

## DOSSIER DE PRENSA



## **Fagor: la única multinacional española del sector**

- *MCC*

El Grupo MCC, Mondragón Corporación Cooperativa, fue fundado en 1956 por Don José M<sup>a</sup> Arizmendiarieta y, siguiendo la estela de desarrollo de la economía española de la segunda mitad de la década de los 50, dio lugar a la formación de un conjunto de cooperativas a partir de la puesta en marcha de Fagor, primera empresa de la Corporación.

MCC está compuesto, desde 1991, por tres grandes divisiones: el grupo Financiero, el grupo Industrial y el grupo de Distribución. Previamente, las cooperativas se agrupaban en función de su posición geográfica.

Los primeros quince años de MCC fueron años de gran dinamismo, con relevante crecimiento de redes comerciales en el mercado español y una tímida orientación hacia los mercados exteriores.

En el año 70 existían 41 cooperativas, alguna de ellas impulsadas desde Fagor. Las cooperativas durante esta primera etapa, carecían entre sí de lazos de relación, exceptuando el de su vinculación a Caja Laboral.

Los siguientes años en la historia de MCC se caracterizaban por una continuidad en el dinamismo, con la creación de más cooperativas, así como el crecimiento en ventas y empleo.

A partir de los 90s, MCC experimentó un cambio en el proceso organizativo, que transformó el grupo en corporación, ordenando los negocios por sectores y no por su ubicación geográfica.

- *Grupo Fagor Electrodomésticos*

Fagor, nacido como empresa originaria de MCC, es un grupo cooperativo que se originó desde un pequeño taller en Mondragón que contaba con 24 socios dedicados a la fabricación de hornillos y estufas a petróleo.

Este núcleo originario que fue Ulgor, nombre histórico correspondiente a las iniciales de sus fundadores, actuó como embrión del Grupo Fagor y de la actual Mondragón Corporación Cooperativa. La filosofía del grupo ha sido, durante años, objeto de estudio y análisis por parte de expertos del mundo entero.

El funcionamiento de Fagor se basa en los principios de solidaridad y democracia industrial participativa. Los socios-trabajadores aportan trabajo y capital, participando de forma activa en la gestión y desarrollo de la empresa y del Grupo.

Fagor Electrodomésticos, una de las compañías más relevantes de la historia industrial española de los últimos 50 años, es la primera empresa de capital español del sector y el quinto fabricante a nivel europeo. Se trata de la única multinacional española del sector que desarrolla su actividad en ocho áreas de negocio, cuenta con plantas productivas en seis países de tres continentes, está presente en más de 100 países y da empleo a 10.758 personas.

La compañía se ha especializado en ofrecer productos innovadores, que satisfacen las necesidades y la demanda creciente de las familias españolas. Su enorme capacidad de adaptación a las exigencias del mercado permitió también su lanzamiento exitoso al resto de Europa.

La empresa fue pionera en la comunicación con su público. Desde que comercializó sus primeros electrodomésticos (hornos, cocinas, frigoríficos), se ocupó de darlos a conocer en televisión o de pueblo en pueblo con el

“Fagorbus”, primer autobús comercial que recorrió toda España anunciando los productos de la cooperativa.

Desde su creación como cooperativa, los objetivos fundamentales de la compañía han sido siempre generar empleo, riqueza y desarrollo social en su entorno. Estos han sido siempre los pilares sobre los que se ha sustentado el éxito de la compañía.

En la filosofía cooperativista bajo la que nació Fagor Electrodomésticos queda patente el grado de compromiso que el grupo tiene con su entorno. Así, la empresa colabora con diversas instituciones de carácter económico y social y, además, destina una proporción significativa de sus beneficios netos a fondos comunitarios con fines como colaborar con los centros educativos de las comarcas donde desarrolla su actividad, promover los principios del cooperativismo y la creación de empleo

El Grupo Fagor Electrodomésticos aglutina junto a la marca Fagor, otras marcas que también demuestran la eficacia y saber hacer de esta experiencia cooperativista única. Entre otras, podemos destacar, Aspes, Edesa, Mastercook, Sauter, De Dietrich, Brandt, San Giorgio, Ocean, Thomson, Vedette y Samet.

