

Dossier de prensa



ÍNDICE

1. Historia de la compañía

- Corporación Mondragón
- Grupo Fagor Electrodomésticos

2. Grupo Fagor Electrodomésticos hoy

3. Resultados económicos 2007

4. Plan estratégico

- Periodo 2009-2012

5. Valores corporativos

5.1 Innovación

5.2 Internacionalización

5.3 Sostenibilidad

1. Historia de la compañía

Corporación Mondragón

La Corporación Mondragón fue fundada en 1956 por Don José M^a 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.

La Corporación Mondragón está compuesta desde 1991 por tres grandes áreas: financiera, industrial y distribución. Previamente, las cooperativas se agrupaban comarcalmente en función de su posición geográfica.

Los primeros quince años de Corporación Mondragón 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, algunas 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 Corporación Mondragón 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, Corporación Mondragón experimentó un cambio en el proceso organizativo que transformó el grupo en corporación, ordenando los negocios por sectores y no por su ubicación geográfica. Actualmente la Corporación Mondragón cuenta con 270 empresas y entidades, y con una plantilla, que a finales de 2007, ascendía a 95.000 personas.

Grupo Fagor Electrodomésticos

Fagor, nacido como empresa originaria de Corporación Mondragón, 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 siete áreas de negocio, cuenta con plantas productivas en seis países de tres continentes y está presente en más de 100 países.

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.

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

2. Grupo Fagor Electrodomésticos hoy

Actualmente, el Grupo Fagor Electrodomésticos se ha convertido en el quinto fabricante europeo, siendo la primera empresa de capital español del sector. Desarrolla su actividad en siete áreas de negocio: Frío, Lavado, Lavavajillas, Cocción, Confort, Minidomésticos y Muebles de Cocina.

El Grupo 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 marcas españolas más conocidas en el mundo. De la totalidad de marcas del **mercado francés**, independientemente de su sector económico, Brandt 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 2007 del 19%, alcanzando en Francia el 17,5% y el 9,2% en Polonia, siendo la compañía líder absoluta en los dos primeros países y ocupando el segundo lugar en Polonia (Fuente:GFK).

El Grupo Fagor Electrodomésticos tiene una amplia presencia en **Europa**, la cual se ha 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 total el Grupo cuenta con 10.117 empleados.

En **Polonia**, el Grupo Fagor Electrodomésticos ocupa la segunda posición en el mercado con una cuota del 12,1% en volumen y del 9,2% en valor, lo que supone un incremento de un 0,3% y 0,6% respectivamente en relación a 2006. El mercado polaco es uno de los mercados clave para el Grupo y ha obtenido resultados muy relevantes en 2007 con incrementos, por ejemplo en ingresos, de un 26,5% en relación al año anterior.

Polonia es un país en plena expansión económica tras su ingreso en la Unión Europea, que está experimentando importantes crecimientos en los precios de viviendas, en la venta de las mismas y en la riqueza creciente de la sociedad polaca, lo que influye para que, cada vez más, los polacos inviertan más dinero en electrodomésticos modernos. Así, por ejemplo, en 2007 se produjeron incrementos muy significativos en segmentos como placas de encastre y hornos, con aumentos de un 40% o en lavavajillas, que alcanzó un 36,5%.

Otros

El Grupo Fagor Electrodomésticos apuesta por la localización. Frente a la tendencia en el sector y en el conjunto del mercado, Fagor sigue una línea estratégica basada en la localización. No invierte para reducir actividad en las zonas donde ya está presente, ni crea situaciones de movilidad de empleados a otras zonas. Desde un punto de vista competitivo, dicha localización permite diferenciarse de otros actores del mercado que, junto con su cercanía al consumidor y su know-how, le sirve para adaptarse y responder eficazmente a las necesidades del usuario.

3. Resultados económicos 2007

El Grupo Fagor electrodomésticos ha cerrado el ejercicio 2007 con una facturación de 1.753 millones de euros con una clara prioridad otorgada a la rentabilidad. Las inversiones en 2007 alcanzaron los 74 millones de euros.

Los resultados para este año han sido positivos registrando unos beneficios de 13,4 millones de euros y un EBITDA del Grupo Fagor Electrodomésticos consolidado que asciende en el ejercicio 2007 a 131 millones de euros.

