

# ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

*LAMIGRAF, S.A.*

*JULIO 2025*

## ÍNDICE

1. BASES PARA LA FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA.....	4
2. INFORMACIÓN GENERAL .....	6
2.1. CADENA DE VALOR .....	6
2.2. MODELO DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN .....	7
2.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y SOCIETARIA.....	9
2.4. ÓRGANOS DE GOBIERNO .....	10
2.5. ESTRATEGIA Y OBJETIVOS .....	11
2.6. POLÍTICAS CORPORATIVAS.....	14
2.7. FACTORES Y TENDENCIAS QUE PUEDEN AFECTAR EL FUTURO DE LA ORGANIZACIÓN .....	14
2.8. GESTIÓN DE RIESGOS.....	18
3. MEDIO AMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD .....	20
3.1. COMPROMISOS Y PROTOCOLOS AMBIENTALES .....	20
3.2. SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL.....	21
3.3. LÍNEAS DE TRABAJO HACIA LA SOSTENIBILIDAD .....	22
3.4. EFICIENCIA ENERGÉTICA .....	24
3.5. CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS .....	26
3.6. REDUCCIÓN DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI) .....	28
3.7. CONSUMO DE AGUA Y MEDIDAS DE AHORRO .....	29
3.8. RESIDUOS Y AGUAS RESIDUALES .....	30
3.9. CAMBIO CLIMÁTICO Y PRODUCTOS ECOSOSTENIBLES .....	31
4. EQUIPO HUMANO .....	32
4.1. CODIGO ÉTICO.....	32
4.2. CALIDAD DEL EMPLEO Y BIENESTAR DE LAS PERSONAS .....	32
4.3. RESPETO A LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD .....	33
4.4. RETRIBUCIÓN Y COMPENSACIÓN.....	44
4.5. CLIMA LABORAL Y COMUNICACIÓN.....	45
4.6. DESCONEXIÓN DIGITAL.....	45
4.7. DIÁLOGO SOCIAL, RELACIONES Y BENEFICIOS SOCIALES .....	46
4.8. GESTIÓN DEL TALENTO Y FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO .....	48
4.9. LA ORGANIZACIÓN DEL DESEMPEÑO.....	51
4.10. SEGURIDAD Y SALUD .....	51
4.11. RESPETO POR LOS DERECHOS HUMANOS .....	56
5. INTEGRIDAD EN EL NEGOCIO Y GESTIÓN DEL RIESGO .....	59
5.1. VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS .....	59



5.2.	LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO .....	59
5.3.	MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y CONTROL .....	61
6.	SOCIEDAD Y GRUPOS DE INTERÉS .....	61
6.1.	CLIENTES Y CONSUMIDORES .....	61
6.2.	SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD .....	62
6.3.	PROVEEDORES .....	66
7.	CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA.....	66
7.1.	COMPROMISO CON EL CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO.....	66
7.2.	IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS .....	67
8.	ÍNDICE DE CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018, DE 28 DE DISEMBRE. ....	70



## 1. BASES PARA LA FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

El presente Estado de Información No Financiera (EINF) se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de Información No Financiera y Diversidad por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre).

En su elaboración también se han considerado las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE. Asimismo, se han definido los contenidos sobre la base de los estándares de la Global Reporting Initiative (GRI) seleccionados que se refleja en el Anexo 1. Índice de los contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre.

De conformidad con la Ley 11/2018 de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad, el Consejo de Administración de LAMIGRAF, S.A. formula el presente informe de Estado de Información No Financiera (EINF) para el ejercicio 2023. A lo largo del EINF se denominará GRUPO LAMIGRAF o LAMIGRAF a la totalidad de las sociedades que entran en el perímetro de consolidación del presente ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO.

La información incluida en el EINF, que formará parte del Informe de Gestión como anexo y que acompañará a las Cuentas Anuales correspondientes, hace referencia al ejercicio 2024, comprendido entre el 1 de enero de 2024 y el 31 de diciembre de 2024, es de carácter público y puede ser consultada en el sitio web de la compañía.

El GRUPO LAMIGRAF ha realizado un análisis de materialidad atendiendo a los impactos sociales y ambientales de su modelo de negocio y considerando lo relevante tanto para su estrategia como para sus grupos de interés. Tal y como se muestra en el Anexo 1 “Índice de los contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre”, el proceso de elaboración ha seguido como referencia el estándar Internacional Global Reporting Initiative (GRI) y los asuntos materiales quedan específicamente marcados en el propio índice de contenidos requeridos por la Ley.

En este contexto, el EINF tiene el objetivo de informar sobre las cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal que son relevantes para el mismo en la ejecución de las actividades propias de su negocio.

### **Análisis de materialidad: qué es importante para LAMIGRAF**

LAMIGRAF ha llevado a cabo un estudio para identificar los asuntos más relevantes y prioritarios para el GRUPO en materia ambiental, social y gobernanza, así como desde el punto de vista de impacto en el negocio y las expectativas de sus grupos de interés al respecto.



Asimismo, se ha tenido en cuenta el contexto macroeconómico y la regulación del sector, así como las principales demandas de los grupos de interés, las tendencias sectoriales y las mejores prácticas para determinar cuáles son los aspectos no financieros relevantes de LAMIGRAF.

De esta forma, se han identificado como principales aspectos relevantes los siguientes:

- Ética e integridad.
- Calidad de servicio y de producto.
- Salud y bienestar.
- Derechos humanos y cuidado del personal.
- Cuestiones medioambientales.
- Atracción y promoción del talento.
- Innovación y desarrollo sostenible.
- Eficiencia energética y uso sostenible de los recursos.
- Compromiso de la empresa con la sociedad.
- Tratamiento de la información.



## 2. INFORMACIÓN GENERAL

LAMIGRAF, S.A. es una empresa creada en 2019 dedicada a la producción de papel decorativo impreso destinado a la fabricación de muebles y decoración de interiores desde el año 1975. Su objeto social consiste en la manipulación, transformación, distribución y venta de papeles decorativos y materiales análogos, así como cualquier otra actividad relacionada con el mencionado objeto social.

La Sociedad Dominante del GRUPO LAMIGRAF está domiciliada en l’Ametlla del Vallès, Barcelona, y posee participaciones mayoritarias y, por ende, el control, sobre todas las sociedades del GRUPO, con las que comparte el objeto social.

Desde su constitución, LAMIGRAF ha ido creciendo y expandiéndose en distintos países con el objetivo de seguir dando un servicio de calidad y satisfacer las necesidades cada día más exigentes del mercado en general y de los clientes en particular.

Además de la planta principal de producción situada en Barcelona, las políticas de expansión han llevado a LAMIGRAF a disponer de varios centros productivos en Bönen (Alemania), en San Jose dos Pinhais (Brasil) y Changzhou (China), además de oficinas comerciales en distintos países del mundo que le permiten tener presencia internacional en mercados estratégicos.

### 2.1. CADENA DE VALOR

El pilar fundamental de nuestra cadena de valor empieza en el proceso creativo. La naturaleza es, en la mayoría de los casos, la fuente de inspiración infinita. Nuestro propósito es la búsqueda de sensaciones como la felicidad, la calidez, la sofisticación, la elegancia, la armonía y la serenidad.

La primera etapa del proceso creativo empieza con el escaneado del original.

El equipo profesional en tendencias es el encargado de elegir los originales que luego se acabarán convirtiendo en la base de los papeles decorativos.

Estos originales provienen de distintas partes del mundo de acuerdo con tendencias regionales y globales y son tratados y manipulados posteriormente por carpinteros y especialistas en materiales para ajustarlos a las necesidades del mercado. Posteriormente se trata la imagen.



El equipo de diseño es el encargado de convertir los originales en archivos digitales aptos para entrar en el proceso productivo. En este proceso el equipo de diseño se ajusta a las últimas tendencias observadas a nivel global y regional incorporando el conocimiento derivado de la relación con arquitectos/as, interioristas, periodistas y demás personas creadoras de tendencias. A partir de este momento se inicia el proceso industrial.

En la fase de galvano y grabación de cilindros los archivos digitales se gravan sobre cilindros de cobre que serán la base del proceso de impresión industrial en huecograbado. Para la impresión de papel se integra la fabricación de tintas en el proceso productivo.

LAMIGRAF desarrolla en l'Ametlla del Vallès la combinación de las tintas que se usan en todos los centros productivos, lo que le permite garantizar una calidad de producto consistente independientemente de donde se realice el proceso de impresión. Una vez preparadas las tintas, se inicia el proceso de impresión.

LAMIGRAF cuenta con impresoras de huecograbado de última tecnología, con hasta 5 cuerpos de impresión, para la producción del papel decorativo; además, en el último año ha incorporado una nueva máquina de última generación en la planta de l'Ametlla del Vallès. El equipo experto en impresión es el responsable de garantizar una calidad de producto consistente y acorde a las exigencias de los clientes.

## 2.2. MODELO DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN

El GRUPO LAMIGRAF es una compañía global de diseño e impresión de papel decorativo en distintas superficies que tiene como objetivo ofrecer a los clientes las tendencias del mercado con altos estándares de calidad.

Con una fabricación global, flexible, integrada y sostenible y, con la adopción de nuevas herramientas tecnológicas para de obtención y el análisis de datos, la empresa quiere focalizar sus objetivos en la optimización.

El modelo de negocio de la compañía se sustenta en las personas, su espíritu ganador, su implicación y el trabajo en equipo. LAMIGRAF ha venido implementando en los últimos años un nuevo modelo estructural que busca aportar soluciones eficientes a las necesidades de sus stakeholders, y todas las acciones van orientadas a responder a estas necesidades.

El modelo de negocio se centra en ofrecer el mejor servicio y producto al cliente, trabajando para anticiparse a las nuevas tendencias del mercado con un equipo que base su trabajo en la excelencia operacional, la eficiencia, la mejora continua, la sostenibilidad de las decisiones, la igualdad de género y la potenciación del talento.

La excelencia en el servicio, diseño y acabado del producto son una máxima en todos los proyectos en los que el GRUPO está involucrado. Así, todos los centros productivos y oficinas de LAMIGRAF están estructurados para contar con el número de profesionales adecuado para su zona de actuación y están dirigidos por personas capaces de atender las necesidades con un enfoque global y multidisciplinar, aprovechando la comunicación que permite la cercanía con el cliente.



Algunas de las características del servicio que proporciona el GRUPO, tanto en España como en el resto del mundo, y que determinan todo su modelo de negocio, son las siguientes:

- Compromiso internacional respecto a la calidad y orientación a la aportación de valor.
- Enfoque metodológico diferenciador, innovador, eficaz y flexible, que exige un entendimiento total del sector donde operan los clientes.
- Participación proactiva de la plantilla: comunicación, colaboración y anticipación.
- Especialización de los equipos de trabajo, lo que asegura el máximo conocimiento de las mejores prácticas del mercado.
- Optimización de procesos internos, economización de etapas y mejora de la rentabilidad productiva.
- Instalaciones y maquinaria de alta calidad tecnológica para mejora de la eficacia productiva y la eficiencia energética.

El desarrollo de la empresa ha seguido la creciente demanda de los papeles decorativos como sustitutos de la chapa de madera natural, en la fabricación de muebles y decoración de interiores. Acompañando a este desarrollo, LAMIGRAF ha seguido especializándose para una continua mejora en el diseño de maderas y otros materiales, siguiendo una clara tendencia a la fiel reproducción de los originales tanto a nivel de estructuras como de colores y creando nuevos productos adaptados a las necesidades del mercado.

Para ello LAMIGRAF realiza todo el proceso desde la captación de originales y digitalización de imágenes, hasta la grabación electrónica e impresión en el huecograbado, siguiendo su modelo basado en el conocimiento y el dominio de los procesos de desarrollo, planificación, producción y etapas de control.

El modelo de gestión de la organización se aplica igualmente al proceso industrial mediante un modelo de producción en proximidad, que permite responder con la máxima agilidad posible a la demanda específica de los mercados, tanto por volumen de producción como por la necesidad de personalización de producto a las preferencias locales.

Durante el año 2024 LAMIGRAF ha seguido evolucionando en la introducción de nuevos productos de base plástica con la intención de seguir innovando y adaptándose a las necesidades del mercado, ofreciendo la posibilidad de imprimir la mayor parte de la gama de decoración en nuevos sustratos de base polimérica con el PVC.



### 2.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y SOCIETARIA

En el año 2021 se inauguró la última planta de producción del GRUPO en Changzhou, China. En el año 2022 se implementó la fase de formación y crecimiento del centro de producción de referencia en el mercado asiático y en los años 2023 y 2024 se inició la fase de asentamiento del equipo y consolidación en el territorio para proseguir con el crecimiento previsto.

En esta fase el GRUPO ha vivido cambios de tamaño y estructura. A cierre del ejercicio 2024, LAMIGRAF cuenta con una plantilla de 354 personas empleadas en todo el mundo, el 49% de las cuales, en la planta de producción de España, 18% en la de Alemania, 17% en la de Brasil y 16% en la de China. Segregando por género, el porcentaje de mujeres empleadas es del 21,5% y el de hombres un 78,5%.

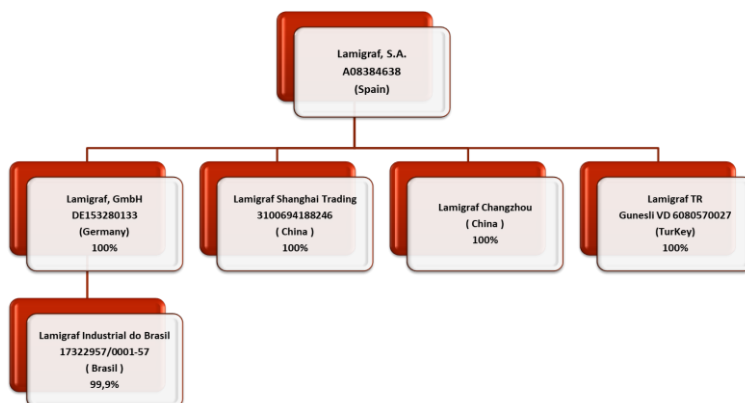
En 2024 se ha producido un cambio del posicionamiento y evolución identitaria, reforzando el compromiso con la sociedad que LAMIGRAF lleva manteniendo desde su fundación y que se materializa en su modelo de gestión responsable y profundamente comprometido con el respeto al planeta y la concienciación medioambiental. Además, en línea con el plan estratégico, LAMIGRAF sitúa en el centro la innovación y la sostenibilidad integral desde el cuidado medioambiental, el bienestar y desarrollo social y el crecimiento económico en las comunidades donde está presente.

La totalidad de la plantilla de LAMIGRAF está incluida dentro del ámbito de aplicación del convenio colectivo de Artes Gráficas, que regula las relaciones en la empresa en el marco de la legislación laboral.

Para LAMIGRAF, promover el acuerdo, la comunicación y el respeto a la representación de las personas trabajadoras es un principio clave para trabajar en la consecución del equilibrio dentro de la organización.

