía, en los que se explican los resultados del año anterior y los previstos para el próximo año
- *Speech* semestral (desde 2009) en el que cada director general reúne a su equipo; para el 2010 se prevé un nuevo formato con todo el personal y no por unidades de negocio
- Comités (incluido el Comité de Empresa)
- Teléfono
- Correo electrónico
- *Information Lunch* de 2 horas de duración, donde el consejero delegado y los directores generales exponen los resultados del mes anterior de cada una de las compañías y puntualizan algunas anécdotas importantes de la actividad del mes; al final de la reunión, se realiza la sección de los "5 minutos de innovación", en la que algunos trabajadores exponen un proyecto de innovación realizado en la compañía durante el último mes; posteriormente se hace una comida tipo pica-pica para favorecer la comunicación vertical informal
- Grupos de mejora ad hoc
- Grupos de mejora permanente
- Premios "Postal de Navidad"
- Cena de Navidad
- Buzón de sugerencias
- Sistema de sugerencias
- Reuniones mensuales del Comité de Dirección de cada una de las compañías

Con motivo de la situación de crisis económica y para informar al personal sobre la evolución del Grupo en este contexto, en 2009 se ha editado una nueva revista, en formato de folleto y de periodicidad trimestral, llamada *infocrisi*.

En 2009 se han CONSOLIDADO los *INFORMATION LUNCH*.

La comunicación de la estrategia de la compañía se realiza a todas las personas del Grupo, llegando hasta los operarios de línea.



## Ejemplo de las mejores prácticas

# Éxito del sistema de sugerencias de LFR

*Las claves son las ideas de todos y cada uno de los empleados y trabajar con un método sistemático.*

## DESCRIPCIÓN

Con el objetivo de involucrar y motivar a todas las personas de los distintos niveles de la compañía, en LFR hemos ideado un sistema de sugerencias (con un récord de 7 sugerencias por persona y año) que ha reflejado la implicación de los empleados de LFR.

### Procedimiento del sistema de sugerencias de LFR

Para garantizar el éxito del proyecto, impartimos formación específica en gestión de sugerencias, identificamos la persona responsable del proyecto, nos comunicamos con toda la plantilla e hicimos el seguimiento del mismo.

- Número de participantes: 83 (más de una sugerencia presentada por persona)
- Número de sugerencias generadas: 156
- Porcentaje de sugerencias aceptadas: 74%
- Porcentaje de sugerencias ejecutadas: 72%
- Velocidad de implantación de las sugerencias: 38% la 1ª semana

(período diciembre 2008 – diciembre 2009)



## VENTAJAS

- Mejora del proceso del producto, desde el punto de vista de la funcionalidad, seguridad y calidad, con soluciones imaginativas
- Prueba de la implicación de los empleados con la empresa
- Creación de una cultura de base para la aplicación de metodologías de mejora continua más complejas
- Mejora de las condiciones del lugar de trabajo
- Aumento de la seguridad
- Mejora de la productividad
- Aumento de la calidad del producto
- Reducción de costes (polvo, cobre y gases de combustión entre otros)



## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos para el 2009

- Racionalizar los planes de formación anual haciendo operativos los procedimientos, para llevar a cabo las acciones oportunas 90%
- Establecer e implementar un nuevo modelo de SER que permita agilizar el *feedback* y cumplir con los plazos establecidos. Exponer un PFA global respecto a las competencias requeridas desde el Grupo 100%
- Integrar en el conjunto de la organización los mecanismos del trabajo en equipo propios de la empresa 60%
- Dinamizar los Lean, permitiendo que la metodología no se pierda, para así mejorar los procesos de mejora continua 60%
- Implantar un sistema de promoción y comunicación de expectativas salariales, según las familias profesionales 100%

### Objetivos para el 2010

- Elaborar un plan para la gestión de los recursos humanos en China
- Elaborar un plan y una hoja de ruta para las áreas que tienen implantado el proyecto 5's para convertirse en objetivos de dirección general
- Diseñar un proyecto anual del proceso Lean con metas trimestrales
- Establecer un plan de acción para la mejora del clima laboral
- Elaborar 2 monográficos directivos
- Definir el rol que ejerce cada franja profesional
- Crear la organización de la investigación, la nueva estructura de LFR, procesos, etc.



# 10 PREVENCIÓN DE RIESGOS

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

## 10.1 SISTEMA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

La prevención de los riesgos laborales de las personas que prestan su servicio en nuestras instalaciones es una línea básica de nuestra estrategia empresarial.

**Nuestros compromisos en esta materia son** →

- Promover la mejora continua en las prácticas de prevención de riesgos laborales
- Adoptar las medidas de prevención y control pertinentes en el desarrollo de aquellas actividades de la empresa que puedan generar riesgos para la salud y seguridad de las personas
- Fomentar, en cada caso, el uso de las mejores técnicas disponibles que sean económicamente viables

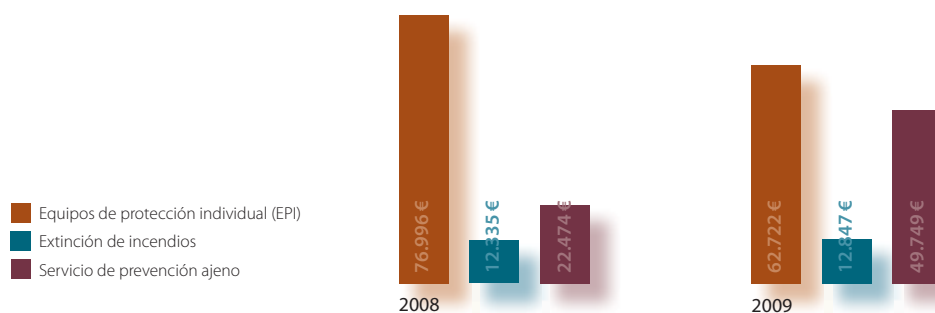
En LFG, disponemos de dos servicios de prevención ajenos (ASEPEYO Servicio de Prevención y UNIPRESALUD), que agrupan la prevención de todas las empresas del Grupo.

**Las certificaciones externas según la OSHAS 18001** →

- Desde 2005, La Farga Lacambra
- Desde 2008, La Farga Tub
- Desde 2009, La Farga Rod



### Gastos en prevención de riesgos laborales (LFG)\*



\* A estos gastos se les deben añadir los gastos para el sistema de verificación y la adecuación de la maquinaria.



## Indicadores de seguridad y riesgos

	LFL			LFT			LFR	
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2008	2009
Número de accidentes	13	51	46		11	53		1
Horas trabajadas	295.824	299.086	269.624	131.161	126.460	115.412	35.308	41.678
Índice de frecuencia	44	17	52	46	87	36	85	24
Jornadas de baja perdidas	344	349	477	184	95	122	80	11
Índice de gravedad	1,16	1,17	1,77	1,4	0,75	0,88	2,27	0,26
Tasa de absentismo	4,2%	4,5%	4,2%	7,7%	5,0%	4,2%	1,8%	1,2%

## Indicadores de seguridad de LFG

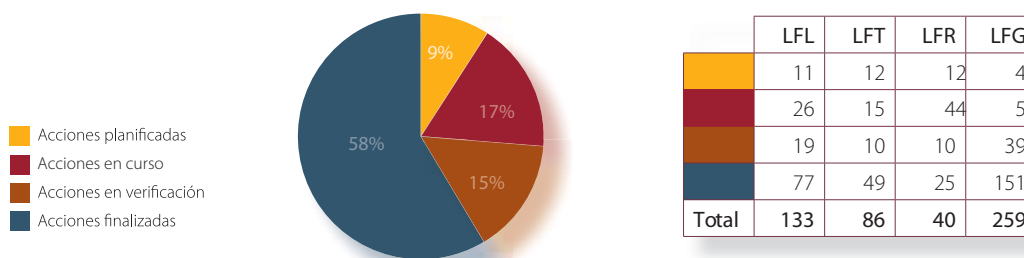


En **LFT** hemos mantenido una gestión especialmente activa en prevención de riesgos laborales, lo cual nos ha permitido conseguir el **MENOR ÍNDICE DE ACCIDENTALIDAD DE LA HISTORIA DE LA EMPRESA**. En **LFR** destacan también el **BAJO ABSENTISMO** y el **BAJO ÍNDICE DE ACCIDENTALIDAD**.