Fagor es una de las ocho marcas españolas más conocidas en el mundo. De la totalidad de marcas del mercado francés, independientemente de su sector económico, Brandt, marca adquirida por el Grupo Fagor Electrodomésticos en 2005, es una de las 10 marcas de referencia en la mente del consumidor francés. El Grupo Fagor Electrodomésticos cuenta con una cuota de mercado en España en 2006 del 20,4%, alcanzando en Francia el 18,2% y el 8,6% en Polonia siendo la compañía líder absoluto en los dos primeros países y ocupando el segundo lugar en este último.

Grupo Fagor Electrodomésticos tiene una amplia presencia en Europa, la cual se ido incrementando considerablemente en los últimos años. Cuenta con 16 plantas en 6 países: España, Francia, Italia, Polonia, Marruecos y China, además de filiales en los 5 continentes.

En Polonia, El Grupo Fagor Electrodomésticos ha conseguido una cuota de mercado del 35,5% en el negocio de cocinas, y del 14,5% en el de hornos. La planta de producción de calentadores, frigoríficos, cocinas y lavadoras con la que Fagor cuenta en Marruecos, le ha permitido ser referente indiscutible del mercado marroquí, con una cuota superior al 23%.

El Grupo Fagor Electrodomésticos apuesta por la localización. Frente a la tendencia en el sector y en la actividad económica en general, Fagor sigue una línea estratégica basada en la localización, ya que no invierte para reducir actividad en las zonas donde ya está presente ni crea situaciones de movilidad de empleados a otras zonas, y desde un punto de vista competitivo, dicha localización permite diferenciarse de otros actores del mercado, ya que una de sus fortalezas es la cercanía del mercado, el know-how y la posición relevante en elementos tan importantes dentro del sector como el encastre, ofreciendo en definitiva una cercanía al usuario que sirve para adaptarse y responder eficazmente a sus necesidades.

## Resultados 2006

- *Resultados globales del Grupo Fagor Electrodomésticos*

El Grupo Fagor electrodomésticos ha cerrado el ejercicio 2006 con una facturación de 1.728,7 millones de euros lo que supone un incremento del 15% con respecto al año 2005 con una clara prioridad otorgada a la rentabilidad. Por países destacan España con 629 millones de euros, Francia con 575 millones de euros, Polonia con 95 millones de euros y Marruecos con 32 millones de euros. Las inversiones en 2006 alcanzaron los 130 millones de euros.

Los resultados para este año han sido positivos registrando unos beneficios de 12 millones de euros y un EBITDA del Grupo Fagor Electrodomésticos consolidado que asciende el ejercicio 2006 a 89,27 millones de euros. Los beneficios registrados en 2006 suponen un incremento importante frente a los 4,5 millones de euros del mismo periodo del año anterior.

Estos resultados avalan la consolidación del Grupo Fagor Electrodomésticos como 5º fabricante europeo del sector con una cuota de mercado del 20,4% en España. La marca Fagor, afianza su liderazgo con una participación del 12,4% superando en 2 puntos a su más inmediato competidor. Edesa, mantiene su cuota de mercado con respecto al mismo ejercicio del año anterior, con un 5,8%.

Paralelamente en Francia, El Grupo Fagor Electrodomésticos lidera el mercado francés con un 18,2%. De la totalidad de marcas del mercado francés, independientemente de su sector económico, Brandt, marca adquirida por el Grupo Fagor Electrodomésticos en 2005, es una de las 10 marcas de referencia en la mente del consumidor francés.

Las variaciones de cuota con respecto al ejercicio anterior se han debido fundamentalmente a la prioridad otorgada a rentabilidad frente a volumen. Según las previsiones de la compañía, para el ejercicio 2007 alcanzarán un crecimiento de ventas consolidado de 6,6% y tienen previsto realizar una inversión de 44 millones de euros.

**Resultados en millones de €**

<b>MCC</b>	<b>Ventas</b>	<b>Nº empresas</b>	<b>Beneficio</b>	<b>Inversión</b>
<b>2005</b>	11.859	264	642	1175
<b>2006</b>	13.270	270	636	866

**Resultados en millones de €**

<b>Fagor</b>	<b>Ventas</b>	<b>Beneficios</b>	<b>Inversión</b>	<b>EBITDA</b>
<b>2005</b>	1498,6	4,50	90	43,00
<b>2006</b>	1728,7	12,7	130	89,27

De la misma manera, se prevé un incremento del beneficio para 2007 de MCC de 68 millones de € con respecto a 2006, lo que significa un 10,69% más. Respecto a Fagor, el incremento previsto de beneficio asciende a 6,6%. Por su parte la inversión alcanzará 44 millones de euros.