El diálogo y el entendimiento social siempre han sido cruciales en los momentos de mayor incertidumbre y/o alteraciones de los mercados que han precisado de una mayor flexibilidad de adaptación a determinadas circunstancias.

A nivel societario, el GRUPO LAMIGRAF tiene la siguiente estructura.



## 2.4. ÓRGANOS DE GOBIERNO

La estructura de gobierno de LAMIGRAF se configura de acuerdo con un Modelo de Empresa propio, cuyo objetivo es trasladar el propósito de la familia propietaria a la gestión, y basado en las mejores prácticas de buen gobierno y excelencia.

Dicho modelo se vertebra en cuatro ejes:

- La propiedad, juntamente con el Board, define el propósito, la visión, la misión y los valores de la empresa.
- Los Órganos de Gobierno (Consejo de Administración y sus comisiones delegadas: Board of Directors, Steering Committees y el resto de las comisiones), se encargan de aplicar y recoger dichos principios en el Código de Conducta y en las correspondientes políticas de Cumplimiento, velando por su implementación.
- Los Steering Committees de cada país velan por la integración en la formulación y planificación estratégica de las necesidades y expectativas de los grupos de interés, obtenidas a través de los procesos de escucha a consumidores, clientes, empleados, proveedores, sociedad y accionistas.
- La estrategia definida por los Steering Committees se despliega por todo el GRUPO a través de un modelo de gestión y mejora continua, en torno al que se estructura el día a día de la operativa de la compañía.

Mediante la progresiva consolidación de este modelo organizativo, el GRUPO trabaja para afrontar con flexibilidad y capacidad de adaptación los retos de un mercado en constante cambio, tanto por la incierta evolución económica como por la transformación derivada de la digitalización, que tiene consecuencias directas en el diseño y fabricación del producto, así como en el desarrollo de nuevos canales de distribución.

Actualmente, el GRUPO cuenta con una implantación geográfica equilibrada, con una proporción estable entre plantas productivas y oficinas de representación, que permiten tener presencia significativa tanto en mercados maduros como en economías emergentes. Un equilibrio que permite reducir el riesgo derivado de las incertidumbres económicas, aumentar las oportunidades comerciales del GRUPO y proporcionar un servicio óptimo a las distintas cadenas de valor.

Así se ofrece a los clientes de hoy las soluciones orientadas a su éxito. La anticipación forma parte de la clave del éxito, cubriendo las necesidades que los consumidores finales exigirán en las próximas temporadas (para una mejor visualización de las ventas por área geográfica, véase en la memoria del informe de auditoría consolidado el desglose de ventas por mercado).



## 2.5. ESTRATEGIA Y OBJETIVOS

Tener espíritu emprendedor, estar comprometido, actuar con profesionalidad y liderar con el ejemplo son los valores que guían la actividad del GRUPO LAMIGRAF desde hace más de cuarenta años. Estos valores se materializan en una visión de negocio de largo plazo, desarrollada mediante un proyecto empresarial de crecimiento continuado que produce riqueza en los lugares donde se implanta y ofrece a su plantilla la oportunidad de desarrollarse.

Desde la visión de la creación de valor, el GRUPO entiende el desarrollo sostenible desde tres líneas de actuación principales: el mantenimiento de una organización solvente y rentable; la extensión de un modelo de trabajo de máxima calidad, eficiencia y rendimiento; y la responsabilidad de ofrecer a la sociedad productos sin hipotecar los recursos medioambientales de las generaciones futuras. A través de estos principios, LAMIGRAF persigue lograr los siguientes objetivos:

En línea con la misión de la compañía, LAMIGRAF pretende dejar el legado de una empresa mejor en todos los niveles. Esto aplica a accionistas, personas empleadas, comunidades donde opera y a toda la cadena de valor.

Fiel al espíritu emprendedor de la empresa familiar, LAMIGRAF tiene por objetivo la innovación, el crecimiento sostenido y la obtención de la rentabilidad necesaria para mantenerse como una empresa independiente, permanentemente capaz de invertir pensando en el largo plazo.

Para alcanzar estos objetivos en todos los mercados en los que opera, LAMIGRAF ha desarrollado una serie de principios basados en los siguientes pilares:

- Perseverar en la integración organizacional para ser cada vez más competitivos a escala global.
- Gestionar la información de los mercados con rapidez y precisión para adaptar su oferta y anticiparse a las tendencias.
- Mantener una posición geográfica equilibrada entre países desarrollados y economías emergentes, que posibilite la compensación de las oscilaciones locales de la economía, bajo la premisa del aumento constante de cuota de mercado en términos reales.
- Establecer y desarrollar relaciones de confianza en los mercados donde opera.
- Velar por el cumplimiento del código ético en todo su perímetro de negocio.
- Liderar el desarrollo técnico y tecnológico de la industria a escala mundial.
- Cultivar la propuesta de valor para desarrollar su valor intangible.
- Desarrollar el capital intelectual y la cultura corporativa en base a sus valores para que las nuevas generaciones sean capaces de llevar el proyecto adelante.



## Diseño e Innovación

Una de las premisas de LAMIGRAF expresa el convencimiento de que las innovaciones tecnológicas constituyen un elemento esencial para lograr el desarrollo progresivo y la mejora permanente en cualquier de sus actividades, con especial atención a las fases de diseño y producción. Por este motivo, su principal objetivo es ofrecer novedosas propuestas de producto que vayan más allá del mero diseño formal.

Hoy en día, LAMIGRAF cuenta con centros de diseño en los que personas diseñadoras e ingenieras se centran en buscar la inspiración en la naturaleza para realizar los mejores diseños. Esta búsqueda de soluciones se inspira en las necesidades actuales de los usuarios, pero también en los indicios que les permiten intuir cuáles serán los parámetros que darán forma a la sociedad en los próximos años.

Aspectos como la sostenibilidad, el envejecimiento de la población, los nuevos estilos de vida y en general cualquier macrotendencia que pueda afectar a la sociedad y sus necesidades, son explorados por el equipo de diseño de LAMIGRAF.

## Proyecto DIGIPRINT

Dentro del marco de la comunidad ONEIDA Comunitat per a l'Especialització Intel·ligent a les Indústries de la Moda i l'Hàbitat a Catalunya, LAMIGRAF se acoge al programa RIS3CAT con el proyecto bajo el acrónimo DIGIPRINT.

El objetivo del proyecto DIGIPRINT consiste en desarrollar un Laboratorio digital (software) que permita a LAMIGRAF sustituir la fase actual de Laboratorio analógico con un proceso de impresión de hueco-gravado permitiendo la transferencia de una muestra digital obtenida con plotter (LDC - LAMIGRAF Design Center) directamente a Producción (hueco-gravado). En otras palabras, DIGIPRINT consistirá en la digitalización del proceso de "Laboratorio analógico" de LAMIGRAF.

Este proyecto finalizó en el año 2023 y se llevó a cabo con ayudas públicas otorgadas por la Agència per a la Competitivitat de l'Empresa (ACCIÓ), adscrita al Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.



## Tipos de productos

### 1- Papel decorativo impreso

Como especialistas en el ámbito de superficies, en LAMIGRAF se produce una gran variedad de papeles decorativos de alta calidad usados para la producción de muebles, laminados de suelo y otras superficies de interior.

Siguiendo las tendencias de mercado, se diseñan auténticas reproducciones de maderas reales, piedras, fantasías, metalizados y otros materiales, creando un efecto visual similar a la diversidad natural de los materiales. Además, estos diseños se pueden producir con una amplia gama de colores.

El papel se imprime mediante el método de huecograbado, un proceso en el que la tinta de impresión se impregna en el papel base con la ayuda de cilindros giratorios.

### 2- LamiFoil: Papel decorativo pre-impregnado

Lamifoil es un tipo de papel especial y flexible fabricado con papeles pre-impregnados. Estos papeles de impresión especiales han sido previamente impregnados con resinas termoplásticas con la aplicación adicional de sistemas de lacas termoendurecibles para proporcionar una superficie de alta resistencia.

Estas láminas de papel decorativo son un revestimiento de papel con un rango de calidad intermedia ideal para el uso de la producción de muebles y su diseño interior, y además ofrecen una gran variedad de acabados: efecto natural de madera, variedad de brillos, efecto mate elegante, supermate y poro 3D.

Todos los diseños de papel decorativo se encuentran disponibles en finish foil así como su amplia gama de colores.

### 3- Synchro Wood

El concepto Synchro Wood, especialmente innovador para la industria del mueble, nació para ofrecer a los clientes diseños con estructuras claramente diferenciadas usando un único plato de prensa y creando así, colecciones de diseños con el menor coste posible.

La tecnología propia del Synchro Wood permite a los clientes:

- a) Reducir la inversión en platos de prensa.
- b) Reducir hasta 4 veces la puesta en marcha de la prensa, lo que resulta una sustancial mejora de la productividad.
- c) Alcanzar un producto de gran calidad a través de la innovación.



#### 4- Unicolours

Siendo el mejor aliado para combinar con el diseño, los unicolores han sido de siempre la mayor tendencia para superficies de mobiliario.

Para LAMIGRAF no hay límites cuando se trata de crear colores. Gracias a la experiencia, la investigación y las mejoras tecnológicas, ha alcanzado altos niveles de intensidad y homogeneidad lo que le ha permitido poder ofrecer una amplia gama de tonos adaptado a las tendencias del mercado.

#### 5 -Productos de base plástica

LAMIGRAF, con la intención de seguir innovando y desarrollando nuevos productos adaptados a las necesidades del mercado, incorporó en el año 2022 la posibilidad de imprimir la mayor parte de su gama de decoración en nuevos sustratos de base polimérica con el PVC. Este material también ofrece una amplia gama de usos como muebles y suelos y es capaz de tener unas excelentes propiedades de laminación de cabezales y una muy buena calidad y definición de impresión.

### 2.6. POLÍTICAS CORPORATIVAS

LAMIGRAF se rige por una serie de Normas Profesionales y Políticas que vienen preestablecidas por la red global del GRUPO y que son de obligado cumplimiento por parte de todos los profesionales de LAMIGRAF y por otras normativas que complementan a esas normas generales y que aplican a aquellas líneas de producto, industrias o mercados que por sus características tienen una regulación específica.

El conocimiento y observación de las políticas aplicables resulta obligado para todos los profesionales de LAMIGRAF. Concretamente las Políticas de Compliance y todas las que se derivan para un óptimo funcionamiento de la compañía acorde a sus valores y principios éticos.

### 2.7. FACTORES Y TENDENCIAS QUE PUEDEN AFECTAR EL FUTURO DE LA ORGANIZACIÓN

#### Factores del macroentorno.

La evolución del contexto macroeconómico global, incluyendo las **medidas comerciales adoptadas por la Unión Europea**, puede tener implicaciones sobre ciertos insumos clave del sector. En este sentido, la aplicación de aranceles antidumping al papel decorativo base de origen asiático representa un cambio en las condiciones de mercado que podría modificar las dinámicas habituales de aprovisionamiento. Esta situación abre la posibilidad de una mayor consolidación de proveedores locales y regionales, así como de una reorganización estratégica de las cadenas de suministro a escala europea.



Asimismo, la **inestabilidad en Oriente Medio** ha derivado en una disminución del volumen de ventas en la región durante los últimos meses. Esta evolución refleja un comportamiento más contenido del mercado en determinadas áreas geográficas, posiblemente vinculado al contexto político y económico local.

Atendiendo a la generación global de negocio, la inestabilidad política y económica en regiones consideradas estratégicas pueden generar un alto impacto en los retos de expansión de la compañía, así como en la consolidación de mercados emergentes. Por ese motivo, se analiza y estudia regularmente la situación macroeconómica mundial con especial atención a los mercados en los que opera directa o indirectamente.

### **Consecuencias económicas de los conflictos bélicos y su impacto en LAMIGRAF**

Los conflictos bélicos de los últimos años (Ucrania, Iran, Israel, etc.) y la reacción de las autoridades occidentales, que ha llevado a la introducción de sanciones económicas sin precedentes, suponen una nueva perturbación, que cabe anticipar de elevada trascendencia, con consecuencias adversas en términos de un peor desempeño de la actividad económica y un aumento de las presiones inflacionistas.

El impacto de los conflictos ha afectado de manera importante en toda la cadena de suministro donde como impresores de papel decorativo se encuentra LAMIGRAF.

Dicha cadena está formada por:

- » Fabricantes de papel
- » Impresores de papel decorativo
- » Fabricantes de tablero aglomerado y MDF
- » Fabricantes de muebles y de flooring.

La elevada incertidumbre existente en relación con la duración y la intensidad de dichos conflictos, lleva a desconocer por completo cuál será su efecto sobre el consumo final y sobre los resultados empresariales de las empresas que integran dicha cadena de producción.

Las primeras consecuencias de dicha incertidumbre aparecen en la entrada de pedidos de venta, con una caída progresiva y constante que hace que la producción industrial no sea operativa con la distribución actual de los recursos.

### **Ámbito energético y materias primas**

Un primer efecto económico de los conflictos se encuentra entre los principales productores mundiales de determinadas materias primas, energéticas y no energéticas, y de que Europa presenta una elevada dependencia de las importaciones de algunos de estos productos, especialmente del petróleo y gas.



## Medidas para mitigar la espiral inflacionista

La escala inflacionista de los recursos energéticos ha tenido un impacto negativo en la compañía haciéndole perder competitividad, aunque se han tomado medidas para tratar de mitigar este impacto llevando a cabo dos grandes inversiones en los últimos años:

1. Una nueva máquina de hueco gravado que incorpora tecnología capaz de reducir el consumo energético e incrementar la productividad. La mejora en el diseño de la nueva máquina de impresión permite incorporar equipos de gran eficiencia energética manteniendo elevados estándares de calidad en la producción.
2. Inversión en paneles solares fomentando así la sostenibilidad del negocio y optimización de costes. Dicha acción, se enmarca también en un escenario de emergencia climática donde, una vez desaparecida la incertidumbre del coste del gas y el petróleo, contribuirá a poder ofrecer precios más competitivos en el mercado del papel decorativo.

## Ámbito Materias primas

Los márgenes de los productos de LAMIGRAF han sufrido una notable erosión que la compañía empezó a notar el segundo semestre del 2021.

Como resultado de la escasez en el suministro del dióxido titánico (componente principal de su materia prima - papel base-), así como su alta demanda, y, los sucesivos incrementos de precios en la pulpa del papel, el aumento en los precios de compra experimentó una variación en promedio del 21,5% respecto del mismo periodo del año anterior. Dicho incremento fue gradual.

## Ámbito tecnológico

LAMIGRAF decidió en 2021 dar un paso adelante integrando en un nuevo software toda la gestión del negocio. Dicho software está implementado al 100% en todos los centros de producción y, juntamente con la incorporación de tecnología machine learning que facilitan el análisis de datos, ha brindado la oportunidad de poder tomar decisiones a nivel global con mayor precisión y atendiendo a criterios de rentabilidad siempre orientados a la satisfacción y mejor atención de las necesidades de los clientes.