Por otro lado, en **LFL** ha aumentado el número de accidentes, aunque la mayoría de ellos han sido leves. Por eso se realizará un **PLAN DE MEJORA** con el objetivo de reducir el índice de accidentalidad hasta alcanzar los niveles de años anteriores.









Anualmente realizamos **TRES EVALUACIONES DE RIESGOS**, de las cuales se derivan las acciones de mejora.

## Acciones de mejora en la prevención de riesgos laborales










## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS







### Objetivos para el 2009 LFL

- Reducir en un 5%, como mínimo, la puntuación de las auditorías de orden y limpieza  100%
- Verificar y adecuar el 100% de la maquinaria  80%
- Realizar actuaciones de mejora en el 100% de los lugares de trabajo con riesgo acústico, es decir, con nivel de ruido superior a 87 dB(A)  60%
- Realizar actuaciones de mejora en el 100% de los lugares de trabajo con riesgo lumínico (luxes medidos < a luxes necesarios)  80%
- Conseguir que el índice de frecuencia general sea inferior a 35 (secciones no productivas + productivas)  0%
- Reducir un 5% los lugares de riesgo ergonómico y psicosocial  100%
- Incrementar un 5% las operaciones/situaciones de riesgo documentadas en cada sección productiva  100%
- Incrementar un 5% las horas de formación por trabajador, en el ámbito ambiental y de prevención de riesgos laborales  100%

### Objetivos para el 2009 LFT

- Implantar el programa de auditorías de orden y limpieza (proyecto 5's)  40%
- Realizar actuaciones de mejora en el 100% de los lugares de trabajo con riesgo acústico, es decir, con nivel de ruido superior a 87 dB(A)  20%
- Realizar actuaciones de mejora en el 100% de los lugares de trabajo con riesgo lumínico (luxes medidos < a luxes necesarios)  80%
- Reducción de la siniestralidad  100%
- Reducir un 5% los lugares de riesgo ergonómico y psicosocial  100%
- Incrementar un 5% las operaciones/situaciones de riesgo documentadas en cada sección productiva  100%
- Incrementar un 5% las horas de formación por trabajador, en el ámbito ambiental y de prevención de riesgos laborales  75%

### Objetivos para el 2009 LFR

- Implantar el programa de las auditorías de orden y limpieza (proyecto 5's)  100%
- Verificar y adecuar el 100% de la maquinaria/instalaciones  70%
- Realización de los controles higiénicos: riesgo acústico –nivel de ruido superior a 87 dB(A)–, riesgo lumínico –luxes medidos < a luxes necesarios–, zonas de riesgo de altas temperaturas y contaminantes químicos  80%
- Conseguir que el índice de frecuencia general sea inferior a 80 (secciones no productivas + productivas)  100%
- Identificar las operaciones/situaciones de riesgo documentadas en cada sección productiva y establecer los procedimientos de actuación seguros  100%
- Realizar formación en el ámbito ambiental y de prevención de riesgos laborales  100%

### Objetivos para el 2010 LFL

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

### Objetivos para el 2010 LFT

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

### Objetivos para el 2010 LFR

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





# ADAPTACIÓN AL PERFIL



# 11 SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

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

En LFG ofrecemos un **TRATO PERSONALIZADO** a los clientes, atendiendo de forma rápida y eficiente sus pedidos y/o consultas. Los objetivos prioritarios para conseguir la **MÁXIMA SATISFACCIÓN** de los clientes son:

- • Mejorar constantemente la calidad técnica y el servicio que se les ofrece
- Hacerles participar en la mejora de su satisfacción
- Crear cultura de mejora continua
- Convertir a los clientes en el centro de todas nuestras actuaciones

El factor clave para alcanzar estos objetivos es la **IMPLICACIÓN DE TODAS LAS PERSONAS** de la organización.

## Soluciones en cobre

La Farga Group se adapta a las **NECESIDADES** de los clientes buscando **NUEVOS PRODUCTOS Y/O APLICACIONES**, consiguiendo así ofrecer un producto “a la carta” y activar **PLANES DE MEJORA CONTINUA** para superar las expectativas de los clientes.

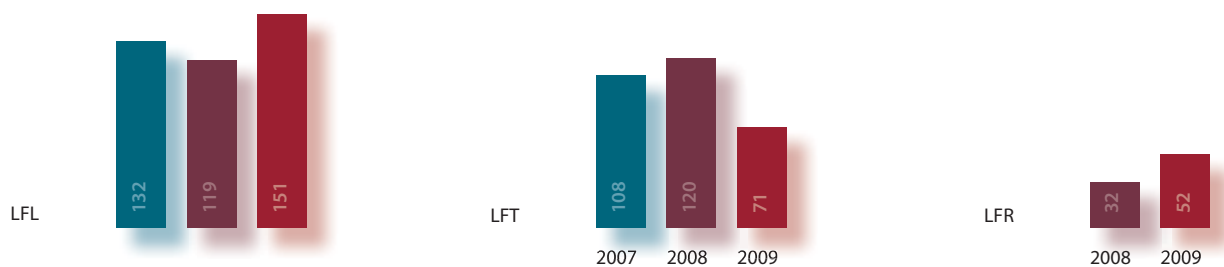
Los **CLIENTES** son **PROACTIVOS** en el desarrollo de productos, gracias a una buena relación de tipo técnico.



LFG se caracteriza por tener un **TRATO PERSONAL** y **DIARIO** con los clientes, lo cual nos facilita que éstos puedan expresarnos en todo momento sus necesidades comerciales. Además, nuestro **EQUIPO COMERCIAL** visita al menos dos veces al año a cada uno de sus clientes para mostrar los nuevos productos de LFG y a la vez conocer de primera mano sus necesidades o inquietudes.