## **Innovación**

- ***Logros a destacar en 2006***

La cercanía con los consumidores es un aspecto fundamental en la evolución de Fagor como marca y como compañía, siendo esa cercanía lo que ha favorecido a la consolidación de la empresa a lo largo de los años como la marca líder del mercado nacional.

Durante el año 2006, el Grupo Fagor Electrodomésticos ha lanzado tres productos clave, que avalan este objetivo de cercanía a sus clientes y que han consolidado a la compañía como líder indiscutible en innovación tecnológica frente a la competencia.

- ***Lavadora de 8 Kg de capacidad***

El Grupo Fagor Electrodomésticos ha puesto a disposición de sus clientes un nuevo concepto de lavadora que aglutina, con el máximo de efectividad y en las mismas dimensiones, una mayor capacidad de lavado. La innovación en el desarrollo de nuevos productos y referencias es una de las máximas de la compañía, que le sitúa a amplia ventaja frente a sus competidores.

- ***Driron***

Driron nace del convencimiento de la compañía por ofrecer a los consumidores una novedad que facilite su vida cotidiana y les permita disfrutar de más tiempo libre. Y así, surge Driron tras más de tres años de esfuerzo y una inversión de 6 millones de euros, empleados en el desarrollo del producto y en la puesta en marcha de una nueva planta de fabricación, previendo una producción de 11.000 unidades para un mercado cada vez mayor en 2007.

Driron es el único producto del mercado que ofrece una solución integral del tratamiento de la ropa, alcanzando un buen acabado para la mayoría de las prendas que se utilizan en el hogar y reduciendo considerablemente el tiempo dedicado a la plancha.

- ***Nicostopper***

Fagor ha participado en el desarrollo de Nicostopper, un dispositivo electrónico que facilita el control y/o abandono del tabaquismo. Este revolucionario producto es la última novedad mundial de Fagor Electrodomésticos en el ámbito de la salud, y ha sido fruto de varios años de investigación tecnológica y terapéutica para ofrecer a los consumidores una vida más saludable.

- ***Innovación***

El Grupo Fagor Electrodomésticos apuesta por la innovación. En este sentido, la línea estratégica innovadora de la compañía se dirige, junto al lanzamiento de estos nuevos productos ya mencionados, a un plan de renovables que la compañía implementa a través de su línea Confort así como mediante el concepto Fagor Hometek. Se trata de una División Tecnológica, que cuenta con más de 60 personas en sus filas, y que está orientada a la innovación y a impulsar nuevas actividades industriales, lo que ha permitido desarrollar importantes elementos innovadores que se han traducido en productos como Driron y la lavadora de 8kg de capacidad."

El encastre es una de las líneas de negocio clave para Fagor, donde demuestra su potencial frente a los competidores y su apuesta por la innovación. 2007 será un año clave para el desarrollo del encastre, así como para el plan de energías renovables y en el desarrollo de otras áreas de negocio como la domótica y la climatización. El Grupo Fagor

Electrodomésticos, en su continuo proceso de innovación busca satisfacer las necesidades de los consumidores y, por lo tanto, el lanzamiento de referencias innovadoras es uno de sus constantes objetivos.

El Grupo Fagor Electrodomésticos dispone de categorías de productos respetuosos con el medio ambiente. Los ecoemisores y las placas solares son un buen ejemplo de la labor que desarrolla la compañía para proteger el impacto medioambiental. La eficiencia energética es un objetivo clave.

Además, el Grupo Fagor Electrodomésticos se ha convertido en una de las pocas multinacionales españolas, que desde el pasado mes de julio de 2006, forma parte de la campaña Energía Sostenible para Europa 2005-2008. Esta campaña de concienciación de la Unión Europea, promueve la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> , la producción y utilización eficaz de la energía y la cooperación de las empresas europeas en materia de conocimiento energético, necesarios para cumplir los compromisos adquiridos con la firma del protocolo de Kyoto.

**Marzo 2007**