En términos homogéneos y teniendo en cuenta las nuevas Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), el beneficio alcanzado por el Grupo en 2007 supera en un 60% los registrados en 2006. Estos resultados avalan la consolidación del Grupo Fagor Electrodomésticos como 5º fabricante europeo del sector, con una cuota de mercado del 19% en España. La marca Fagor, afianza su liderazgo con una participación del 12,2%, superando en casi 2 puntos a su más inmediato competidor. Por su parte, Edesa cuenta con un 5,3% de cuota de mercado. Paralelamente en Francia, El Grupo Fagor Electrodomésticos lidera el mercado francés con un 17,5%.

Según las previsiones de la compañía, para el ejercicio 2008 alcanzarán un crecimiento de venta de productos y servicios consolidado de 4,5% y tienen previsto realizar una inversión de 55 millones de euros.

A pesar de la situación de incertidumbre que viene experimentando el sector de los electrodomésticos en el ámbito europeo, el Grupo Fagor Electrodomésticos ha conseguido superar los objetivos que la compañía marcó para el 2007.

4. Plan Estratégico 2009-2012

Actualmente, el Grupo Fagor Electrodomésticos está elaborando el Plan Estratégico 2009-2012 estando prevista su finalización para el mes de septiembre. En el mismo, el Grupo Fagor Electrodomésticos reforzará los valores que ya tiene como referente en su actual plan estratégico. El Grupo apuesta por consolidar la proyección internacional de la compañía y liderar el sector desde una perspectiva de innovación, a la vez que realizará una clara apuesta por el uso de las energías renovables.

Asimismo, el desarrollo sostenible será otro de los pilares básicos, es decir, la consolidación de la rentabilidad económica, el compromiso con el desarrollo medioambiental, con clientes, trabajadores y la sociedad en su conjunto.

5. Valores corporativos

5.1 Innovación

El Grupo Fagor Electrodomésticos continúa con su apuesta por la innovación como uno de los puntos clave que le posiciona como compañía líder frente a la competencia, con un total de 358 personas dedicadas a este fin y con una inversión de 41 millones de euros. De hecho, la compañía se encuentra entre las 18 empresas españolas que mayor inversión realizan en este campo a nivel europeo (Fuente: Joint Research Center and Directorate General Research of the European Commission).

En este sentido, su línea estratégica de innovación se dirige, por un lado al lanzamiento de nuevos productos y servicios, y por otro, al desarrollo de soluciones tecnológicas que permitan un funcionamiento más eficiente y respetuoso con el medioambiente.

La compañía pretende mantener el concepto de cercanía y transparencia a través de la implementación de nuevos proyectos que acerquen la empresa al mercado y al cliente. El lanzamiento de nuevas gamas de productos genera gran impacto en sus categorías y aportan a los usuarios un valor añadido, a la vez que satisfacen sus necesidades. Fagor Electrodomésticos innova en productos y, a la vez en servicios, con el único fin de aportar soluciones al mercado.

El Grupo Fagor Electrodomésticos posee una gran proyección internacional en cuanto a innovación se refiere, al contar con centros propios de innovación en Europa, cuya actividad trasciende al resto de países en los que el Grupo está presente.

Fagor Hometek

Se trata de una División de I+D+i de carácter transversal y de dimensión internacional, en la que trabajan las personas más cercanas a la innovación desde tres aproximaciones: producto-función, tecnología y diseño. Es un sistema integral, con metodología propia, desarrollado en un contexto de multiproducto-multitecnología.

Además de Fagor Hometek, cada planta de producto tiene su propio departamento de I+D+i centrado en nuevos desarrollos, procesos y continuas optimizaciones. Todos estos equipos se coordinan perfectamente entre ellos y con Fagor Hometek de forma constante y periódica.

Con esta estructura, el Grupo Fagor Electrodomésticos pretende expandir a toda la organización la cultura de la innovación, implementando un Sistema Integral de Gestión de la Innovación en el Grupo y fomentando el desarrollo de nuevos productos y servicios entre sus empleados. De esta manera, la compañía contempla la innovación desde el punto de vista organizativo, cultural y estratégico.