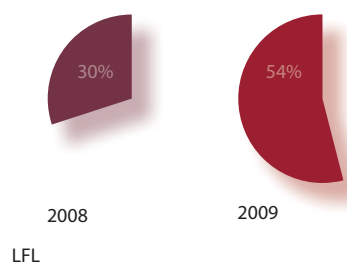
## 11.1 EVALUACIÓN

### Evolución del número de clientes

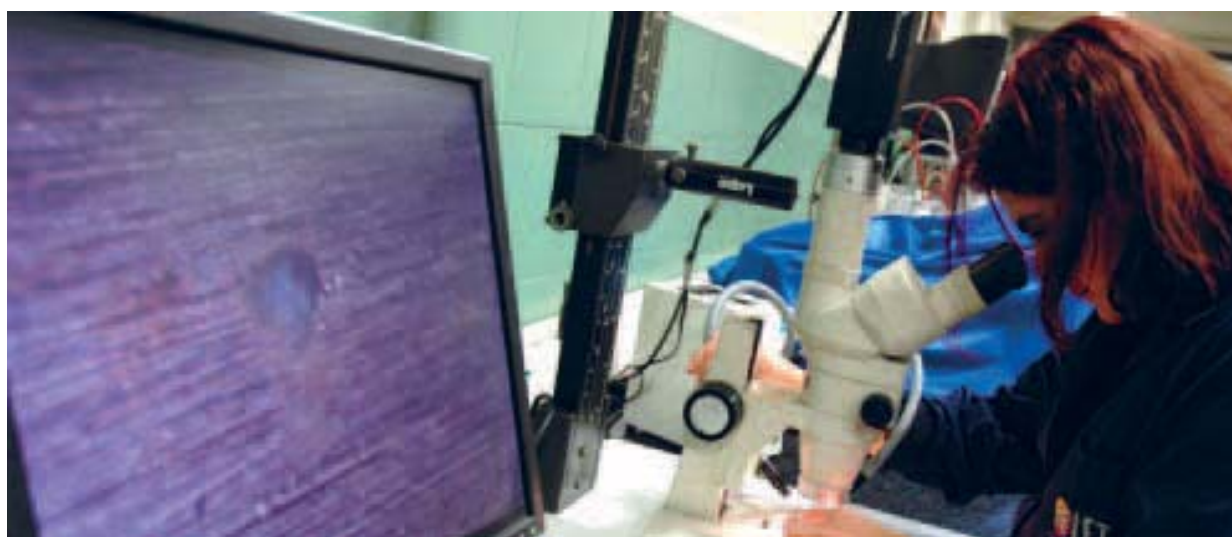
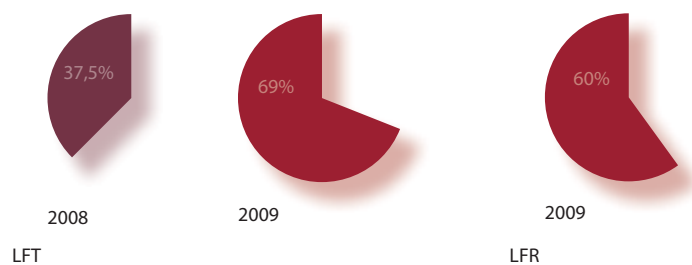


### Fidelidad de los clientes

Porcentaje de clientes con más de 3 años de fidelidad



Porcentaje de clientes con más de 2 años de fidelidad



### Servicio de asesoría técnica

Para garantizar un servicio de excelencia y responsabilidad a los clientes, nuestros técnicos se trasladan a sus instalaciones si lo solicitan para ayudarles a utilizar correctamente nuestros productos y mejorar sus procedimientos. También se realizan reuniones entre los técnicos de ambas empresas para resolver problemas y poder mejorar procesos.

### Gestión de reclamaciones

Contemplado en los sistemas de gestión de la calidad, certificados según la norma ISO 9001, disponemos de un sistema para la gestión de las reclamaciones de los clientes.

Un 40% de las reclamaciones recibidas se responden en un **TIEMPO MÁXIMO DE 3 DÍAS**.

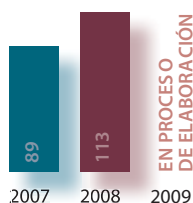
### Indicadores de las reclamaciones recibidas

	LFL			LFT			LFR	
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2008	2009
Núm. de reclamaciones	241	214	156	66	90	126	46	74
Porcentaje de reclamaciones con origen en el servicio de la propia empresa	78%	78%	85%	20%	42%	74%	85%	98%

### Informe de actividad

Permite conocer cuál ha sido la actividad de los clientes con el Grupo durante el año, en todos los aspectos que se consideren importantes. Este informe se envía a los clientes.

### Núm. de informes de actividad enviados



### Planes de mejora

Este 2009 hemos desarrollado planes de acción para cada compañía con los siguientes objetivos:

- • Mejorar los productos y los servicios
- Optimizar el sistema de calidad y los procesos
- Difundir dentro de la organización la información que obtenemos de los clientes
- Homologar productos
- Desarrollar proyectos de innovación con clientes
- Optimizar los embalajes
- Incrementar la comunicación de marca
- Comunicar las mejoras a los clientes

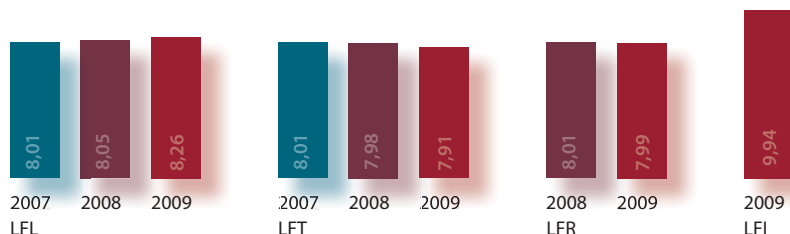
### Índice de satisfacción de los clientes

Anualmente y para cada una de las compañías, evaluamos el grado de satisfacción de los clientes, lo cual nos permite analizar el servicio en general y la calidad técnica del producto (método Serviqual) y establecer las acciones correctoras correspondientes, dejando participar en todo momento a los clientes.



El sistema de evaluación está estratificado según el tipo de clientes (A, B o C, determinado en función del volumen) y según la tipología del producto.

#### Evolución de la satisfacción de los clientes



Tenemos por objetivo **INCREMENTAR** anualmente un **3%** el índice de satisfacción de los clientes.

En **LFR** hemos conseguido el **OBJETIVO** de llegar a los **8 PUNTOS** en el índice de satisfacción de los clientes.

## 11.2 PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Para fomentar una comunicación fluida entre la empresa y nuestros grupos de interés, principalmente los clientes, disponemos del Plan de comunicación externa, que establece las acciones a desarrollar.

Los clientes son el grupo que recibe el mayor número de acciones de comunicación, para mejorar tanto su satisfacción como los servicios y productos ofrecidos.

En el 2009 se han llevado a cabo el **81%** de las **ACCIONES DE COMUNICACIÓN EXTERNAS PLANIFICADAS**.

#### Acciones de comunicación externa realizadas

- • Comunicación de la misión, la visión y los valores
- Envío de *CouREvista*
- Visita a las instalaciones de LFG
- Informes individualizados de la actividad
- Argumentario de ventas
- Comunicación del Código de ética
- Difusión del informe de sostenibilidad del 2008
- Nuevos catálogos
- Relación con los medios de comunicación y apariciones en prensa
- Encuentro con los principales proveedores para comunicar los objetivos de la compañía
- Elaboración del manual del transportista para circular correctamente por las instalaciones de LFG
- Encuentro semestral con los vecinos para informales de las inversiones medio-ambientales
- Envío de la información relevante de la compañía a los principales públicos
- Acciones de comunicación específicas para segmentos concretos, incluidos los clientes
- Presentación del Grupo o de las empresas a premios
- Activación y dinamización de la página web de la compañía a través de proyecto.com



- Campañas sociales: recogida de juguetes viejos, venta de rosas por Sant Jordi, concursos de fotografías...
- Elaboración de una presentación corporativa genérica
- Elaboración de un plan de comunicación específico para la familia empresaria
- Comunicación a los clientes de las novedades de la compañía, así como de nuevos productos, aplicaciones y mercados

Para el 2010 tenemos por objetivos

- • Reforzar las marcas creadas durante el 2010
- Mejorar la comunicación con los clientes
- Elaborar información para facilitar la compra a los clientes

## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos para el 2009

- Mejorar la calidad percibida de los productos y de los servicios
- Mejorar la calidad técnica de aquellos productos que puedan causar problemas a los clientes
- Definir los responsables de la satisfacción de los clientes
- Optimizar los procesos de satisfacción de los clientes



### Objetivos para el 2010

- Consolidar nuevos clientes
- Recuperar clientes
- Mejorar la calidad percibida de los productos y los servicios
- Definir e implantar las fichas de producto
- Mejorar la comunicación de marca y la información a los clientes
- Incrementar el conocimiento de los requerimientos de los clientes
- Disminuir las incidencias de pago con clientes
- Mejorar el índice de satisfacción de los clientes



# 12 CALIDAD

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

## 12.1 SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Para garantizar la calidad del servicio al cliente disponemos de un sistema de gestión de la calidad integrado para todo el grupo, certificado según la norma ISO 9001. Uno de los pilares básicos de la estrategia del Grupo es la gestión excelente.