A su vez, también se integró un software para automatizar los procesos de recursos humanos como un paso más en el empoderamiento de la plantilla con información siempre actualizada y, a su vez, facilitar las mejores decisiones para el negocio.



En el año 2023 y 2024 finalizó el proceso de retrofit en una de las máquinas de producción para mejorar su rendimiento, eficiencia y seguridad sustituyendo componentes mecánicos, eléctricos, electrónicos y de control para:

- Mejora de la eficiencia y productividad
- Reducción de costos.
- Prolongación de la vida útil.
- Cumplimiento de estándares actuales.
- Adaptación a nuevas necesidades.

### **La digitalización**

Aunque la digitalización de la impresión ya es una realidad para producciones de poco volumen, la rentabilidad de esta aún dista de ser real y competir con la impresión analógica. Sin duda alguna, seguir con el proceso de I+D para personalizar las impresiones digitales aplicadas a paneles decorativos forma parte de los proyectos estratégicos de LAMIGRAF.

### **La economía circular y prevención y gestión de residuos**

- Gestión interna de residuos y tintas de recuperación
- Segregación
- Reutilización de IBCs interna y externa
- Autolimpieza de IBC
- Valorización del 100% del producto acabado fuera de especificaciones.

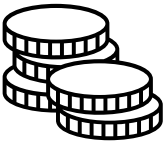



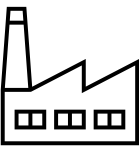


## 2.8. GESTIÓN DE RIESGOS

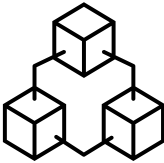
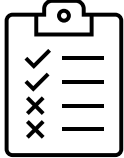
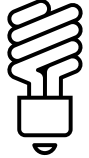
LAMIGRAF gestiona riesgos existentes y futuros con responsabilidad y de forma proactiva, de manera que le permite identificar y gestionar los temas críticos para la compañía.

Identifica y gestiona sus riesgos de forma continua, teniendo en cuenta el entorno económico y empresarial en el que se encuentra, así como tendencias y futuros retos para el grupo. En este contexto, a lo largo de los últimos años, LAMIGRAF ha extendido de forma sistemática el análisis y detección de riesgos en áreas como prevención de riesgos laborales, medioambiente y cumplimiento normativo penal.

El GRUPO dispone de sistemas de información y procedimientos internos que posibilitan la identificación de potenciales riesgos de tipo financiero. Existen políticas y normas concretas para la gestión del riesgo financiero global, así como para aspectos específicos como gestión del riesgo de tipo cambio, riesgo de tipo de interés, riesgo de crédito y riesgo de liquidez.

	Riesgos	Mecanismos de control y gestión
	Tipos de cambio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seguimiento de las fluctuaciones del tipo de cambio de las divisas con las que se opera.</li> <li>Establecimiento de coberturas para aquellas divisas que más peso tienen en el negocio</li> </ul>
	Barreras tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Certificación de acuerdo con las regulaciones de los países donde vende.</li> </ul>
	Barreras comerciales en los mercados donde opera	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instrucciones a la red comercial propia de no operar en mercados donde existen riesgos comerciales o incumplimiento de regulaciones internacionales.</li> <li>Asesoramiento sobre los riesgos inherentes a cada país y a las regulaciones comerciales.</li> <li>Asesoramiento jurídico a destino</li> </ul>
	Protección de datos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formación al personal en regulaciones normativas que afectan al GRUPO.</li> <li>Implantación de políticas y procesos tecnológicos para asegurar el cumplimiento de la normativa aplicable.</li> </ul>
	Capacidad de producción y cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecimiento de stocks mínimos de seguridad.</li> <li>Desarrollo tecnológico y estratégico de fabricación óptima.</li> <li>Disponibilidad de proveedores alternativos para reducir el nivel de dependencia.</li> </ul>



	Nuevos modelos de negocio y nuevas tecnologías	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Inversión en I+D+I.</li><li>▪ Vigilancia tecnológica y creación de ecosistemas para incorporar nuevas tecnologías y colaborar con otros agentes.</li><li>▪ Escucha activa del mercado y de nuevas tendencias.</li></ul>
	Marco regulatorio	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Plan de Prevención de Delitos (Corporate Compliance), protocolos de actuación y canal ético de denuncias.</li><li>▪ Formación en Compliance a todo el equipo humano.</li><li>▪ Controles periódicos para asegurar el cumplimiento de las normativas.</li></ul>
	Cambio climático	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Existencia de un sistema de gestión medioambiental.</li><li>▪ Política activa de reducción de los consumos de energía y de los recursos naturales</li></ul>



### 3. MEDIO AMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD

#### 3.1. COMPROMISOS Y PROTOCOLOS AMBIENTALES

El compromiso, los protocolos y las medidas medioambientales de LAMIGRAF contribuyen a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Los 17 objetivos de desarrollo sostenible para promover la paz y la prosperidad sostenible se convierten en una visión sobre la que LAMIGRAF construye sus exigentes retos individuales para convertirse en la primera empresa de su sector en lograr cero emisiones netas.



El respeto por el medio ambiente es un requerimiento ineludible para una empresa con vocación sostenible como LAMIGRAF. El proceso de fabricación se centra en la optimización del uso de recursos naturales y energía y en las mejoras constantes para mitigar y minimizar los impactos ambientales ocasionados.

El GRUPO es consciente de la importancia de compatibilizar las necesidades de crecimiento y rentabilidad económica con un modelo de desarrollo eficiente, sostenible y transparente, haciendo un uso racional de recursos mediante planes y programas medioambientales y el impulso de la economía circular.

LAMIGRAF establece una serie de directrices encaminadas a satisfacer las necesidades de los Grupos de Interés en cuanto al impacto ambiental de la cadena de valor:

- Minimizar el impacto negativo del conjunto de actividades.
- Evitar el impacto negativo en el negocio mediante una adecuada gestión de las incidencias y crisis en materia medioambiental.
- Aportar valor con una optimización continua de los recursos necesarios para una adecuada gestión medioambiental.
- Contribuir a la imagen y reputación de LAMIGRAF, en base a una gestión medioambiental excelente e innovadora.



Para LAMIGRAF los aprendizajes acumulados, las novedades legislativas y la escucha activa de los grupos de interés, son la base para la definición de nuevas acciones dentro del plan estratégico medioambiental. El fomento de la economía circular (materiales sostenibles, residuos y ciclo de vida) y el impulso de la sostenibilidad ambiental en toda la cadena de valor (reducción emisiones, reducción consumo agua y electricidad, biodiversidad y movilidad sostenible), a través de una gestión de recursos eficiente de forma que se minimice su impacto ambiental, es la ambición que se plasmará en las correspondientes acciones y metas, con alcance a todas las actividades de la compañía.

En el marco de los compromisos medioambientales de LAMIGRAF, que se hacen extensivos a todos los centros de producción u oficinas comerciales, promueve y respeta los siguientes compromisos:

- Los procesos productivos cumplen con la legislación ambiental aplicable y otros compromisos de adhesión voluntaria, y trabaja para, año tras año, hacerlos más sostenibles.
- La protección del medio ambiente y la prevención de la contaminación haciendo un uso racional de los recursos y gestionando adecuadamente los residuos y las emisiones atmosféricas que se generan.
- La incorporación de las mejores técnicas disponibles en el proceso de diseño y producción, persiguiendo el mínimo riesgo de impacto ambiental en todas las actividades.
- La adecuación de la gestión ambiental en su contexto, implantando los procesos necesarios para obtener la mejora continua del comportamiento ambiental.
- La formación, sensibilización e implicación de todo el equipo humano para que desarrollen y apliquen buenas prácticas ambientales.
- La evaluación permanente de los efectos que sobre la salud y el medio ambiente puedan provocar sus productos y procedimientos.
- La colaboración con los proveedores para mejorar sus procedimientos en relación con el medio ambiente.
- El establecimiento de una comunicación permanente con todo el personal y partes interesadas, difundiendo estos principios y compromisos y promoviendo en todo momento la gestión ambiental como una tarea participativa a todos los niveles.
- El desarrollo de nuevos procesos de trabajo orientados al ahorro de energía y agua.

### **3.2. SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL**

Los aspectos ambientales significativos identificados en el marco del sistema de gestión ambiental de LAMIGRAF son:





Para el control y la gestión de estos aspectos, se monitorizan indicadores de seguimiento y se dispone de procedimientos que definen la sistemática de actuación. Anualmente se definen los objetivos de mejora para la reducción del impacto ambiental de las actividades, los cuales se centran especialmente en la reducción del consumo de energía y de materias primas.

La mayoría de las actuaciones que se llevan a cabo para la reducción del impacto ambiental se han ido estableciendo gradualmente en los diferentes centros productivos en base a su mayor impacto en el medio ambiente. La reducción del consumo de energía ya se está trabajando en todos los centros de producción, y la del consumo de materias primas se trabaja en las filiales industriales.

Se han identificado y se controlan los riesgos y las oportunidades ambientales en la vertiente operacional. Las oportunidades se transforman en objetivos de mejora que se contemplan en el programa ambiental.

### Principales riesgos

- Dejar de ser competitivos en la eficiencia ambiental de las máquinas y de los procesos de producción.
- Incorrecta identificación de los aspectos ambientales y criterios no adecuados para su evaluación.
- No alcanzar los objetivos ambientales

### Principales oportunidades

- La formación y sensibilización del personal para un uso más eficiente de las máquinas de producción.
- La reducción del consumo de productos peligrosos para el medio ambiente.
- La optimización de la segregación de residuos en fábrica.
- La instalación de placas solares para la autogeneración de energía eléctrica.
- Desarrollo de nuevos modelos de negocio dentro de la economía circular.

### 3.3. LÍNEAS DE TRABAJO HACIA LA SOSTENIBILIDAD

Las grandes líneas de trabajo en el ámbito de la Sostenibilidad son:



## Descarbonización

Reducción de emisiones de CO2 para ser neutros en emisiones en el futuro.

- Reducción del consumo de energía
- Incremento del consumo de energías limpias
- Compensación de emisiones de CO2

## Materiales

Materiales sostenibles reciclables, no basados en combustibles fósiles.

- Reducción del consumo de agua
- Reducción de plásticos de un solo uso en embalajes
- Mejora del tratamiento de los desperdicios

## Productos

Dar al mercado soluciones y/o servicios que contribuyen a una vida sostenible.

- Certificaciones de producto
- Diseño y desarrollo de producto sostenible

## Personas

Empoderar a los empleados para que prosperen y ayuden a hacer que LAMIGRAF alcance su misión.

- Facilitar formación, cualificación y capacitación
- Destacar como empleadores atractivos para captar y promover talento
- Proveer de forma continuada condiciones de seguridad y salud

## Sociedad

Incrementar el compromiso con las comunidades.

- Seguir desarrollando el compromiso con la sociedad

## Supply chain

Orientar el supply chain del GRUPO hacia la sostenibilidad.

- Implementar contratos con cláusulas de sostenibilidad

## Logística

Optimización de los transportes reduciendo emisiones.

- Mejora de la eficiencia del medio de transporte
- Implementación de la logística directa



### Comunicación de la sostenibilidad

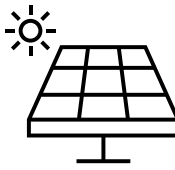



- Interna - Informar e implicar a todos los empleados.
- Externa - Para informar a todos los stakeholders, haciéndoles cómplices de la forma de afrontar y desarrollar la sostenibilidad.

### 3.4. EFICIENCIA ENERGÉTICA

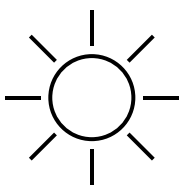
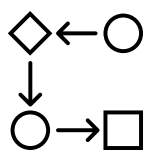

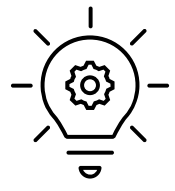
En el marco de la transición hacia una economía descarbonizada, LAMIGRAF adopta medidas para reducir el consumo de energía tanto en todos los procesos de la compañía, con especial atención al proceso de producción, puesto que es el más crítico y con mayor impacto en el medioambiente.

Todos los procesos se basan en la eficiencia energética repercutiendo, directamente, en la reducción del consumo de energía y de la generación de emisiones del usuario, introduciendo soluciones eficientes.

Principales acciones de mejora implementadas y proyectadas para su implementación futura:

Instalación de placas solares para autogeneración de energía eléctrica en la cubierta (implementada, aunque todavía no hay datos comparativos)	
Sustitución de la iluminación existente por luminarias más eficientes (de tipo led) tanto en el interior como en el exterior de las instalaciones	
Progresiva incorporación de vehículos híbridos y/o eléctricos en la flota de la empresa (política aprobada)	
Regulación y optimización del funcionamiento de los sistemas de climatización (implementación programada)	



<p>Aprovechamiento de la luz natural, uso de equipos informáticos energéticamente eficientes, instalación de sistemas de climatización sectorizados por áreas, campañas de buenas prácticas ambientales al personal sobre el funcionamiento de los aparatos y las posibilidades de reducir el consumo energético.</p>	
<p>Optimización de procedimientos enfocados a la mejora productiva con impacto directo en la eficiencia energética del proceso</p>	
<p>Instalación de una línea nueva de producción más eficiente en la planta de l’Ametlla del Vallès con un menor consumo energético y mayor eficiencia productiva</p>	
<p>Retrofit en máquinas de producción, con un nuevo montaje de motores y sistemas más eficientes energéticamente que, además, ayudan a la optimización de los recursos disponibles</p>	

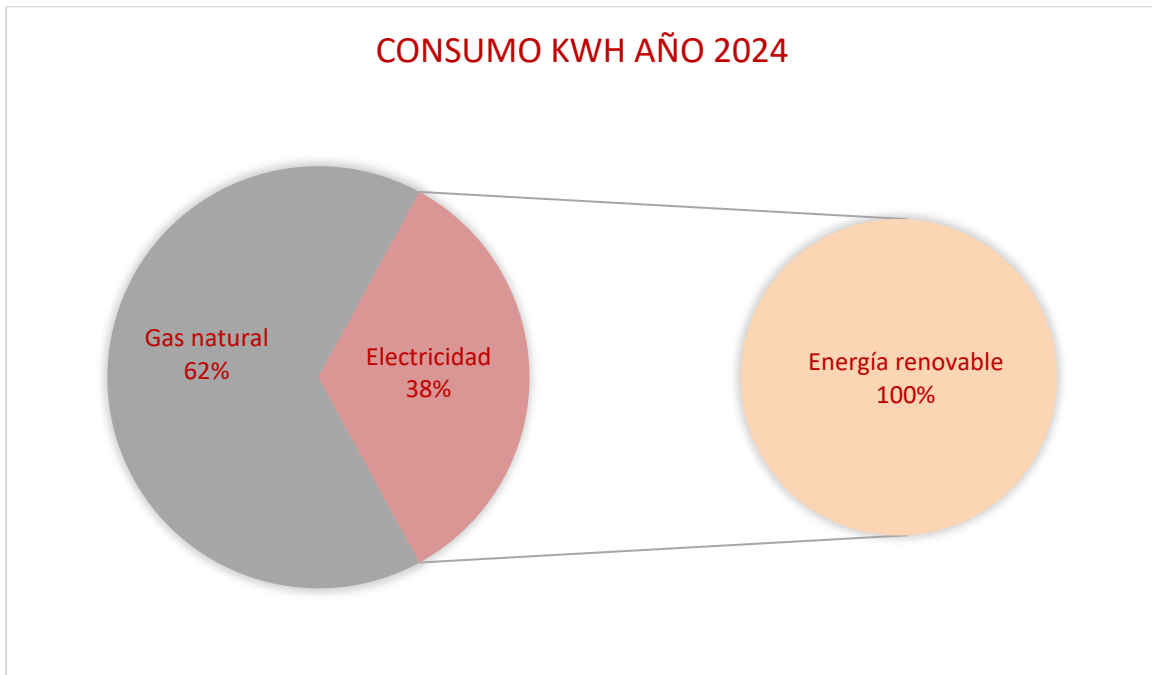
Dado que la planta industrial del GRUPO con mayor actividad es la de l’Ametlla del Vallès, ésta es, por ende, la instalación en la que se consume mayor energía.