Últimos lanzamientos

- **Introducción de la pirólisis en el mercado español**

El pasado año, el Grupo Fagor Electrodomésticos decidió lanzar al mercado sus nuevos hornos pirolíticos, convirtiéndose en pionera al introducir por primera vez el concepto de la pirólisis en España. Estos nuevos hornos incluyen el sistema Pyro-system patentado por Fagor. Se trata de un sistema de autolimpieza muy avanzado que permite deshacer los restos de suciedad, para después retirarlos fácilmente.

Para darlos a conocer, se puso en marcha una fuerte campaña de comunicación que obtuvo unos resultados sin precedentes, ya que enseñó al público el significado del término pirólisis y consiguió que los hornos pirolíticos se asociaran directamente con la marca Fagor.

Según datos de mercado GFK, en el periodo de enero a agosto de 2007, las ventas de hornos pirolíticos en España se incrementaron en un 51% respecto al mismo periodo del año anterior. En el caso de los hornos pirolíticos Fagor, el incremento fue del 83%, lo que supuso ganar cinco puntos porcentuales en su cuota de participación. El último dato, coincidente con la campaña de televisión, sitúa a la marca Fagor como líder absoluto en esta categoría de producto con un 32,5% de participación, a una distancia considerable de segundas marcas que no llegan al 17%. De hecho, uno de cada tres hornos pirolíticos que se venden en España es Fagor.

- **Calderas Supercompact**

La nueva gama de calderas SuperCompac de Fagor presenta unas dimensiones tan reducidas que favorecen la comodidad a la hora de su instalación en el hogar. Fagor ha logrado reducir las dimensiones de esta gama hasta un 37% en los modelos estancos de 14 litros, un 30% en los modelos de 11 litros y hasta un 24% en los de 15 litros, respecto a los modelos de otras gamas.

Este nuevo diseño ofrece la posibilidad de reponer un aparato de 6 litros por uno de mayor potencia (11 litros) sin necesidad de ocupar más espacio de necesario.

- **Altia, el mueble de cocina de cristal**

También 2007 fue un año de gran innovación para el negocio del mueble. Altia, un nuevo modelo de muebles de cocina de cristal, permite al usuario personalizar el diseño de su cocina. Cuenta con dos posibilidades: elegir entre los motivos de decoración propuestos por la compañía o directamente escoger su imagen preferida, pudiendo hacer combinaciones con la amplia gama de colores que ofrece el modelo.

El modelo Altia está realizado con vidrio opaco, enmarcado en un fino canto de aluminio que integra el tirador. La combinación de ambos materiales, junto con la posibilidad de personalizar el diseño de los muebles, hacen que estemos ante un nuevo concepto de cocinas. Además, Altia ofrece altas prestaciones, ya que está fabricado con materiales altamente resistentes, de fácil limpieza y 100% reciclable.

- **Introducción de la inducción en el mercado polaco**

El Grupo Fagor Electrodomésticos decidió introducir por primera vez sus placas de inducción en el mercado polaco durante 2007. La acogida del producto fue tan favorable que tras los seis primeros meses, la compañía ya era líder en el mercado, posición que sigue manteniendo en la actualidad.

En un año, la venta de las placas de inducción en el mercado polaco se incrementó casi tres veces, alcanzando un 11,6% de la cuota en cuanto al valor en todo el mercado de placas. El Grupo Fagor Electrodomésticos contribuyó significativamente a este crecimiento, contando actualmente con el 19% de la cuota en cuanto al valor en el segmento de placas de inducción.

5.2 Internacionalización

La internacionalización es otro de los pilares básicos del plan estratégico de la compañía. El Grupo Fagor Electrodomésticos destaca por ser la única multinacional española del sector que desarrolla su actividad en siete áreas de negocio. (Frio, Lavado, Lavavajillas, Cocción, Confort, Minidomésticos y Muebles de Cocina) Además, cuenta con 16 plantas de producción en seis países: España, Francia, Italia, Polonia, Marruecos y China y filiales en los 5 continentes.

La compañía, en su dimensión internacional está presente en más de 100 países y es el 5º fabricante a nivel europeo

En cuanto a prestigio y reconocimiento, Fagor es una de las ocho marcas españolas más conocidas en el mundo. Por su parte, Brandt se sitúa en el puesto número 10 de las marcas más reconocidas en Francia.

La compañía ha apostado por el desarrollo de alianzas en países como Rusia y China, entre otros, en el área innovación, en el área comercial e industrial.