### Las certificaciones externas según la ISO 9001

- • Desde 2005, La Farga Lacambra
- Desde 2008, La Farga Tub
- Desde 2009, La Farga Rod

A finales de año, las empresas industriales del Grupo superaron con éxito las auditorías según el nuevo modelo ISO 9001:2008.

La certificación de LFI refleja específicamente la actividad de **TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA**.

### Mejora continua

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

Para perfeccionar la **CALIDAD DEL SERVICIO EXTERNO** (medida a través del índice de satisfacción de los clientes), trabajamos para mejorar las relaciones en el ámbito interno.

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

- • En LFL hemos desarrollado nuevos productos trefilados en colaboración directa con clientes; como ejemplos podemos mencionar las cuerdas clase 5 compactadas y las cuerdas clase 5 sectoriales con técnicas del cable
- En LFT hemos mejorado los procesos para adecuarlos mejor a las necesidades de los clientes; como ejemplo están las modificaciones hechas en el horno de recocido AEG para perfeccionar los tubos para un cliente concreto y el progreso en la limpieza interna del tubo medicinal
- En LFR hemos empezado un proyecto de mejora de la calidad del *alambrón* sobre la base de los resultados que produce en las empresas de los clientes; así pues, hemos podido establecer acuerdos para suministro de información de los principales clientes que nos permitirán mejorar nuestro proceso y la calidad del producto que se obtiene

### Manual de calidad

El Manual de calidad es la guía de actuación de la empresa, que incluye los distintos procedimientos y la normativa para llevar a la práctica todos los procesos.

### Información clara y transparente

Todos los productos de LFG cuentan con especificaciones técnicas que determinan los requisitos establecidos por el Grupo para la compra de artículos y las características de los materiales suministrados por el Grupo a sus clientes.

Otras **ESPECIFICACIONES/NORMAS** pueden ser **ACORDADAS CON LOS CLIENTES**.

### Sistema de seguimiento de objetivos

En línea con la mejora continua y el rendimiento, este 2009 hemos implantado un nuevo sistema de seguimiento de objetivos con programas y metas para ser evaluados cada 4 meses; además, de forma anual también se lleva a cabo su seguimiento mediante los comités de dirección de las compañías y las entrevistas del sistema de evaluación del rendimiento. Cada compañía establece 3-4 objetivos.

Para el 2010 los objetivos de calidad propuestos persiguen:

- • Sistematizar el control y la información de parámetros para mejorar la calidad del producto
- Diseñar nuevos indicadores de la calidad del producto
- Mejorar la trazabilidad de los productos
- Mejorar el índice de satisfacción de los clientes de LFI

## 12.2 CERTIFICADOS DE PRODUCTOS

LFL → • Certificado CETREN para productos ferroviarios de cobre de magnesio: cuerdas e hilo de contacto. 1 de octubre de 2009

LFT → • Ampliación de la marca NF (Francia) para medidas grandes. 10 de julio de 2009

## 12.3 PROYECTOS DE MEJORA CONTINUA DEL PROCESO

Desde hace ya unos años, en LFG trabajamos con métodos y técnicas de mejora continua: técnicas que han permitido mejorar la eficiencia y la productividad de las plantas manufactureras y, por lo tanto, perfeccionar la calidad, la seguridad, el coste y la producción. Este último año hemos intensificado su implantación para ser más eficientes y competitivos.

La **MEJORA CONTINUA** en LFG:

- • La gestión excelente es uno de los pilares de la estrategia de la compañía
- La innovación constante, uno de sus valores
- El concepto Lean como paraguas
- Hablar con datos
- Estandarizar
- Recursos humanos como enlace entre el proceso y la persona

### Lean Management y cultura de mejora continua

#### Lean Management

Método de trabajo que tiene por objetivo implantar la eficacia en todos los procesos de negocio, eliminando las actividades que no aporten valor (MUDA), con el fin de generar beneficios tangibles para los clientes finales.

El punto de partida del proyecto es el funcionamiento y desarrollo de diferentes técnicas y herramientas de mejora continua, así como el establecimiento de grandes proyectos que tienen como objetivo reducir el derroche de recursos en los procesos, tanto productivos como administrativos.

#### Cultura de mejora continua

La función de mejora continua se ha agrupado en la Unidad de Recursos Humanos para hacer llegar la filosofía Lean y los otros proyectos complementarios al conjunto de la plantilla. El objetivo es generar este tipo de cultura y de conocimiento, lo cual implica formación y aplicación de una nueva forma de trabajar. Para ello se han desarrollado nuevos proyectos de mejora continua: SMED, SCRA, CEDAC y sistema de sugerencias.

## De sistema de sugerencias... a mejora continua

Cultura	→ A. Gestión de datos
	B. Solución de problemas crónicos
	C. Sugerencias: participación en la resolución

Con todas estas técnicas, nuestros equipos de trabajo y, en conjunto, todos los empleados de LFG se forman en la **CULTURA DE MEJORA CONTINUA**, que se debe entender como **INNOVACIÓN**.

En LFG aplicamos diferentes **TÉCNICAS**, o **HERRAMIENTAS PROCEDIMENTALES**, con el objetivo de resolver los problemas del día a día para conseguir ser más eficientes y excelentes.

PROYECTO	DESCRIPCIÓN	IMPLANTADO EN
5's	Mediante 5 fases –organización, orden, limpieza, control visual y hábito–, se consigue un entorno de trabajo limpio y agradable, de modo que se reducen los riesgos laborales, mejora la ergonomía y aumenta la accesibilidad de los utensilios de trabajo.	triferlería, fundición y coladas y Departamento de Logística e iniciado en LFR
Metodología KANBAN	Es un sistema japonés de gestión visual de los <i>stocks</i> del almacén. Consiste en unas tarjetas que actúan como órdenes de producción e indican qué productos hay que producir y en qué cantidad. Garantiza un stock mínimo de producto acabado que siempre está disponible para entregar a los clientes.	triferlería, logística y colada continua
Lean Office	Sistema de mejora continua en las oficinas que toma como base un cálculo de productividad y de la optimización de costes, analizando los diferentes flujos de información y documentación. Este sistema permite detectar, identificar y eliminar las ineficiencias en los procesos de flujo de la información. Se establece un procedimiento para optimizar el tiempo y los costes en la gestión.	el proceso de ventas (iniciada su implantación) y se está estudiando su aplicación en otros procesos
OEE	Identifica y clasifica las pérdidas de efectividad de las máquinas. Mediante este indicador se detectan problemas, los cuales, por medio de equipos de mejora y mediante técnicas como SCRA, CEDAC o CONCOR, son estudiados para implantar soluciones.	fundición, coladas y triferlería, en LFR y en la sección de preislamiento de LFT
Mizu's	Sistema a través del cual una planta productiva se comunica de forma más eficiente con el Departamento de Logística, utilizando principalmente sistemas de gestión visual.	triferlería y en el Departamento de Logística
Sistema de sugerencias	Método que proporciona un procedimiento para recoger y evaluar ideas de mejora, proporcionadas de forma individual por los empleados de la empresa.	triferlería, coladas, LFR y la sección de prensa de LFT
Historia de calidad	Técnica para la resolución de problemas crónicos y causas desconocidas. El grupo de mejora recoge una serie de datos de todas las variables que intervienen en un proceso y seguidamente analiza sus posibles causas con el objetivo de proponer soluciones.	LFG
SMED	Técnica para la reducción del tiempo de cambio de una máquina y la optimización de las tareas para ajustarla. Permite regular los <i>stocks</i> (más flexibilidad) y aumentar el tiempo de disponibilidad de la máquina (más productividad).	LFG
TPM - Mantenimiento productivo total	Sistema de gestión para la mejora de la fiabilidad y la disponibilidad de las instalaciones productivas. El TPM involucra al personal de producción en el mantenimiento de los equipos, en los proyectos de mejora continua y en las reparaciones.	LFG a partir de 2010
SCRA	Técnica para resolver problemas agudos y evitar que se vuelvan a repetir. Se estructura en 3 fases: síntoma (naturaleza del problema), causa (identificar la causa raíz), remedio (proponer soluciones).	LFG
CEDAC	Técnica para resolver problemas crónicos con diversidad de causas. Son problemas que se repiten en el tiempo y que necesitan de la implicación de todo el personal para que aporte posibles causas y/o acciones correctoras mediante un diagrama de causa-efecto.	LFG

En **LFR** hemos **MEJORADO LA CALIDAD** mediante el uso de la metodología Lean, lo cual ha supuesto la implantación con éxito del método de las 5's, la introducción de técnicas de resolución de problemas y el sistema de sugerencias.