Las principales fuentes de energía utilizadas son el gas natural, con un consumo durante el año 2024 de 6.157.560 kWh, que representa una reducción de un 11,40% respecto al año anterior, y la electricidad, con un consumo de 3.768.614 kWh, que presenta un incremento del 15,3% respecto al año anterior, proveniente el 100% de energías renovables.

El resultado del compromiso de LAMIGRAF con la eficiencia energética y el cuidado del planeta se refleja en:

- Reducción del consumo de kWh total respecto al año 2023.
- Eliminación total de las fuentes de electricidad no provenientes de energías renovables.
- Generación de energía con placas de autoconsumo.

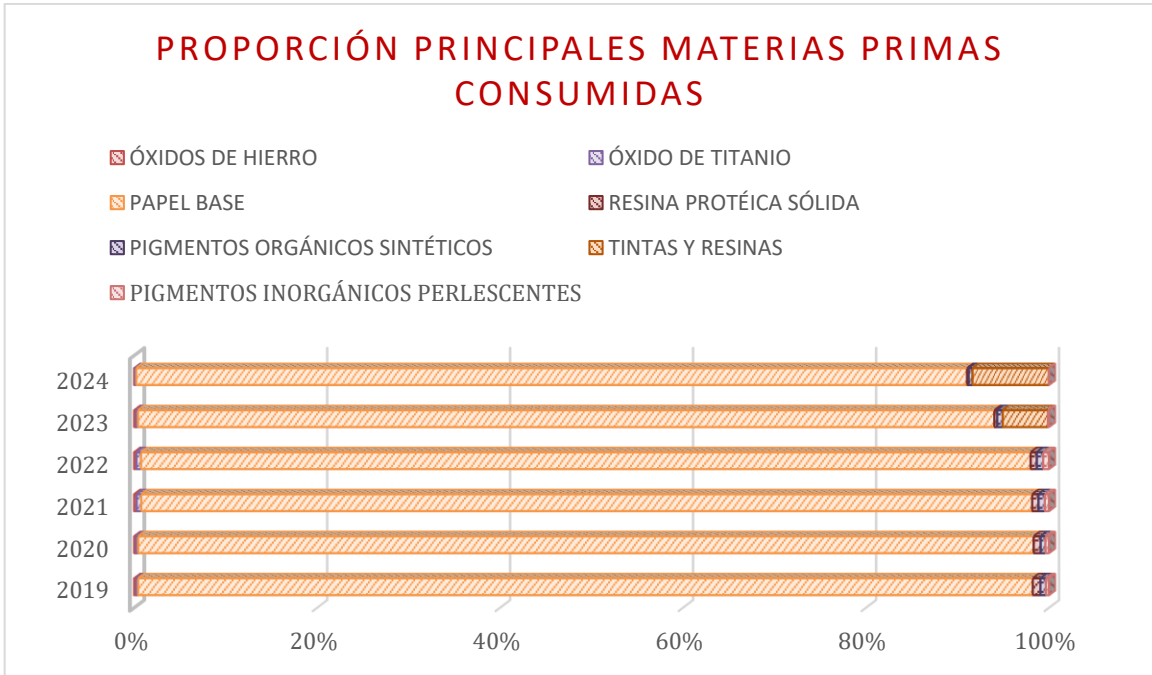




### 3.5. CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS

LAMIGRAF tiene el compromiso de reducir las materias primas consumidas conforme a las necesidades de mercado y al compromiso de la empresa con la sostenibilidad. En este sentido, adapta las compras a sus necesidades de mercado reales desde el punto de vista operativo y de calidad al cliente. Además, innova constantemente en el proceso de producción y manipulación de tintas para prevenir el desperdicio de materias primas, habiendo reducido en un 8% la variedad de materias primas utilizadas respecto al año anterior.

La proporción del consumo de las principales materias primas durante los últimos años es:



El papel base copa más del 90% de las materias primas que se consumen en LAMIGRAF, siendo su consumo durante el año 2024 de 16.865,20 TN, que representa un incremento del 4,2% respecto al año anterior.



En línea con el resto de los compromisos con la sostenibilidad y el medio ambiente, LAMIGRAF realiza la compra de papel en bobinas siempre con certificación mínima FSC Mix para la producción de papel decorativo impreso. Para ello garantiza el origen sostenible de todo el papel utilizado y está certificada en todas las plantas de producción con el sello FSC



**The mark of  
responsible forestry**

### **3.6. REDUCCIÓN DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)**

Con el fin de reducir el impacto del negocio en el medio ambiente y el cambio climático, LAMIGRAF trabaja para reducir las emisiones a la atmósfera debidas a las operaciones.

Debido a la actividad de la empresa, la emisión de gases de efecto invernadero (GEI) se produce por el uso de la energía eléctrica, del gas y, en menor grado, de otros combustibles fósiles. Sobre los datos de consumo de estas fuentes de energía, se hace el cálculo de emisiones de CO<sub>2</sub>.

Las principales acciones llevadas a cabo para la minimización de las emisiones atmosféricas son:

- Optimización de los procedimientos y la eficiencia energética.
- Ajustes de los quemadores de gas natural de la maquinaria de producción.
- Realización de controles de las emisiones de humos de las calderas de forma periódica por personal especializado, como parte de los programas de mantenimiento preventivo.
- Eliminación de fuentes eléctricas de energías no renovables.
- Optimización del consumo energético a través del uso de tecnologías y maquinaria energéticamente eficiente.
- Optimización de la carga de camiones y contenedores.



- Promoción de reuniones por videoconferencia, evitando la necesidad de desplazamientos.
- Sustitución de la gama de vehículos de empresa para adecuarla a estándares medioambientales.
- Instalación de placas solares para autogeneración de energía eléctrica.



La reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) es una de las acciones prioritarias en la línea estratégica de LAMIGRAF para convertirse en la primera empresa de su sector en lograr cero emisiones netas. Para ello puso en marcha un ambicioso plan de reducción de consumos de energía y emisiones de CO2 que va recogiendo sus frutos año tras año.

**10,4 millones de KWh**  
ahorrados desde 2021 gracias a la eficiencia energética

**1.800 TN menos de CO2** desde 2021

### 3.7. CONSUMO DE AGUA Y MEDIDAS DE AHORRO

Aunque el consumo de agua no es un aspecto significativo de la actividad, LAMIGRAF también está comprometida con la optimización y el control de su uso y su impacto en el planeta. El uso del agua de la red es para el proceso industrial, además de los servicios en todas las plantas.

De acuerdo con el compromiso con el medio ambiente y la eficiencia en el consumo de recursos, LAMIGRAF aplica medidas y realiza campañas para la concienciación de un uso responsable, como, por ejemplo:

- Campaña de acciones de reducción de consumo de agua
- Análisis y seguimiento de los consumos de agua.
- Dispositivos automáticos y limitadores de caudal de agua.



- Control de la presión de agua con equipos reguladores.
- Uso del riego gota a gota en los jardines
- Diseño eficiente de las zonas ajardinadas.

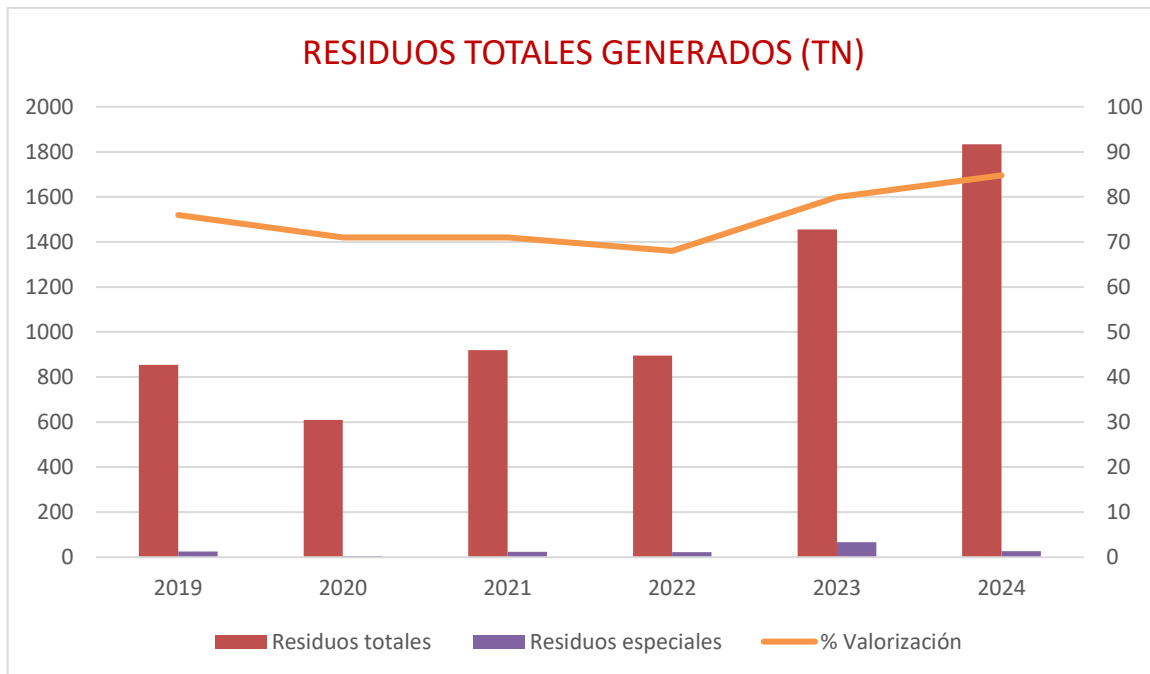
**2.500 m<sup>3</sup> menos**  
de consumo de agua  
desde 2021

### 3.8. RESIDUOS Y AGUAS RESIDUALES

LAMIGRAF promueve una gestión responsable de los residuos en todos los centros de producción y oficinas comerciales y todos los residuos se gestionan mediante transportistas y gestores autorizados.

En el año 2024 **se ha aumentado del 80% al 85% la valoración de los residuos** que se generan y se sigue invirtiendo en los recursos necesarios para mejorar y lograr los objetivos de valorización planteados.

A su vez, se ha **reducido un 63% los residuos peligrosos** respecto al año anterior.



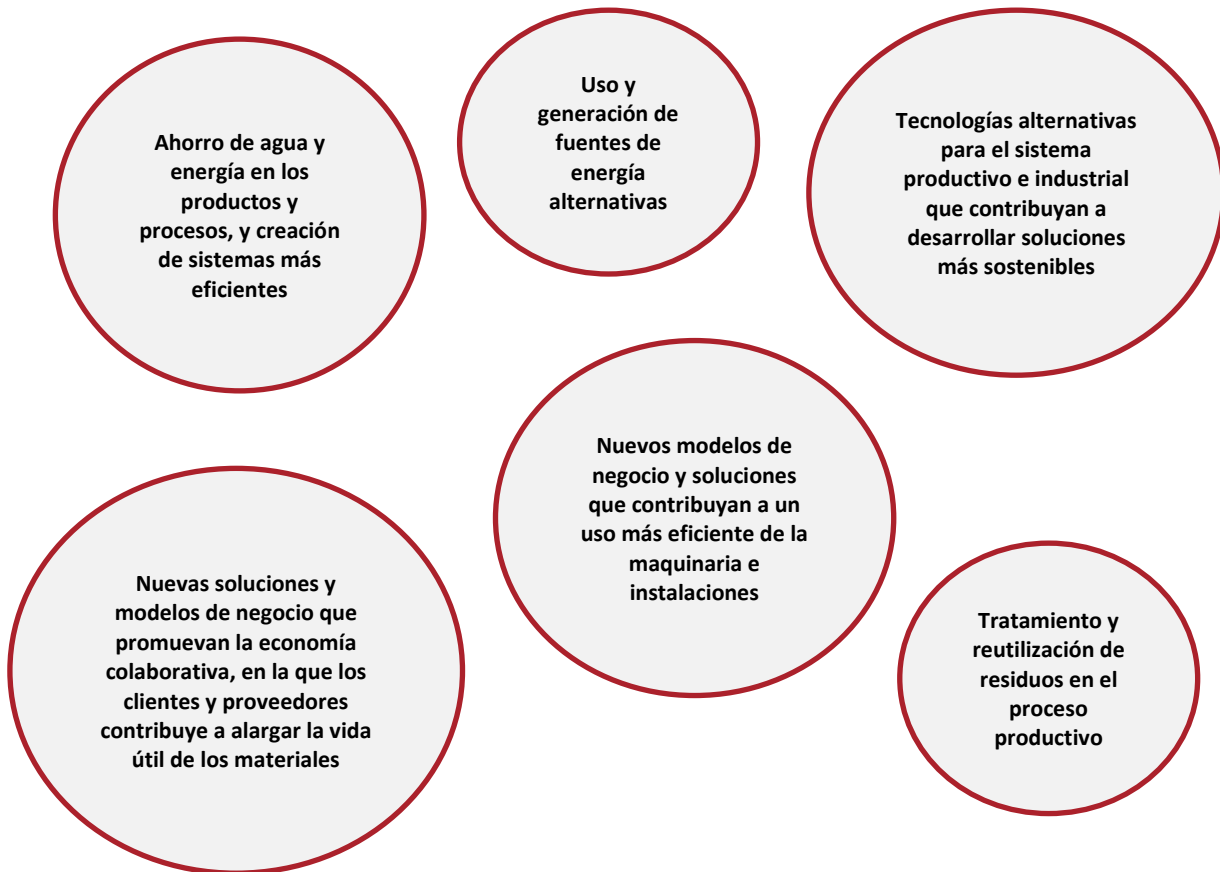
Para promover y garantizar una óptima gestión de los residuos, LAMIGRAF tiene implementadas las siguientes acciones y políticas corporativas:

- Procedimientos operativos de Disposición De Residuos (DDR) en el proceso de producción.
- Procedimiento de Gestión de Envases IBC en el proceso de producción y fabricación de tintas.
- Reutilización de IBC's interna y externa. Autolimpieza de IBC's.
- Minimización de residuos especiales.
- Protocolo de Gestión de Vertidos e Informes del Suelo.
- Estación Depuradora de Aguas Residuales propia con análisis periódicas del agua vertida.
- Mantenimiento preventivo de las instalaciones con empresas especializadas.
- Gestión interna de residuos y tintas de recuperación.
- Valorización del 100% del producto acabado fuera de especificaciones.