Mercado ruso:

- Joint Venture MABE – Fagor Electrodomésticos

El Grupo Fagor Electrodomésticos está presente en el mercado ruso a través de una Joint Venture con MABE*, empresa que cuenta con más de medio siglo de experiencia en el sector de electrodomésticos para el hogar y cuya sede central se sitúa en México.

La Joint Venture, con una participación para cada socio del 50%, tiene como principal objeto el montaje, importación y comercialización de aparatos electrodomésticos para el hogar, con una distribución dirigida al mercado ruso.

La actividad se iniciará en mayo de 2008, con una previsión de ventas para el quinto año de 110 millones de dólares.

() MABE, con 14 plantas productivas en Mexico, Canada y Latinoamérica, además de un Centro Tecnológico propio, tiene fuerte presencia en el continente americano: Canadá, USA, Mercosur, Centroamérica (con una cuota media de mercado del 30%) y en especial México, donde es líder indiscutible con una cuota del 47%.*

Las principales marcas : GE, Mabe, Dako, Easy, Patrick, IEM, Centrales, etc ...

Ventas en 2007: 3.700 millones de dólares

Mercado chino

La actividad del Grupo Fagor Electrodomésticos en el mercado chino se centra en dos Joint Ventures para calderas y calentadores.

- Joint Venture Nanjing Fagor AOSmith Gas Appliance Co. Ltd

En el caso de la Joint Venture de calderas, el partner de Nanjing Fagor es AOSmith Gas Appliance Co. Ltd*. La participación de ambos socios es al 50% con una previsión de inicio de fabricación para el segundo semestre de 2008. Se estima que la capacidad fabril alcance las 10.000 unidades el primer año y llegue a las 50.000 unidades el quinto.

() AOSmith Gas Appliance Co. Ltd., compañía americana con sede central en Milwaukee, posee larga experiencia en el sector ya que fue fundada en 1874, cuenta con 19.500 empleados y ha reportado ventas de 2.200 millones de dólares en 2006. Las principales actividades de la compañía se centran en motores eléctricos y depósitos termos eléctricos*

- El Grupo Fagor Electrodomésticos y el Grupo Vaillant se establecen en China con una Joint Venture para la fabricación de calderas.

El Grupo Fagor Electrodomésticos y el Grupo Vaillant*, que actualmente cuentan con una Joint Venture para la fabricación de calentadores en Bergara (Guipúzcoa), han formalizado una Joint Venture con PTC** (fabricante chino de componentes) para la producción de calentadores en China.

La participación de ambos socios es al 50% con el objetivo de fabricación de calentadores a gas y una distribución dirigida a países de Europa del Este, Rusia, Ucrania y otros países de experiencia gasística. Se espera una capacidad de fabricación de 120.000 unidades. Esta Joint Venture refuerza la alianza entre Fagor Electrodomésticos y Vaillant

() El Grupo Vaillant cuenta con 13 plantas productivas en 6 países europeos y 1 en China. Con un total de 10.055 empleados, la compañía facturó 1.991 millones de euros en 2006*

*(**) PTC (Pauden Technological Corporation) centra su actividad en la fabricación de componentes (válvulas de gas y controles electrónicos) para barbacoas, cocinas de gas y calentadores de agua a gas, consiguiendo en 2007 una facturación de 20 millones de euros, con un total de 500 empleados.*

La compañía cuenta con 3 plantas de producción en Taipei (Taiwan), Hangzhou y Guangdong (China), además de una fuerte presencia en Asia (China, Taiwan, Japón) a través de fabricantes como Sakura, Rinnai, etc. También tiene presencia en el continente americano en países como Argentina, Brasil o Chile.

Joint Venture Sistema Microgeneración

Formada por Corporación Mondragón, Mondragón Componentes y Meridian Energy Limited*, el objetivo principal de esta actividad se centrará en el desarrollo y comercialización de un innovador sistema de microgeneración WhisperGen, que será distribuido en el mercado europeo.

Este sistema, que ha sido desarrollado en Nueva Zelanda por Whisper Tech, empresa filial de Meridian Energy, se alimenta de gas y se utiliza para uso doméstico en el hogar.

Este sistema ofrece grandes ventajas al usuario, por ser una solución mejor para obtener calefacción y energía eléctrica complementaria, al rebajar el coste de la energía, disminuir la dependencia de las grandes centrales eléctricas y reducir las emisiones de CO₂.