## Creación de la figura del Lean Manager

*El proyecto de mejora continua lo vehicula una figura nueva en el ámbito de LFG: el Lean Manager*

### DESCRIPCIÓN

La figura del Lean Manager, que depende del Área de Dirección de Personas y Procesos, tiene como funciones coordinar, implementar, controlar y dinamizar los proyectos de mejora continua en la compañía. Es una figura transversal que proporciona recursos y soporte a los procesos de mejora continua de las empresas. El objetivo es introducir nuevos conceptos de trabajo participativo y autónomo en el conjunto de empleados del Grupo para obtener una gestión excelente.

Esta persona puede agrupar el *know-how* de la empresa en estos temas y recoger la experiencia, mediante guías y manuales, de los proyectos que se han desarrollado, para que en las nuevas expansiones de estos proyectos a nuevas plantas o lugares de trabajo se disponga de un conocimiento útil.

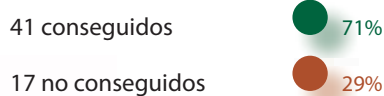


### VENTAJAS

- Mejorar la resolución de problemas, afrontar retos y aportar valor a los clientes
- Permite agrupar el *know-how* existente y difundirlo con facilidad
- Contempla la participación y el fomento de la formación en mejora continua
- Permite planificar y ejecutar de forma más eficiente el mapa de la mejora continua de cada compañía

### GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

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





# RELIEVES PRÓXIMOS



# 13 CREACIÓN DE VALOR

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

## 13.1 EMPRESAS PROVEEDORAS COMO SOCIOS ESTRATÉGICOS

Para LFG, las empresas proveedoras son un grupo clave para el negocio, y se las considera como socios estratégicos con los que se establecen relaciones de colaboración a largo plazo. En este sentido, en LFG priorizamos la relación con empresas proveedoras nacionales y locales, contribuyendo así a dinamizar la actividad económica de nuestra comarca y sus alrededores.

En LFG extendemos el compromiso de responsabilidad social a nuestras empresas proveedoras de materia prima mediante la incorporación de **CRITERIOS SOCIALES** y **AMBIENTALES** en el procedimiento de **EVALUACIÓN** y **SELECCIÓN**.

### Índice de satisfacción de la empresa proveedora

Atendiendo a la importancia estratégica de las empresas proveedoras, cada dos años medimos el índice de satisfacción de las mismas. La información está basada en encuestas a los proveedores clave de materia prima, servicios, servicios financieros y grandes proveedores de suministro.

El **GRADO** de satisfacción de las empresas proveedoras en 2009 se situó en un **8,68** en una escala del 0 al 10, nota superior a la obtenida en 2007.

### Evolución de la satisfacción de las empresas proveedoras

	2007	2009
Materia prima	7,99	8,90 ↑
Servicios	7,77	8,48 ↑
Servicios financieros	8,38	8,56 ↑
Grandes proveedores de suministro	7,88	8,79 ↑
General	8,01	8,68 ↑

Como novedad de este año, en la encuesta de satisfacción hemos incluido un apartado relacionado con **ASPECTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE NUESTROS PROVEEDORES**.

Un 64% de las empresas proveedoras dispone de una **POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**, un 65% tiene implantado un **SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL**, un 58% tiene definida una **POLÍTICA DE CONCILIACIÓN** y un 67% dispone de un **CÓDIGO ÉTICO**.

### Win to win

Aplicando el concepto *win to win* como relación entre clientes y proveedores, los resultados son medidas de calidad percibidas por nuestros proveedores que proporcionan información objetiva y suficientemente representativa como para construir las bases de los **PLANES DE MEJORA CONTINUA**. A partir de este año, LFG premiará a los mejores proveedores del índice de satisfacción de los clientes.

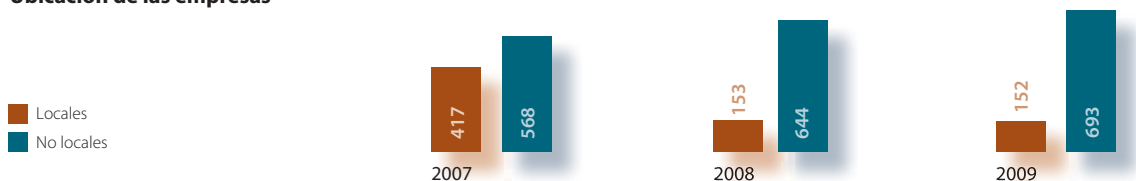
### Evaluación técnica de los proveedores

Los equipos técnicos de LFG que se relacionan con las empresas proveedoras evalúan técnicamente el servicio ofrecido. En 2009, el **RESULTADO** de la evaluación técnica de las empresas proveedoras ha sido de un 7,71 sobre 10.

### Priorización de las empresas locales

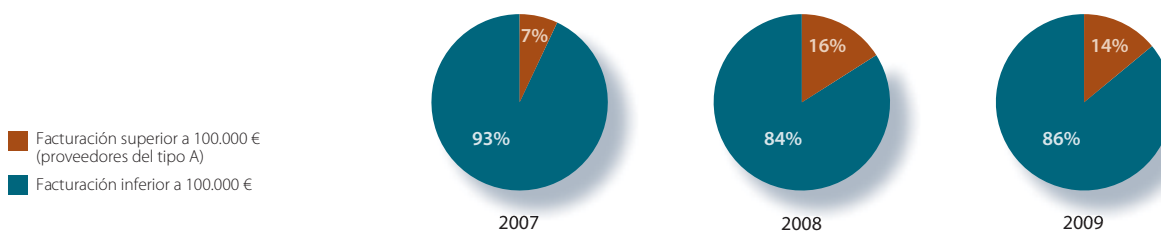
La preferencia por las empresas proveedoras locales en LFG contribuye a la creación de riqueza en la comarca de Osona.

### Ubicación de las empresas

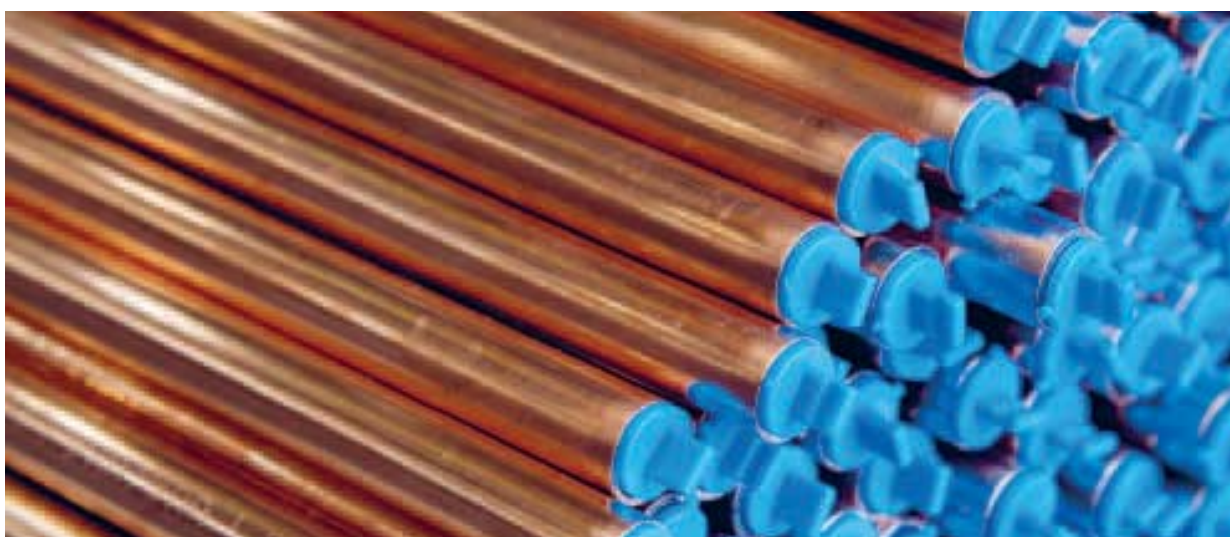


Los proveedores locales (de las comarcas de Osona y el Ripollès) representan un 18% del total de proveedores de LFG.