### 3.9. CAMBIO CLIMÁTICO Y PRODUCTOS ECOSOSTENIBLES

Uno de los retos estratégicos de LAMIGRAF es la sostenibilidad y la circularidad, cuyos objetivos son:



En LAMIGRAF destacan las soluciones técnicas que permiten determinar con precisión el consumo óptimo de productos químicos necesarios y en consecuencia se disminuye la carga de las aguas residuales. Todos los productos se fabrican de acuerdo con criterios de respeto hacia el medio ambiente. Desde la fase de diseño se aplica el procedimiento de gestión ambiental según el cual hay que tomar medidas para minimizar los efectos ambientales negativos.

Los aspectos que se tienen en cuenta son:

- Máquinas que garanticen la optimización de los recursos naturales, por lo que ahorran energía y agua.
- Máquinas silenciosas para reducir la contaminación acústica.
- Uso de materiales duraderos para evitar el consumo de nuevos materiales.
- Uso de materiales reciclables para poder recuperarlos.



## 4. EQUIPO HUMANO

### 4.1. CODIGO ÉTICO

El *Código ético* del GRUPO establece el conjunto de principios y pautas de conducta dirigidos a garantizar el comportamiento ético y responsable de todas las personas administradoras, profesionales y proveedores del grupo.

Así, el código se aplica a todas las personas administradoras (incluyendo a las personas físicas que se designen, personas jurídicas para representarles en el ejercicio de su cargo), profesionales y proveedores del grupo con independencia de su nivel jerárquico, de su ubicación geográfica o dependencia funcional y de la sociedad del grupo a la que presten sus servicios.

El órgano encargado de velar por la aplicación del *Código ético* es el Comité Ético, órgano colegiado de carácter interno y permanente, y con competencias en el ámbito del cumplimiento normativo. Entre sus funciones está el promover una cultura ética y de “tolerancia cero” frente al fraude y la comisión de actos ilícitos, así como la gestión del Sistema de cumplimiento.

El *Código ético* forma parte de Sistema de gobernanza y sostenibilidad, aprobado por el Consejo de Administración. Es la “piedra angular” sobre la que se desarrolla el Sistema de cumplimiento y actúa constantemente como elemento “inspirador” del resto de los que componen el sistema.

### 4.2. CALIDAD DEL EMPLEO Y BIENESTAR DE LAS PERSONAS

LAMIGRAF se compromete con la creación de un marco de confianza en el que el personal pueda crecer y desarrollarse profesional y personalmente. El empoderamiento, la comunicación, la formación y el desarrollo, la igualdad, la conciliación, y la salud y seguridad son los pilares sobre los que se construye la confianza.

Uno de los pilares estratégicos en la evolución del modelo de negocio del GRUPO son sus empleados. Al cierre del ejercicio 2024 el equipo humano de LAMIGRAF está formado por 358 personas de diferentes perfiles, culturas, orígenes y experiencias. Por ello, para LAMIGRAF es fundamental promover un entorno de trabajo de calidad, basado en el respeto, la diversidad y el desarrollo profesional y personal.

Para la clasificación de la plantilla del GRUPO existen 4 niveles de gestión:

- Clerks & Operators
- Technician
- Middle management
- Senior Management



### 4.3. RESPETO A LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD

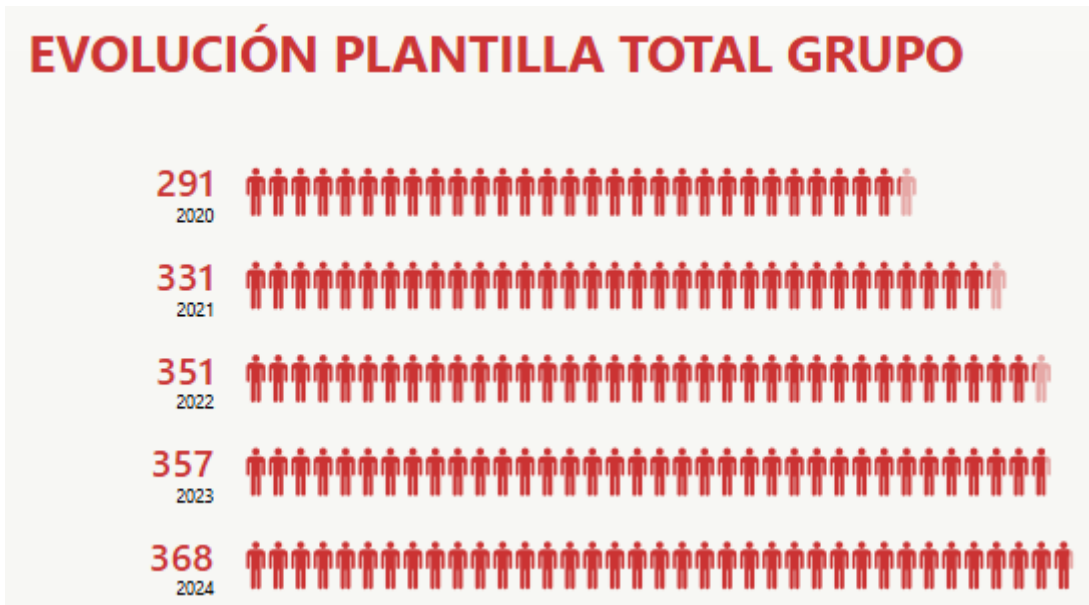
Conscientes de la importancia de favorecer la igualdad de oportunidades y evitar la discriminación en la plantilla, LAMIGRAF se rige por el Plan de Igualdad de Oportunidades, dando cumplimiento a la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres.

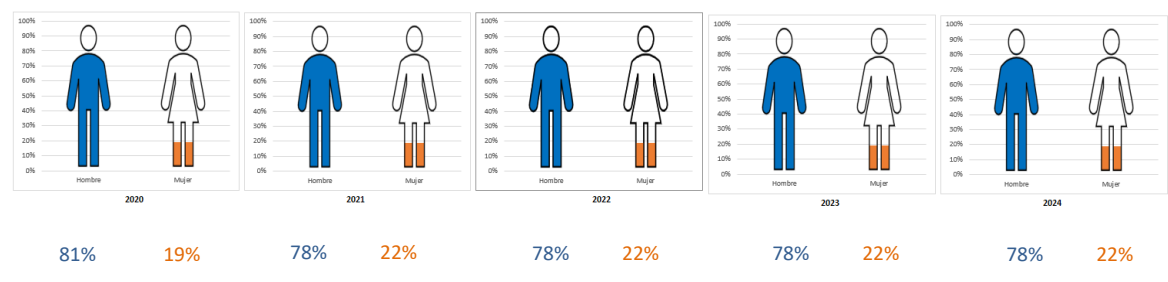
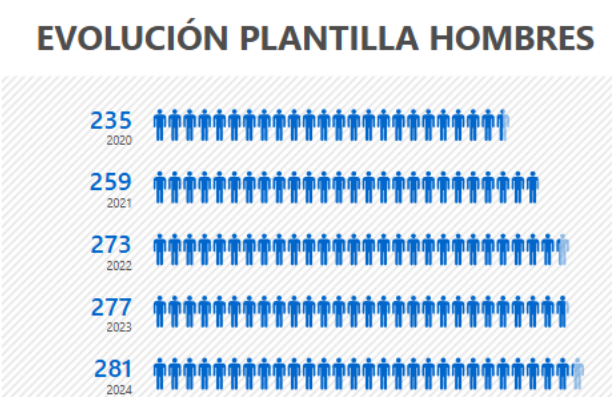
También dispone de un protocolo para la prevención del acoso sexual, moral (mobbing) o por razón de género, un protocolo para la prevención del acoso laboral y un protocolo para proteger los derechos del colectivo LGTBI+, así como una guía del lenguaje neutro en el trabajo.

El plan se revisa y actualiza periódicamente, y la Comisión de Igualdad, siempre que es necesario, se reúne para hacer seguimiento de la implantación de dicho plan. Esta comisión cuenta con representación de la Dirección y del Comité de Empresa.

#### Plantilla según género

Los entornos culturales diversos en los que opera LAMIGRAF son determinantes para comprender la situación actual del empleo ocupado por hombres y mujeres. La actividad industrial y los distintos niveles de madurez de los mercados laborales explica la distribución por género de la plantilla.





### Plantilla según nivel de organización

NIVELES DE ORGANIZACIÓN	Total		
	Mujeres	Hombres	Total
Senior management	4	8	12
Middle management	18	25	43
Technician	45	43	88
Clerks & Operators	21	205	226
Total	87	281	368

#### Senior management

En este nivel se elaboran estrategias y objetivos para la empresa, se elaboran políticas corporativas y se toman decisiones para garantizar la evolución y el bienestar futuro de la empresa.

#### Middle management

En este nivel se supervisa y garantiza la implementación de los planes organizativos con el fin de cumplir con las políticas y directrices establecidas por el nivel superior. Hace de enlace entre la estrategia y la operatividad.

#### Technician

Nivel técnico operacional especializado en áreas técnicas específicas.

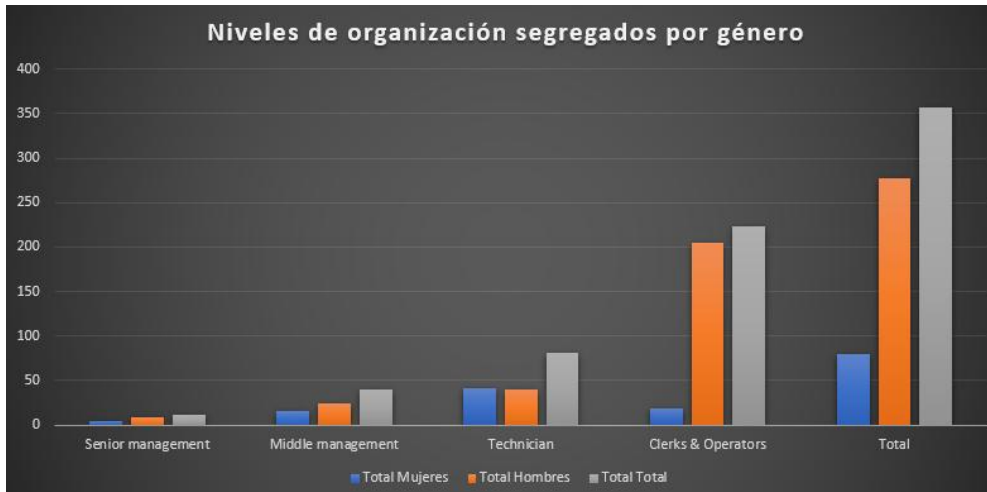
#### Clerks

Nivel operativo de oficinas en el que se realizan tareas administrativas y se llevan a cabo de manera directa las tareas y operaciones.



## Operator

Nivel operativo del proceso industrial en el que se ejecutan los trabajos rutinarios y se llevan a cabo de manera directa las tareas y operaciones.



## Plantilla según nivel de gestión

NIVELES DE GESTIÓN	Total		
	Mujeres	Hombres	Total
Strategic level	4	8	12
Tactical level	19	23	42
Technical level	32	24	56
Operational level	32	226	258
Total	87	281	368

### Strategic level

**Enfoque:** dirección general y a largo plazo de la empresa.

**Toma de Decisiones:** alto nivel que afectan a toda la organización y al negocio.

**Responsabilidades:** formula la estrategia corporativa, toma decisiones sobre líneas de negocio, inversiones, entrada a nuevos mercados y alianzas estratégicas, y se ocupa de la posición de la empresa en el mercado a largo plazo.

### Tactical level

**Enfoque:** implementación de las estrategias y la gestión a medio plazo.

**Toma de Decisiones:** relacionadas con la ejecución de las estrategias corporativas.

**Responsabilidades:** traduce la estrategia en acciones concretas, establece metas y plazos, coordina su equipo y supervisa la ejecución de proyectos.

### Technical level

**Enfoque:** gestión del corto y medio plazo.

**Toma de Decisiones:** relacionadas con la ejecución de tareas técnicas y operativas.



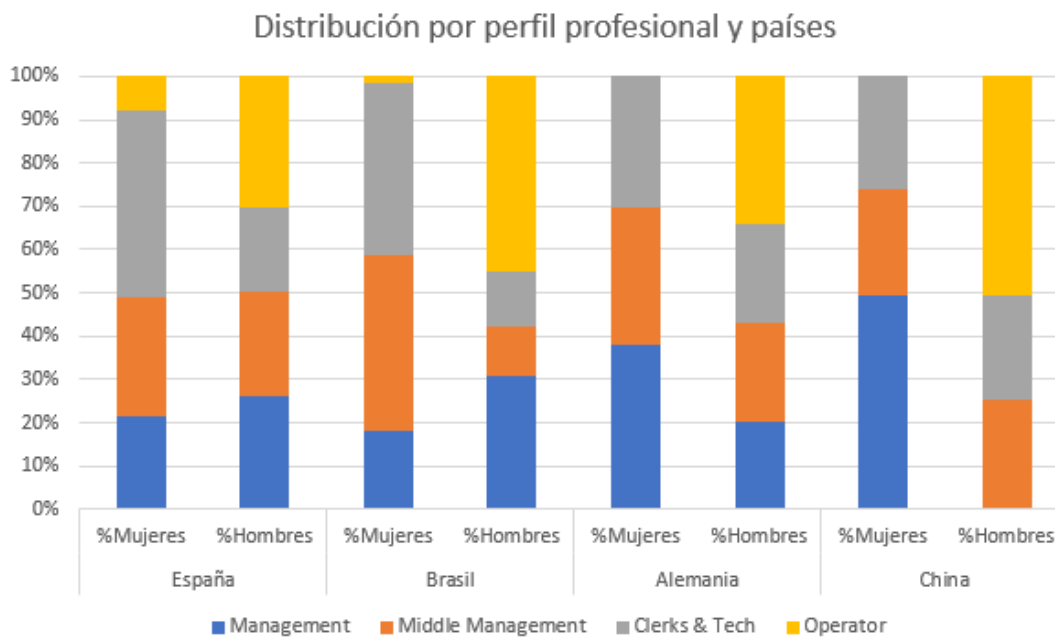
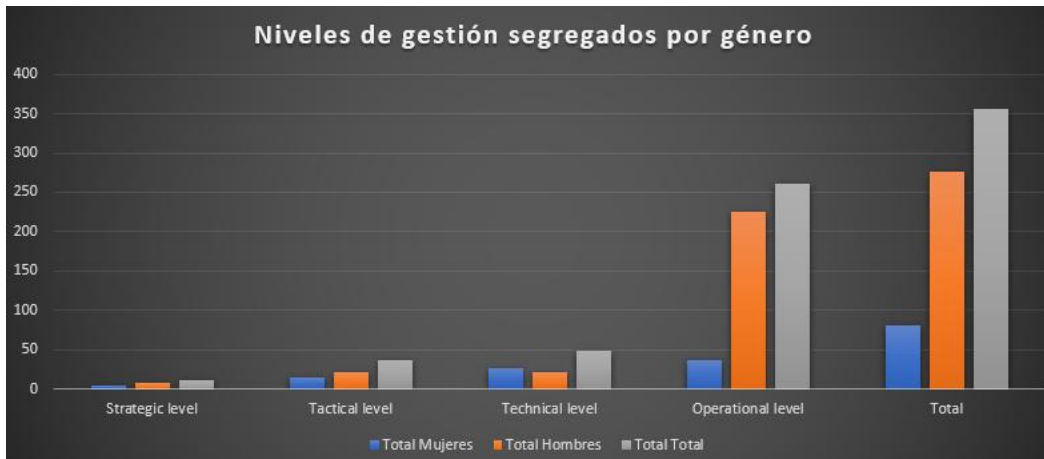
**Responsabilidades:** tareas técnicas y operativas, resuelve problemas técnicos y se asegura de que los procesos se ejecuten eficientemente.