Se espera alcanzar un volumen de negocio en el quinto año de 20.000 unidades, así como ingresos superiores a 50 millones de euros, con una plantilla de más de 100 personas.

Los socios de la Joint-Venture se hallan actualmente diseñando los detalles de la planta productiva que se ubicará en el País Vasco y prevén poder suministrar los primeros equipos para el próximo invierno de 2008-09.

() En relación al Partner: Meridian Energy Limited*

Mayor generador y distribuidor de energía eléctrica de Nueva Zelanda.

Empresa pública: 100% propiedad del gobierno de Nueva Zelanda

Su generación eléctrica proviene sólo de fuentes de energía renovables

5.3 Sostenibilidad

La sostenibilidad es un concepto integrado en la estrategia empresarial del Grupo Fagor Electrodomésticos. Gran cantidad de acciones puestas en marcha por la compañía avalan su apuesta y fuerte compromiso con la sociedad en general, dedicando importantes recursos a iniciativas destinadas al desarrollo sostenible, fundamentado en lo económico, medio ambiental y social.

Clientes, trabajadores y sociedad en su conjunto son una prioridad para la compañía, por lo que el empleo y el bienestar social son pilares básicos, presentes en su misión empresarial.

El Grupo Fagor Electrodomésticos cuenta con una cultura empresarial basada en los principios de solidaridad y democracia industrial participativa, inculcada por su perfil cooperativista. Los socios-trabajadores aportan trabajo y capital, participando de forma activa en la gestión y desarrollo tanto de la empresa como del Grupo.

El respeto por el medioambiente es también un objetivo clave para la compañía que cuenta con el certificado nº 1 en Ecodiseño otorgado por AENOR. Además tiene implantado y certificado la gestión ambiental según ISO 14001.

Prueba de este compromiso son sus productos diseñados con la metodología del eco-diseño, lo que permite analizar y minimizar su impacto ambiental mediante la aplicación de una herramienta de evaluación del ciclo de vida de cada producto, desde la selección de los materiales pasando por los procesos productivos, transporte y utilización hasta su reciclado. Todo ello manteniendo el principio básico de no generar impactos indirectos a sus proveedores.

Obtener la máxima eficiencia energética durante la utilización de los productos es clave y los resultados obtenidos reflejan el esfuerzo de la compañía. Los avances en el negocio de lavado son un claro ejemplo: cada una de las lavadoras fabricadas en 2007, y puestas en funcionamiento emitirán durante su vida útil 405 kg menos de CO₂ que las fabricadas hace 7 años y 82,5 kg menos que las fabricadas en 2006. Además, el consumo medio de agua por kg de ropa se ha reducido en un 30% en los últimos 7 años.

La dedicación de la compañía al cumplimiento de sus objetivos de respeto al medioambiente ha tenido su reconocimiento internacional. Concretamente fue galardonada con el Premio Europeo de Medioambiente a nivel autonómico, nacional y finalista en Europa al producto para el desarrollo sostenible 2005/06 con Rotex. Además, el Grupo Fagor Electrodomésticos se ha convertido en una de las pocas multinacionales españolas que, desde 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 CO₂, 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.

Por otra parte, el Grupo Fagor Electrodomésticos impulsó la creación de infraestructuras para la gestión de residuos, como la RAEE (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos).

Participa activamente como miembro de CEDED (Asociación Europea de fabricantes de Electrodomésticos, donde colaboran los 15 mayores fabricantes europeos y Asociaciones Naciones de Fabricantes), en Acuerdos Voluntarios para reducir emisiones de CO₂ y la difusión de un código ético cuyos principios, valores y buenas

prácticas son trasladados por la compañía a sus propios proveedores a nivel internacional.

Además, cabe destacar la participación de Fagor Electrodomésticos como sponsor en el symposium del Parlamento Europeo sobre políticas y estrategias en viviendas sostenibles.

En el ámbito del uso de las energías renovables, el área de negocio Confort Hogar se convertirá en uno de los referentes ya que este sector se encuentra en un entorno cambiante. El Grupo Fagor Electrodomésticos hace una clara apuesta estratégica para el periodo 2009-2012 diseñando un modelo de negocio que incorpora tecnologías innovadoras y el uso de energías renovables más respetuosas con el medioambiente.