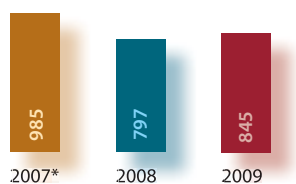
### Proveedores locales



Los proveedores locales representan un 16% del total de proveedores del tipo A de LFG.

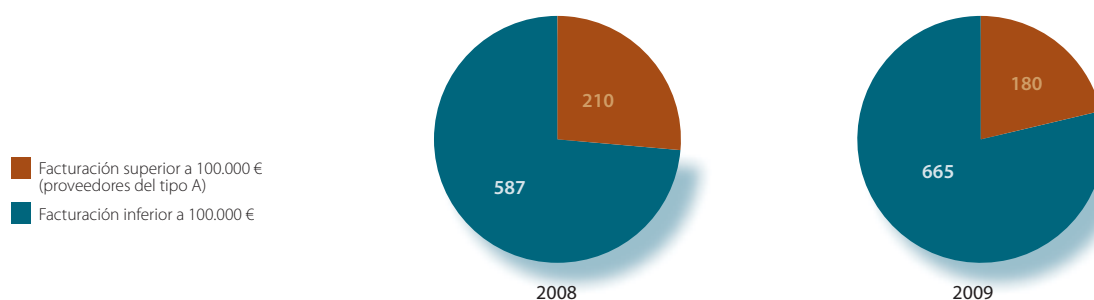


### Número de empresas proveedoras (LFG)

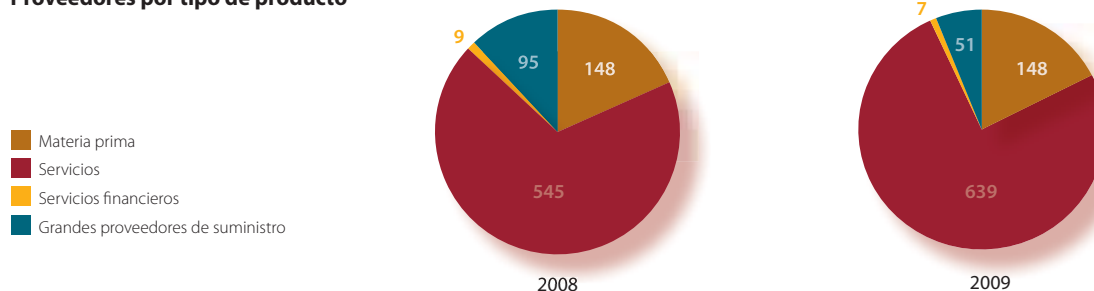


\* Mayor número de empresas debido a la construcción de LFR y el Museo del Cobre.

### Empresas proveedoras por tipo de facturación



### Proveedores por tipo de producto



## 13.2 ENTORNO SOCIAL

De acuerdo con nuestro compromiso de contribuir no sólo al desarrollo económico, sino también al desarrollo sostenible del entorno y de la sociedad, en LFG trabajamos para establecer vínculos de cooperación y colaboración con los diferentes colectivos del territorio.

Somos una empresa fuertemente arraigada en la sociedad catalana, y más profundamente a la comarca de Osona, por eso apoyamos programas propios colaboramos con entidades que favorecen el desarrollo global de nuestra sociedad.

### 13.2.1 CONVENIOS DE COLABORACIÓN

#### Convenio de formación profesional con la Generalitat de Catalunya a través de la Dirección de Formación Profesional

A lo largo del 2009, en LFG, hemos acogido un total de 13 alumnos en prácticas, provenientes de los institutos IES Vic, IES Voltreganès, el colegio La Salle Manlleu, la Universidad Ramon Llull –ESADE-, la Universidad Politécnica de Cataluña y la Universidad de Vic, que han sido ubicados en diferentes departamentos de la empresa y tutorizados por nuestros empleados.



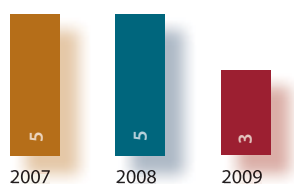
Como novedad, en 2009 hemos establecido un convenio de colaboración para formación profesional con el instituto IES Vic y el colegio La Salle Manlleu.

LFG es la única empresa industrial de la comarca Osona que tiene este convenio.

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

Colaboramos con diferentes entidades para contribuir al desarrollo de proyectos de tipo social o cultural.

#### Número de convenios para proyectos



#### FUNDACIONES Y CENTROS COLABORADORES (2009)

#### PROYECTOS

#### MES

Xarxa de Museus d'Osona	Colaboración entre los nueve museos de la comarca de Osona para desarrollar el proyecto "Portal educativo y oferta educativa conjunta de la red de museos de Osona".	Septiembre
Escola Llotja de Barcelona	Presentación de las joyas elaboradas con cobre reciclado de dos alumnas de la Escola Llotja de Barcelona.	Abril
CRECIM y UAB	Proyecto Prat de la Riba para potenciar las carreras científico-técnicas entre los estudiantes de secundaria antes que se decidan por alguna de las modalidades del bachillerato, ofreciendo visitas al museo y a la fábrica.	Abril

## 13.2.2 PONENCIAS Y SEMINARIOS

Para divulgar nuestra experiencia y conocimiento de distintos ámbitos de nuestra empresa, en LFG colaboramos y estamos presentes en ponencias y seminarios.

DÍA	LUGAR	TEMA	PONENTE
26/10/2009	AMCTAIC	Fórum del Patrimoni Industrial: LFL, 200 años de historia	Oriol Guixà
02/06/2009	Cámara de Comercio de Bilbao	Futurismo, II Semana de Turismo Vasco	Carme Sáez
22/04/2009	CosmoCaixa	XV Edición del curso "Hacia una museografía total"	Carme Sáez
02/06/2009	Cámara de Comercio de Bilbao	"La experiencia de una organización que abre sus puertas al visitante"	Carme Sáez
10/03/2009	Technical Seminar -International Wrought Copper Council	Proceso productivo de La Farga Lacambra	Lluís Riera



### 13.3. FUNDACIÓ LA FARGA

Des de la Fundació La Farga apoyamos, promovemos y participamos en iniciativas sociales, culturales y formativas, dando así respuestas a las demandas de los grupos de interés más cercanos a la empresa: el municipio de Les Masies de Voltregà, las personas trabajadoras y los accionistas del grupo empresarial.



#### Àrees de actuació de la Fundació

**CULTURAL** —————> Museo del Cobre

**SOCIAL** —————> Becas en el municipio de Les Masies de Voltregà

**FORMATIVO** —————> Formación de los accionistas de La Farga Group, de sus hijos, de los trabajadores y de los hijos de los trabajadores del Grupo

#### Asociaciones a las que pertenece el Museo del Cobre



##### CONSORCIO DE TURISMO DE PAISATGES DEL TER

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



##### OSONA TURISME

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



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

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



##### TURISMO CERCA DE BARCELONA

Red de turismo cerca de Barcelona de la Diputación de Barcelona.