**Operational level**

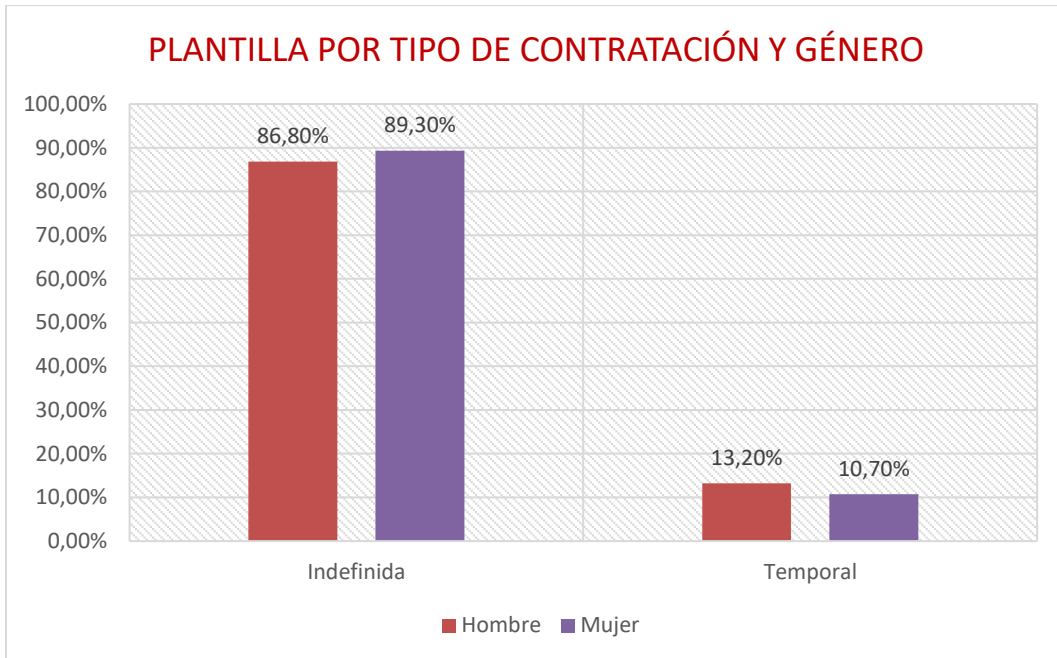
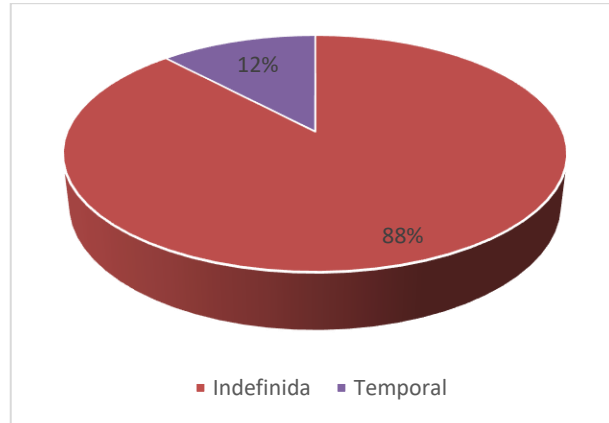
**Enfoque:** ejecución diaria de tareas operativas.

**Toma de Decisiones:** diarias relacionadas con la ejecución de tareas específicas y la gestión de recursos.

**Responsabilidades:** tareas operativas del día a día que garanticen la aplicación de las acciones definidas.



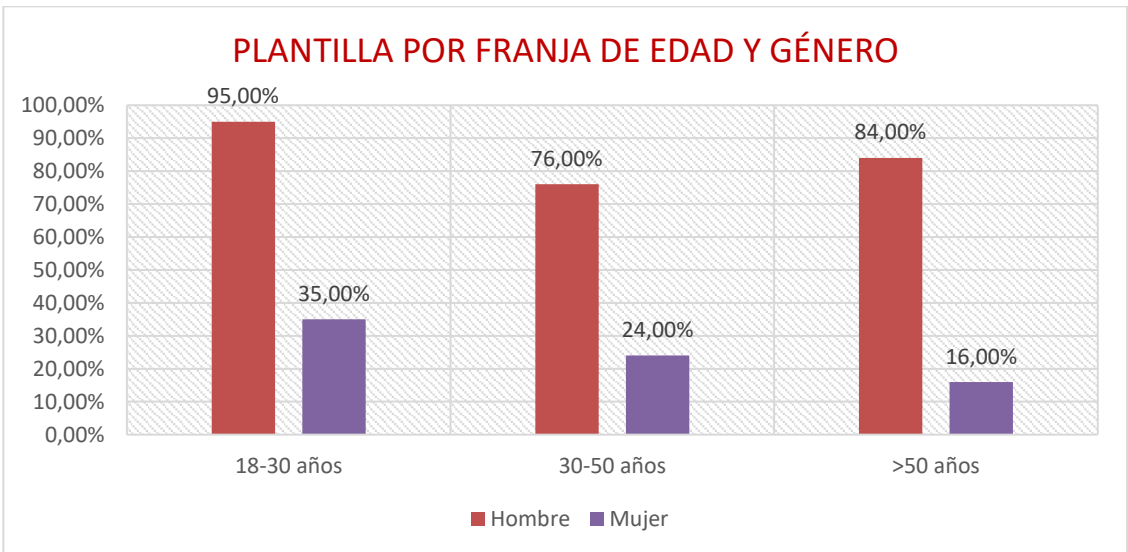
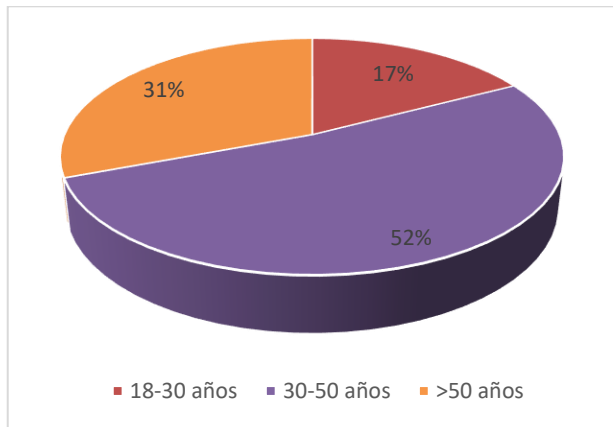
### Plantilla según tipo de contratación



Durante el año 2024 se han producido 44 extinciones de contrato, 34 hombres y 10 mujeres por motivos diversos.

### Plantilla por franjas de edad





	18-30 años				
	Total			Total%	
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres
Operator	4	24	28	14%	86%
Clerks & Tech	11	10	21	52%	48%
Middle Management	2	0	2	100%	0%
Senior Management	0	0	0	0%	0%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>51</b>	<b>33%</b>	<b>67%</b>



30-50 años					
	Total			Total%	
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres
Operator	6	104	110	6%	94%
Clerks & Tech	31	29	60	52%	48%
Middle Management	6	11	17	35%	65%
Senior Management	3	7	8	44%	56%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>151</b>	<b>198</b>	<b>24%</b>	<b>76%</b>

Más de 50 años					
	Total			Total%	
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres
Operator	1	59	53	2%	98%
Clerks & Tech	14	25	29	14%	86%
Middle Management	2	7	9	22%	78%
Senior Management	1	3	8	25%	75%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>93</b>	<b>111</b>	<b>18%</b>	<b>82%</b>

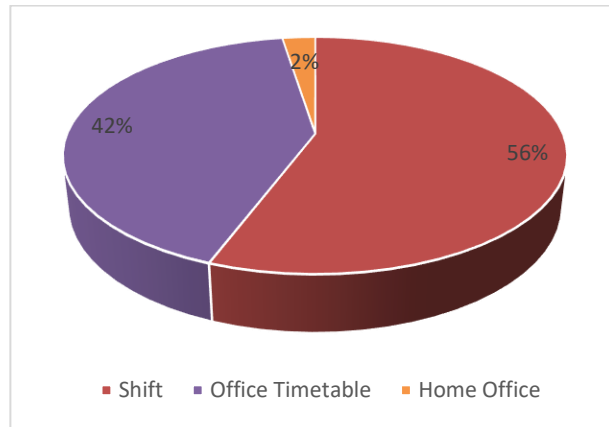
	18-30 años											
	España			Brasil			Alemania			China		
	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M
Operator	3	9	25,00%	1	8	11,11%	0	6	0,00%	0	1	0,00%
Clerks & Tech	4	5	44,44%	3	1	75,00%	0	1	0,00%	5	5	50,00%
Middle Management	0	0		1	0	100,00%	1	0		0	0	
Management	0	0		0	0		0	0		0	0	
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	<b>33,33%</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>35,71%</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>12,50%</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>46,00%</b>

	30-50 años											
	España			Brasil			Alemania			China		
	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M
Operator	4	61	6,15%	0	23	0,00%	0	9	0,00%	4	24	14,28%
Clerks & Tech	14	16	46,67%	6	6	50,00%	6	3	66,67%	5	4	55,56%
Middle Management	4	7	36,36%	1	1	50,00%	0	1	0,00%	1	2	33,33%
Management	1	2	33,33%	1	1	50,00%	0	2	0,00%	0	1	0,00%
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>86</b>	<b>21,10%</b>	<b>8</b>	<b>31</b>	<b>20,51%</b>	<b>6</b>	<b>15</b>	<b>28,57%</b>	<b>10</b>	<b>31</b>	<b>24,40%</b>

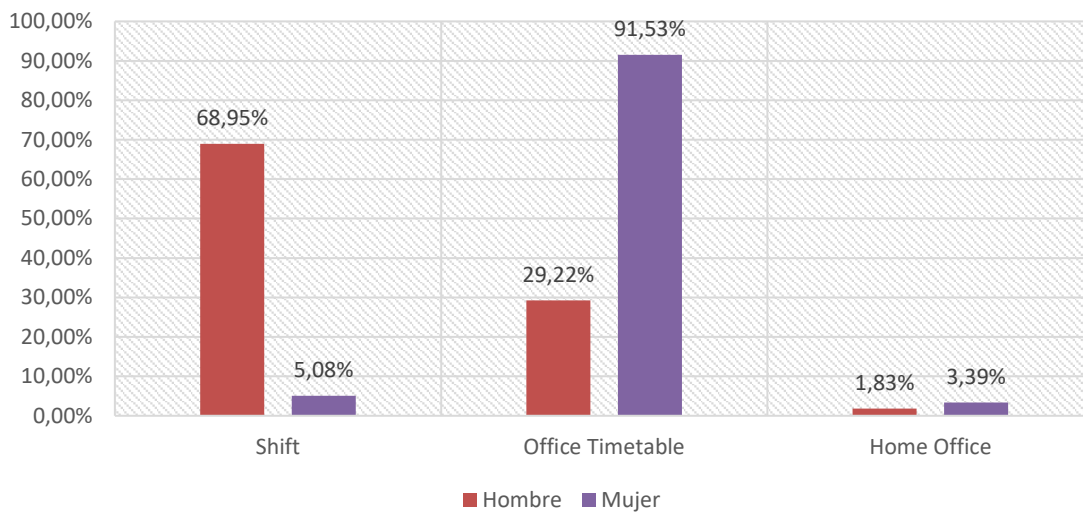
	Más de 50 años											
	España			Brasil			Alemania			China		
	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M
Operator	1	35	2,78%	0	3	0,00%	0	14	0,00%	0	0	
Clerks & Tech	4	13	23,53%	0	2		0	10	0,00%	0	0	
Middle Management	0	5	0,00%	0	0		2	2	50,00%	0	0	
Management	0	2	0,00%	0	1	0,00%	2	3	40,00%	0	0	
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>55</b>	<b>8,33%</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0,00%</b>	<b>4</b>	<b>29</b>	<b>12,12%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	



## Plantilla por jornada laboral



## PLANTILLA POR JORNADA LABORAL Y GÉNERO



	Shift				
	Total			Total%	
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres
Operator	5	153	158	3%	97%
Clerks & Tech	2	20	21	10%	90%
Middle Management	0	0	0		
Management	0	0	0		
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>173</b>	<b>179</b>	<b>4%</b>	<b>96%</b>



	Office Timetable				
	Total			Total%	
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres
Operator	17	30	47	36%	64%
Clerks & Tech	35	41	76	46%	54%
Middle Management	12	23	35	34%	66%
Management	5	7	12	42%	58%
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>101</b>	<b>170</b>	<b>41%</b>	<b>59%</b>

	Home Office				
	Total			Total%	
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres
Operator	0	0	0		
Clerks & Tech	0	0	0		
Middle Management	0	2	2	0%	100%
Management	1	2	3	33%	66%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>20%</b>	<b>80%</b>

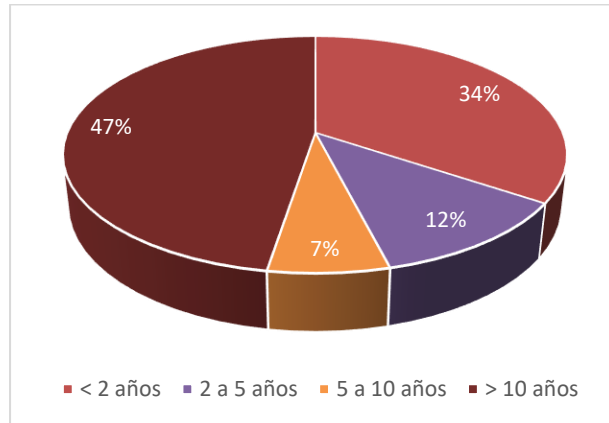
	Shift											
	España			Brasil			Alemania			China		
	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M
Operator	2	94	2,08%	1	34	2,86%	0	28	0,00%	0	2	0,00%
Clerks & Tech	2	9	18,18%	0	0		0	14	0,00%	0	3	0,00%
Middle Management	0	0		0	0		0	1	0,00%	0	0	
Management	0	0		0	0		0	0		0	0	
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>103</b>	<b>3,74%</b>	<b>1</b>	<b>34</b>	<b>2,86%</b>	<b>0</b>	<b>43</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0,00%</b>

	Office Timetable											
	España			Brasil			Alemania			China		
	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M
Operator	6	10	37,50%	0	0		0	0		0	0	
Clerks & Tech	20	25	44,44%	8	3	72,73%	8	3	72,73%	8	4	66,67%
Middle Management	4	12	25,00%	3	1	75,00%	2	3	40,00%	2	2	50,00%
Management	1	4	20,00%	1	2	33,33%	1	0	100,00%	1	0	100,00%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>51</b>	<b>37,80%</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>66,67%</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>64,71%</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>64,71%</b>

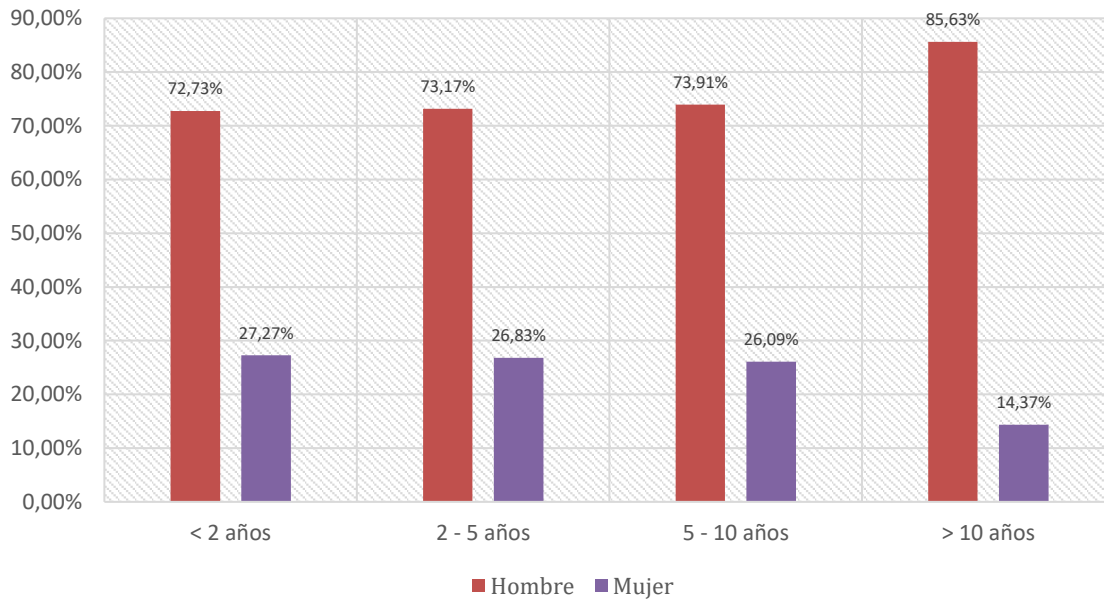
	Home Office											
	España			Brasil			Alemania			China		
	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M
Operator	0	0		0	0		0	0		0	0	
Clerks & Tech	0	0		0	0		0	0		0	0	
Middle Management	0	0		0	0		1	2	33,33%	0	0	
Management	0	0		0	0		1	3	25,00%	0	0	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>0</b>	<b>0</b>		<b>2</b>	<b>5</b>	<b>28,57%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	



## Plantilla por antigüedad



## PLANTILLA POR ANTIGÜEDAD Y GÉNERO



	Menos de 2 años				
	Total			Total%	
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres
Senior Management	1	5	6	17%	83%
Middle Management	2	5	7	29%	71%
Clerks & Tech	20	18	38	53%	47%
Operator	7	35	42	17%	83%
Total	30	63	93	32%	68%



	De 2 a 5 años				
	Total			Total%	
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres
Senior Management	0	1	1	0%	100%
Middle Management	3	3	6	50%	50%
Clerks & Tech	6	5	11	55%	45%
Operator	1	23	24	4%	96%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>32</b>	<b>42</b>	<b>24%</b>	<b>76%</b>

	5-10 años				
	Total			Total%	
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres
Senior Management	0	1	1	0%	100%
Middle Management	2	2	4	50%	50%
Clerks & Tech	4	1	5	80%	20%
Operator	0	16	16	0%	100%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>20</b>	<b>26</b>	<b>23%</b>	<b>77%</b>

	Más de 10 años				
	Total			Total%	
	Mujeres	Hombres	TOTAL	%Mujeres	%Hombres
Senior Management	4	2	6	67%	33%
Middle Management	5	11	16	31%	69%
Clerks & Tech	16	37	53	30%	70%
Operator	1	99	100	1%	99%
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>149</b>	<b>175</b>	<b>15%</b>	<b>85%</b>

	Menos de 2 años											
	España			Brasil			Alemania			China		
	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M
Operator	6	8	42,86%	1	21	4,55%	0	4	0,00%	2	12	14,29%
Clerks & Tech	4	5	44,44%	4	3	57,14%	3	3	50,00%	8	6	57,14%
Middle Management	1	1	50,00%	0	0		0	2	0,00%	1	2	33,33%
Management	0	1	0,00%	1	1	50,00%	0	0		0	0	
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>42,31%</b>	<b>6</b>	<b>25</b>	<b>19,35%</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>25,00%</b>	<b>11</b>	<b>20</b>	<b>35,48%</b>

	2-5 años											
	España			Brasil			Alemania			China		
	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M
Operator	1	10	9,09%	0	6	0,00%	0	5	0,00%	2	14	12,50%
Clerks & Tech	3	4	42,86%	2	0	100,00%	2	3	40,00%	2	2	50,00%
Middle Management	0	3	0,00%	2	0	100,00%	1	1	50,00%	1	2	33,33%
Management	0	1	0,00%	0	0		0	3	0,00%	0	1	
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	<b>18,18%</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>40,00%</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>20,00%</b>	<b>5</b>	<b>19</b>	<b>20,83%</b>



	5-10 años											
	España			Brasil			Alemania			China		
	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M
Operator	0	2	0,00%	0	7	0,00%	0	7	0,00%	0	0	
Clerks & Tech	1	1	50,00%	2	0	100,00%	1	0	100,00%	0	0	
Middle Management	1	1	50,00%	1	1	50,00%	0	1		0	0	
Management	0	0		0	1	0,00%	0	0		0	0	
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>33,33%</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>25,00%</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>11,11%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

	Más de 10 años											
	España			Brasil			Alemania			China		
	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M	M	H	%M
Operator	1	84	1,18%	0	0		0	15	0,00%	0	0	
Clerks & Tech	14	24	36,84%	0	0		2	13	13,33%	0	0	
Middle Management	2	7	22,22%	0	0		3	4	42,86%	0	0	
Management	1	2	33,33%	0	0		2	0	100,00%	1	0	100,00%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>117</b>	<b>13,33%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>7</b>	<b>32</b>	<b>17,95%</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>100,00%</b>

El compromiso con la integración laboral de colectivos de personas con diversidad funcional se hace efectivo mediante la contratación directa de 4 personas que tienen establecido un determinado grado de discapacidad, ocupando un puesto de trabajo acorde con su situación, y la contratación de servicios a centros especiales de empleo.

#### 4.4. RETRIBUCIÓN Y COMPENSACIÓN

Los criterios de actuación de LAMIGRAF en materia salarial tienen que responder, al mismo tiempo, a la cultura y valores de la empresa y a los marcos específicos de cada uno de los mercados y entornos diversos laborales en los que opera.

El sistema organizativo implantado en LAMIGRAF implica directamente a los departamentos en la progresiva aplicación de elevados estándares comunes de calidad laboral y retribución profesional.

El criterio a la hora de establecer la compensación retributiva trata de ser coherente con el grado de complejidad y responsabilidad asumidas por las personas, ser acorde con el esfuerzo y desempeño, y estimular la consecución de mejores resultados. Se basa, por tanto, en criterios de meritocracia objetivos y medibles.

La remuneración se establece en función de la categoría del puesto y la valoración de los puestos de trabajo que se actualiza cada año.



El nivel retributivo de los empleados incluidos en el convenio colectivo es establecido en función del grupo profesional y/o categoría profesional a la que pertenecen.

Un 22% del total de la plantilla está formado por mujeres y un 78% por hombres. La retribución media de las mujeres en el año 2024 es de 31.318,20€, y la de los hombres es de 30.645,18€. Cifras que implican una brecha salarial de -1,2%.

#### **4.5. CLIMA LABORAL Y COMUNICACIÓN**

El clima laboral es un pilar estratégico de la gestión de las personas y un componente importante para la cultura organizacional de LAMIGRAF. Por ello, trabaja para generar un ambiente de trabajo en el que las personas, además de dar lo mejor de sí mismas, se encuentren satisfechas con su lugar de trabajo.

Periódicamente, se lleva a cabo una encuesta de riesgos psicosociales (con la participación del Comité de Empresa) e impulsa una encuesta de compromiso dirigida a todas las personas que trabajan en la comunidad.

LAMIGRAF propicia la comunicación a través de canales corporativos internos y de software interno de HR, así como mediante el flujo bidireccional entre los equipos.

- Cartelería interna ubicada en todos los centros de trabajo.
- Comunicados a través del correo electrónico
- Aplicación móvil
- Portal del Empleado, mediante el cual se puede acceder a información personal
- Sesiones dirigidas a toda la plantilla, para dar a conocer los principales proyectos del año en curso.
- Reuniones periódicas dirigidas al colectivo de mandos intermedios para transmitir información de los elementos más relevantes para el desarrollo de la compañía.
- Reuniones entre los miembros de la plantilla y la Dirección, para promover canales de comunicación directa con la alta dirección en los que se pueda hablar y debatir sobre diferentes temas de la empresa que generan interés e inquietud.

#### **4.6. DESCONEXIÓN DIGITAL**

El derecho a la desconexión digital se ha incorporado recientemente al ordenamiento jurídico español como fórmula para garantizar el respeto del tiempo de descanso sin que la jornada laboral pueda verse sobrepasada a través de la utilización de medios electrónicos puestos a disposición del trabajador.

LAMIGRAF es una corporación eminentemente industrial dedicada al diseño, producción y comercialización de papel impreso decorativo. Este hecho supone que, por la propia naturaleza del trabajo industrial, que en su mayor parte se lleva a cabo en plantas de producción, algunas personas empleadas no tengan acceso a dispositivos digitales incluso ni en el horario de la jornada laboral.



Dentro del GRUPO hay formalizada una política específica de desconexión digital y los puestos de trabajo se rigen por el sistema de fichaje al comienzo y al término de la jornada y, por norma general, no se les provee de dispositivos digitales de carácter profesional que puedan utilizar fuera de su horario laboral.

#### **4.7. DIÁLOGO SOCIAL, RELACIONES Y BENEFICIOS SOCIALES**

La representación de la plantilla en los centros de trabajo de LAMIGRAF está constituida por el Comité de Empresa, de acuerdo con lo que establece la ley. El diálogo social personal-empresa se lleva a cabo mayoritariamente a través de comisiones o grupos de trabajo según la temática que corresponda.

LAMIGRAF, en aras de su compromiso con las personas y las relaciones sociales, desarrolla los siguientes programas:

##### **PROGRAMA “VALOREM LES TEVES IDEES”**

El Programa “VALOREM LES TEVES IDEES” fomenta la participación de la plantilla para determinar mejoras generales en el entorno laboral, ya sea a través de propuestas de ahorro energético, innovación, colaboración social, conciliación, mejora de procesos o cualquier otro ámbito de interés e impacto en el entorno profesional. A través de este programa se inspira la creatividad, la innovación y el aprendizaje continuo como competencias clave para fomentar ideas de mejora conjunta, además de recompensar económicamente aquellas que se implementen.

##### **PROGRAMA “COOL”**

El Programa “COOL”, acrónimo de Confort, Orden, Organización y Limpieza, fomenta la colaboración entre miembros de la plantilla para promover ideas de mejora en el entorno de trabajo con el objetivo de promover el talento interno e implementar propuestas que cubran las necesidades de la plantilla.

##### **PROGRAMAS DE TEAM BUILDING**

Los programas de Team Building recogen un conjunto de actividades outdoor y training orientadas a la formación de los equipos, creando un proceso sistemático diseñado para mejorar las relaciones entre las personas participantes.

LAMIGRAF considera que estas actividades favorecen las relaciones de trabajo productivas en un ambiente distendido, ayudan a mejorar el entendimiento, incrementar el sentido de pertenencia, resolver conflictos, buscar soluciones y alinear los objetivos.



## PROGRAMAS DE TEAM BONDING

Los programas de Team Bonding recogen actividades lúdicas y de entretenimiento fuera de las instalaciones de la empresa y están orientadas a crear más unión y cohesión en el grupo, para generar nuevas energías que influyen positivamente en el bienestar personal y grupal.

## PROGRAMA DE BENEFICIOS

Además de la retribución económica, que se establece en función de las características de la posición que se ocupa, la competitividad del mercado, las habilidades individuales y el valor que se aporta, existen programas de beneficios que complementan el salario económico.

Estos programas de beneficios son una parte integral de la política y estrategia de compensación y están diseñados para cuidar de las personas en su conjunto, implantando políticas concretas de bienestar que fomenten el equilibrio entre el rendimiento laboral y la salud física, mental y emocional.

### Conciliación de la vida profesional y personal

LAMIGRAF ha implantado medidas específicas destinadas a la conciliación de la vida familiar y laboral.

- Flexibilidad horaria

Las personas incluidas en el régimen de horario de oficinas disponen de horario flexible y pueden seguir una jornada acorde a sus compromisos profesionales y personales.

- Jornada intensiva

Las personas incluidas en el régimen de horario de oficinas disponen de jornada intensiva durante todos los viernes del año.

### Preservación de la salud

LAMIGRAF tiene implantadas acciones que ayuden a preservar la salud física, mental y emocional.

- Programa "T'escoltem"

Programa de apoyo y seguimiento emocional para toda la plantilla, a través de un proyecto de atención personalizada en el que se ofrece apoyo psicológico y atención emocional integral.

- Seguro de accidentes

Seguro de accidentes 24/7/365 que cubre a toda la plantilla ocupe el cargo que ocupe.

- Sala de emergencia y primeros auxilios

Dispone de unas dependencias específicas para la atención de emergencias y para la realización de curas de primeros auxilios, equipadas con desfibrilador y todo el material y utensilios necesarios para realizar una primera atención sanitaria.

- Seguro de vida



Programa de incentivos en cargos de dirección y empleados expuestos a viajes constantes, ofreciendo protección ante una posible eventualidad para garantizar a la persona asegurada y a sus beneficiarios el respaldo económico necesario.