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

El sector turístico catalán ha impulsado la accesibilidad de sus servicios, haciendo realidad el principio de que las personas con discapacidad se les reconozca la igualdad de condiciones en una sociedad plural y respetuosa. Noviembre de 2009.



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

El Museo del Cobre forma parte de esta red de turismo industrial como recurso asociado. XATIC promociona toda la oferta de turismo industrial de Cataluña. Octubre de 2009.



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

Se trata de una red formada por nueve museos de la comarca de Osona. Setiembre de 2009.



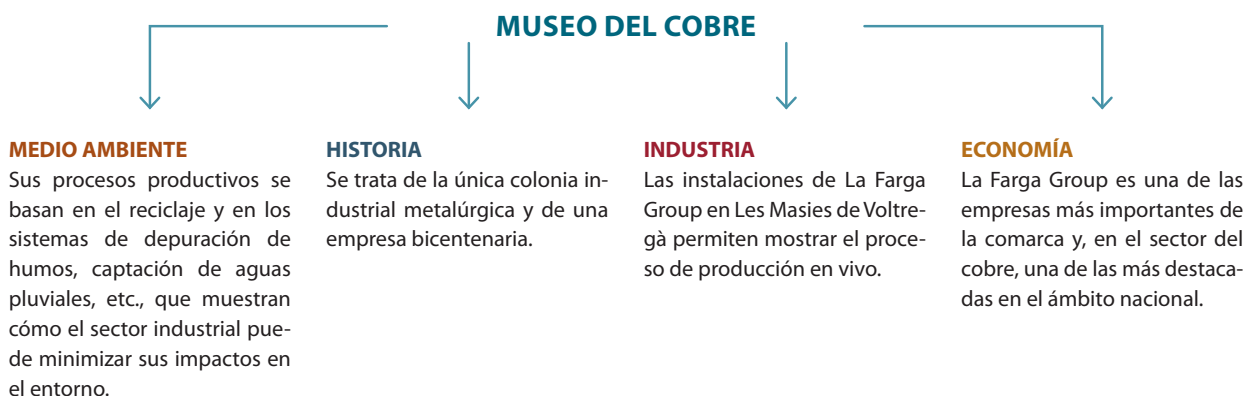
##### CONSELL DE MUSEUS DEL CONSELL COMARCAL D'OSONA

Entidad formada por museos y colecciones de la comarca de Osona que trabajan por unos objetivos comunes, principalmente se trabaja por el Día Internacional de los Museos y por otros proyectos como la edición de guías. Mayo 2009.

### 13.3.1 MUSEO DEL COBRE

El Museo del Cobre, que supuso una **INVERSIÓN DE 3,5 MILLONES DE EUROS**, surge de las oportunidades que La Farga Group ofrece desde el punto de vista histórico, ambiental, económico e industrial.

#### Oportunidades de LFG



#### Estructura del Museo

El Museo del Cobre se estructura en cinco grandes áreas:

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



## Visitas

El perfil de los visitantes más habituales del Museo es el de personas que vienen por libre, grupos de la tercera edad, grupos de estudiantes y centros docentes, y asociaciones. A estas visitas externas se deben sumar las visitas internas que realizan los clientes, proveedores y trabajadores de LFG.

Durante el 2009 han VISITADO el Museo del Cobre 5.771 PERSONAS, y desde su apertura el número de VISITANTES asciende a un TOTAL de 10.445.



Una de las acciones destacadas del Museo del Cobre es la asistencia en un BENCHMARKING de turismo industrial des de la XATIC para conocer el turismo industrial de Pays de Loire y Nantes (Francia). Fue una jornada formativa para dar a conocer diferentes recursos del turismo industrial en Francia y poderlos aplicar al Museo.

El Museo del Cobre se encuentra en una aplicación web 2.0, que se denomina facebook. Facebook es un sitio web gratuito de redes sociales dónde los usuarios pueden participar e interactuar con todo el contenido de este.



## 13.3.2 BECAS PARA EL 2009

Con el convencimiento de que la educación es uno de los pilares esenciales para el crecimiento y el buen desarrollo de las personas, anualmente convocamos becas para la familia empresarial, nuestros empleados y sus hijos, y los habitantes de Les Masies de Voltregà.

En las dos convocatorias se otorgaron un total de 27 becas para estudios de grado superior, estudios de idiomas y estudios de idiomas en el extranjero, con un importe total de 59.822,44€.



### Becas otorgadas (primera convocatoria del curso 2009-2010 y dos convocatorias del curso 2009-2010)

	2009-10	2008-09	2007-08
A residentes de Les Masies de Voltregà	10	12	14
A trabajadores e hijos de trabajadores de la empresa	5	3	9
A accionistas de la empresa	12	8	21
TOTAL	27	23	44



### 13.3.3 COLABORACIONES, DONACIONES Y PATROCINIOS

Desde hace tiempo, LFG promueve diferentes iniciativas relacionadas con el mundo de la cultura, siendo uno de los ejes esenciales de la empresa. Estas iniciativas se materializan mediante colaboraciones, donaciones y otras acciones con entidades de diferente tipología.


#### Colaboración con...



- • Venta de participaciones de **CRUZ ROJA** para el Sorteo de lotería de Navidad y el Sorteo de Oro entre los trabajadores.
- Exposición sobre **COLONIAS INDUSTRIALES DE CATALUÑA** del Museo de Historia de Cataluña, ofreciendo a los visitantes de esta exposición una entrada gratuita para el Museo del Cobre. La Farga Lacambra es una de las colonias industriales que aparece en la exposición.
- **EXPOSICIÓN JOSEP RICART I RIAL. LLIBRE DE LA MEMÒRIA**, cediendo una fotografía de la escultura del artista que hay en el Museo del Cobre *Adam i Antiquari*.
- **AMIGOS DE LOS MUSEOS**, cediendo un espacio del Museo del Cobre para su jornada sobre la pieza del año seleccionada. En esta edición la pieza fue *El Espejo de Venus*.
- Colaboración con la **ONG SONRISAS DE BOMBAY** y también en el concierto solidario en el que actuó la pianista Mutsumi Fukushima junto con la Orquesta de Cambra de Vic y la Coral Cor Xera de Barcelona. La recaudación fue destinada íntegramente a esta ONG.
- Cena del Día Mundial Contra el Cáncer, organizada por la **ASOCIACIÓN OSONA CONTRA EL CÁNCER**. Se regaló un vale para dos personas a un trabajador de la empresa para asistir a esta cena.
- **ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL VOLTREGANÉS**. Se donaron 5 entradas para dos personas más la visita guiada del Museo del Cobre para sortear entre clientes de los comercios de esta zona.
- **CAMPAÑA VIC-OLOT**. Se donaron 25 entradas dobles que incluían la visita guiada al Museo del Cobre, para sortear entre clientes de los comercios de Vic y Olot.
- **ENCUENTRO DE ENCAJERAS** de Sant Hipòlit de Voltregà. Se donaron 2 unidades del libro *La Farga Lacambra, solucions en coure desde 1808*, 2 más del libro *El Museu del Coure, un conductor de la història* y 2 joyas casual para premiar a las encajeras ganadoras.
- **EDICIÓN** de la **REVISTA** de la Asociación de Padres y Madres de Alumnos de la Escuela de Vinyoles.
- Jornada de puertas abiertas el **DÍA INTERNACIONAL DE LOS MUSEOS**. Entrada gratuita al Museo del Cobre y la fábrica.
- Jornada de **PUERTAS ABIERTAS** en motivo de las Jornadas Europeas del Patrimonio. Entrada gratuita al Museo del Cobre y a la fábrica.
- **VISITA DE AMCTAIC**, con todo su grupo de ingenieros, al Museo del Cobre.
- **ASOCIACIÓN SANT TOMÀS (PARMO)**. Donación de tubo de cobre.

## GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

### Objetivos dirigidos a las empresas proveedoras para el 2009

- Diversificar los proveedores: disponer de al menos 3 proveedores homologados para la familia de productos de suministro-compra  100%

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

- Implantar la evaluación y selección de empresas proveedoras según criterios ambientales y sociales y extensión al resto de proveedores (no de materia prima)
- Potenciar los proveedores locales para que estos sean a nivel de grupo y no sólo de una compañía, ofreciendo la oportunidad de suministrar a más de una compañía del Grupo

### Objetivos dirigidos a la comunidad para el 2010

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



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

Indicadores de la guía G3 del Global Reporting Initiative (GRI)		
CONCEPTO	NÚMERO DE INDICADOR	PÁG.
<b>Estrategia y análisis</b>		
Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	1.1	6-8
Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	1.2	6-8
<b>Perfil de la organización</b>		
Nombre de la organización.	2.1	14
Principales marcas, productos y/o servicios.	2.2	14-19
Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	2.3	17
Localización de la sede principal de la organización.	2.4	4
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	20-21
Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	2.6	14
Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	2.7	14-17, 20-21
Dimensiones de la organización informante, incluido: número de empleados, ventas netas (para organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para organizaciones del sector público), capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto (para organizaciones del sector privado) y cantidad de productos o servicios prestados	2.8	69, 38, 39-45, 14-18
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	17
Premios y distinciones recibidas durante el período informativo.	2.10	24
<b>Parámetros de la memoria</b>		
Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	3.1	9
Fecha de la memoria anterior más reciente.	3.2	9
Ciclo de presentación de memorias.	3.3	9
Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o a su contenido.	3.4	4
Proceso de definición del contenido de la memoria, incluyendo: - Determinación de la materialidad - Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria - Identificación de los grupos de interés que se prevé que utilicen la memoria	3.5	9-11
Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	3.6	9
Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	3.7	Las limitaciones en el alcance de la información, cuando se producen, y la descripción de técnicas de medición y efectos de la reformulación de la información se reflejan en el apartado correspondiente del informe.

Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	3.8	9
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	Especificado, cuando es necesario, en el apartado correspondiente 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	Especificado, cuando es necesario, en el apartado correspondiente del informe.
Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	3.11	9
Contenidos básicos en la memoria	3.12	107-112
Verificación externa de la memoria	3.13	114 Ambicert SL es una empresa que forma parte del grupo ECO-CERT, situado en la Isla Jourdain, en Francia, y no tiene ninguna relación con LFG.
<b>Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés</b>		
Estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	4.1	25-29
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	25-29
En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	4.3	25-29
Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	4.4	25, 79-80
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	26-27
Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	4.6	25-29
Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigibles a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	4.7	25-29
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	30-32
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	25-29, 32
Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	4.10	25-29, 32
Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	4.11	25-29, 32
Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	4.12	51, 56
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	22-23, 102
Relación de los grupos de interés que la organización ha incluido.	4.14	9-10, 31
Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	4.15	9-10, 31

Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y la categoría de grupos de interés.	4.16	9-10, 31
Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	4.17	9-11
<b>INDICADORES DE CUMPLIMIENTO ECONÓMICO</b>		
<i>Enfoque de gestión</i>		34-49
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	38
Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	EC2	56-58, 63
Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	EC3	78
Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	EC4	38
Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	EC5	73
Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	EC6	99
Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	EC7	70
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	22-23, 105
Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	EC9	98-105
<b>INDICADORES DE CUMPLIMIENTO AMBIENTAL</b>		
<i>Enfoque de gestión</i>		30-35
Materiales utilizados, por peso o volumen.	EN1	58
Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	EN2	59
Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	EN3	57
Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	EN4	57
Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	EN5	58
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	58
Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	EN7	58
Captación total de agua por fuentes.	EN8	57
Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	EN9	57
Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	EN10	57
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 ningún impacto sobre la biodiversidad. Las instalaciones no se encuentran en zonas protegidas o PEINs.
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 ningún impacto sobre la biodiversidad. Las instalaciones no se encuentran en zonas protegidas o PEINs.
Hábitats protegidos o restaurados.	EN13	LFG no tiene ningún impacto sobre la biodiversidad. Las instalaciones no se encuentran en hábitats protegidos o restaurados.

Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	EN14	LFG no tiene ningún impacto sobre la biodiversidad. Las instalaciones no se encuentran en zonas protegidas o PEINs.
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	LFG no tiene ningún impacto sobre la biodiversidad. Las instalaciones no se encuentran en zonas protegidas o PEINs.
Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	EN16	62
Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	EN17	62
Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	EN18	62-63
Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	EN19	No hay emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono.
NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	EN20	62
Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	EN21	62
Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	EN22	60
Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	EN23	No se han producido vertidos accidentales.
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	No se transportan residuos considerados peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea.
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 ningún impacto sobre la biodiversidad de los recursos hídricos y hábitats relacionados.
Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	EN26	58-60
Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	EN27	58-59
Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	EN28	No se han registrado sanciones ambientales en el 2009.
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 por el transporte de productos y otros bienes.
Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	EN30	56-57

#### INDICADORES DE CUMPLIMIENTO SOCIAL

<i>Enfoque de gestión</i>		68-82
Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	LA1	69-72
Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	LA2	70-72
Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	LA3	78
Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	LA4	70
Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	LA5	70
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	26-27
Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	LA7	84
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	83-84

Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	LA10	77
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	77
Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	LA12	76
Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	LA13	26-27
Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	LA14	73
<b>DERECHOS HUMANOS</b>		
<i>Enfoque de gestión</i>		32
Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	HR1	La actividad de LFG se lleva a cabo en España, donde se garantizan los derechos humanos. En cuanto a la actividad, ésta aún no ha empezado, sólo existe el acuerdo.
Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	HR2	32
Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	HR4	No se han producido incidentes de discriminación.
Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	HR5	No hay actividades en las que el derecho a la libertad de asociación y a acogerse a convenios colectivos pueda correr riesgos.
Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	HR6	No hay actividades que comporten un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil.
Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	HR7	No hay operaciones que conlleven riesgo de originar episodios de trabajo forzado o no consentido.
<b>SOCIEDAD</b>		
<i>Enfoque de gestión</i>		100-106
Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	SO1	7.2 (26-29)
Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	SO2	32
Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	SO3	32
Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	SO4	No se han producido incidentes de corrupción.
Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	SO5	La empresa no se posiciona en políticas públicas ni participa en el desarrollo de las mismas ni en actividades de lobbismo.
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	38
<b>RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO</b>		
<i>Enfoque de gestión</i>		88-96
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	89-91
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	93



Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	PR5	89-90
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 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 DE LAS NACIONES UNIDAS

Las empresas deben...		Páginas	Indicadores GRI
1	apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	32	HR1, HR2, HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9
2	asegurar que sus empresas no sean cómplices de la vulneración de los derechos humanos.	32	HR1, HR2, HR8
3	apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	70,32	LA4, LA5, HR5
4	apoyar la eliminación de cualquier trabajo forzado o realizado bajo coacción.	32	HR7
5	apoyar la erradicación del trabajo infantil.	32	HR6
6	apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el trabajo y en la ocupación.	32	LA2, LA10, LA13, LA14, HR4
7	mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	56	4.11
8	fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	56-63	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.	56-63	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.	32	SO2, SO3, SO4

## 16 INFORME DE VERIFICACIÓN



Ambicert, SL, empresa del grupo ECOCERT, con NIF B62209044, con sede en Manlleu, ha sido la empresa que ha llevado a cabo la verificación de la memoria de sostenibilidad de 2008 de La Farga Group. Esta empresa es totalmente independiente de La Farga Group y, antes de esta certificación, no ha tenido ningún tipo de vínculo comercial ni de otro tipo con la organización.

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

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

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