#### Beneficios específicos

Fruto del diálogo social y la comunicación fluida entre personal y empresa se acuerdan aspectos específicos para el beneficio social de la plantilla:

- Beneficios negociados por encima de convenio o permisos retribuidos.
- Complemento del sueldo en los 3 primeros días de baja.

#### Facilidades para el transporte

Flota propia de vehículos y aparcamiento privado dentro de las instalaciones, además de facilitar descuentos en carburante en estaciones de servicio acordadas.

#### Alimentación y relaciones sociales

Comedor equipado para uso de todas las personas de la plantilla que lo deseen y suministro gratuito de fruta durante la jornada laboral para promover alimentación saludable e hidratación en los puestos de producción. Entendido este espacio como un núcleo de relaciones en el que poder compartir y charlar en un ambiente más informal, fomentando la interacción entre las personas.

### **4.8. GESTIÓN DEL TALENTO Y FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO**

En LAMIGRAF la visión de negocio se basa en el largo plazo y esta visión se transmite a los empleados y a sus carreras profesionales promoviendo un entorno de trabajo que asegure el reconocimiento interno del talento y de la cultura del esfuerzo.

Entre los principios corporativos de LAMIGRAF se encuentra el crecimiento y el desarrollo de los profesionales a través de la formación, la cual es entendida por el GRUPO como todas aquellas actividades docentes que permiten el desarrollo de las capacidades y talento de las personas empleadas.

El desarrollo del personal es una de las piezas clave para afrontar los retos del negocio y LAMIGRAF potencia la mejora profesional continua, teniendo en cuenta el modelo de negocio, la cultura corporativa y la adaptación al entorno. La gestión de las personas busca atraer, desarrollar, motivar y fidelizar el talento humano necesario para lograr los objetivos estratégicos, alineados para cubrir las expectativas de los clientes y los mercados.

Tal es la importancia en la formación que LAMIGRAF ha instaurado un programa de Training inicial para toda aquella persona que se incorpore a la empresa y programas específico de desarrollo para alcanzar un entorno laboral de máxima calidad y eficiencia en todos los centros del GRUPO.



La actividad formativa tiene por objetivo responder a las necesidades de formación a través de programas o proyectos y contribuir en el desarrollo de profesionales. Es por ello que el departamento de Personas, conjuntamente con las personas responsables de los departamentos, identifica qué cursos son los necesarios para cada colectivo de empleados y en base a ello se conforma la oferta formativa.

Los ámbitos de formación en los que trabaja se fundamentan en 3 ejes principales: la formación técnica, la cual dependiendo de la categoría profesional ostentada por los profesionales se desarrolla con un tipo de formación u otra, el desarrollo de las habilidades del personal, relacionadas con la cultura y los valores de LAMIGRAF, y otras áreas que tenga un impacto significativo en la organización. En todo caso, también se incluyen áreas transversales como la seguridad y salud en el trabajo y los idiomas.

Para promover la incorporación de talento mediante convenios de prácticas, LAMIGRAF cuenta con programas de formación dual y colaboración con entidades sociales, escuelas e institutos.

Las horas de formación impartidas en LAMIGRAF en los últimos años han seguido una tendencia creciente, acorde a su política estratégica y compromiso con el desarrollo profesional de la plantilla, sólo viéndose truncada esta tendencia en el año 2020 por causa de la pandemia Covid-19.

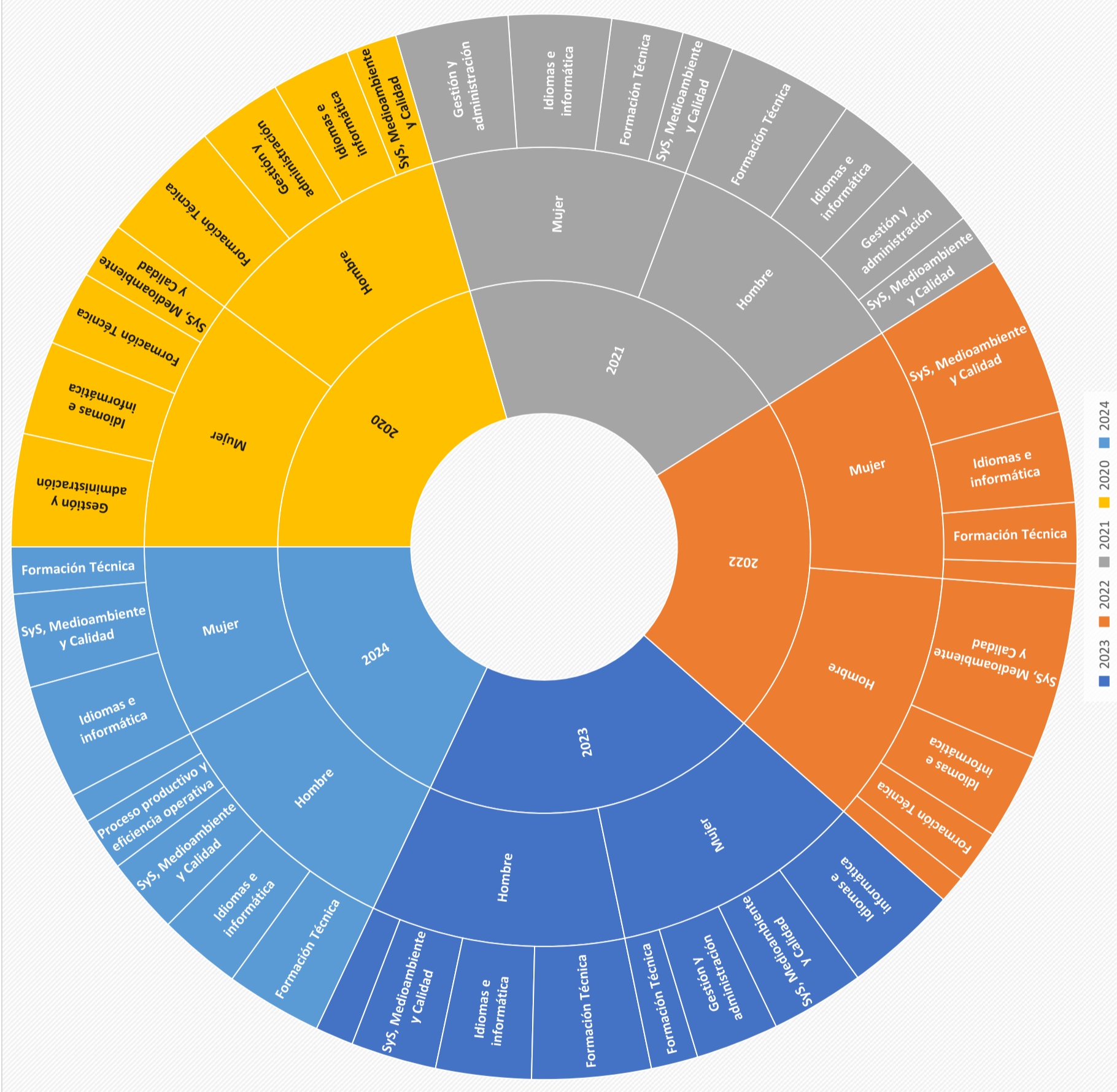
En el año 2024 se impartieron más de 8.500 horas a la formación de la plantilla.

La tipología de las acciones impartidas enmarcadas en el Plan de Formación es:

- Mejora del proceso productivo y eficiencia operativa
- Idiomas e informática.
- Formación técnica i específica
- Seguridad, Salud, Medio Ambiente y Calidad.
- Gestión y administración
- Desarrollo competencial y soft skills

En el siguiente gráfico de proyección solar se detalla la proporcionalidad de las horas de formación impartidas en cada una de las áreas y segregada por género. Observamos que, por motivo de la pandemia y de la apuesta estratégica de LAMIGRAF por preservar la salud y el medioambiente, la tendencia en los años 2020 y 2021 ha sido aumentar las horas de formación en el área de Seguridad, Salud, Medio Ambiente y Calidad.





## 4.9. LA ORGANIZACIÓN DEL DESEMPEÑO

### La organización del tiempo de trabajo

En cuanto a la organización del trabajo, debe considerarse que LAMIGRAF es una empresa industrial y asume una producción continua según requisitos de fabricación y demanda. Para ello, el GRUPO dispone de diversas plantas de producción, industrias y almacenes, destinando la mayor parte de su capital humano en el proceso de producción, para su posterior comercialización.

Consecuentemente, LAMIGRAF tiene una realidad en la que la gran mayoría de su plantilla presta sus servicios en el área de producción, bajo un régimen de turnos de trabajo, ya sean rotativos (mañanas, tardes y noches) o fijos.

### Número de horas de absentismo

El índice analizado muestra que durante el ejercicio 2024, teniendo en cuenta todo tipo de absentismo, a excepción de los periodos vacacionales, se han contabilizado 6.350 horas de absentismo.

### Medidas para facilitar la conciliación y fomentar la corresponsabilidad

LAMIGRAF desarrolla su actividad consciente de la creciente importancia de las medidas destinadas al disfrute de la conciliación y fomentación de su ejercicio por parte de ambos progenitores, con independencia del género.

Por lo tanto, dicha práctica, se lleva a cabo en atención a la legislación nacional y cultura de cada país en la que LAMIGRAF desarrolla su actividad.

Uno de los valores principales del GRUPO es estar comprometida y ser responsable a escala local e internacional, tal y como se desprende del código ético.

Así, LAMIGRAF impone no sólo el cumplimiento de la legalidad vigente, sino la promoción de la finalidad de las normas.

De este modo, cabe destacar que las empresas que integran el GRUPO adoptan diferentes medidas de conciliación en función de su legislación local.

Así, en España, aparte de promover el uso de la retribución flexible, se transmite toda la información relevante en materia de conciliación de vida personal y familiar a sus trabajadores, informando a sus personas empleadas debidamente de sus derechos, entre los que cabe destacar posibilidades de flexibilidad horaria de su jornada laboral.

## 4.10. SEGURIDAD Y SALUD



La seguridad y la salud en el trabajo es un principio básico y fundamental para LAMIGRAF, basado en la integración de la prevención en el conjunto de sus actividades y en todos los niveles jerárquicos de su plantilla, con el fin de asegurar una protección eficaz frente a los riesgos laborales presentes, así como una mejora continua de las condiciones de trabajo y entorno laboral.

El GRUPO ha apostado por una mejora continua en las condiciones de salud y seguridad en el trabajo mediante un proceso programado, sistemático y periódico de evaluación y análisis de incidentes.

Tal y como se desprende del Plan de Prevención de Riesgos Laborales en España, el compromiso y modelo de prevención de riesgos laborales que sigue LAMIGRAF se fundamenta en la integración de la actividad preventiva en todos los niveles jerárquicos de la estructura organizativa, sobre todo, en aquellas actividades con potencial incidencia sobre la seguridad y salud de los trabajadores, que abarcan principalmente las categorías profesionales de técnicos, personal cualificado y operarios, sin obviar los riesgos en los puestos administrativos.

El resto de los países en los que LAMIGRAF desarrolla su actividad velan por la correcta aplicación de la seguridad y salud en el trabajo, en atención a la legislación que les es aplicable.

Asimismo, existen Normas corporativas de obligado cumplimiento en todo el GRUPO que establecen regulación específica en materia de uso de vestuario laboral y uso de Equipos de Protección Individual (EPI's).

En línea con su objetivo de seguridad laboral, los objetivos del Plan de Prevención son:

- Integrar la prevención de riesgos laborales en el sistema general de gestión de LAMIGRAF, en el conjunto de actividades y en todos los niveles de la jerarquía de esta.
- Describir la estructura organizativa, las responsabilidades, las funciones, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para completar la acción preventiva de riesgos en la empresa.

Regularmente, LAMIGRAF, ejecuta las actuaciones de prevención exigidas por la normativa de prevención de riesgos laborales que es de aplicación en cada centro: evaluación de riesgos de lugares de trabajo, formación genérica y específica del personal en materia de prevención de riesgos laborales, investigación de accidentes comunicados por la empresa, planificación de la actividad preventiva, control periódico de las condiciones de trabajo y de la actividad del personal, medidas higiénicas si son necesarias y elaboración de la memoria anual de la actividad preventiva llevada a cabo.

Respecto al resto de centros productivos, dispone de un sistema de gestión de riesgos laborales para cada país, disponiendo de las certificaciones que establece los requisitos de las mejores prácticas en gestión de seguridad y salud en el trabajo, destinados a permitir que la organización controle sus riesgos y mejore su desempeño en este ámbito.

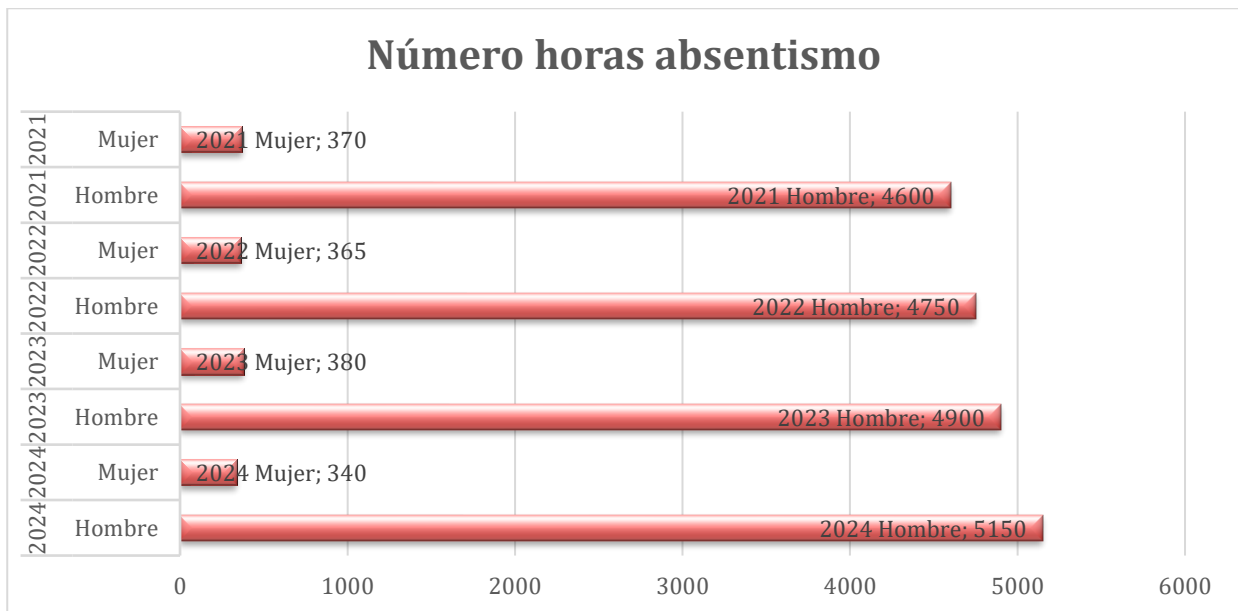


Respecto a la accidentabilidad, durante 2024 LAMIGRAF ha trabajado en:

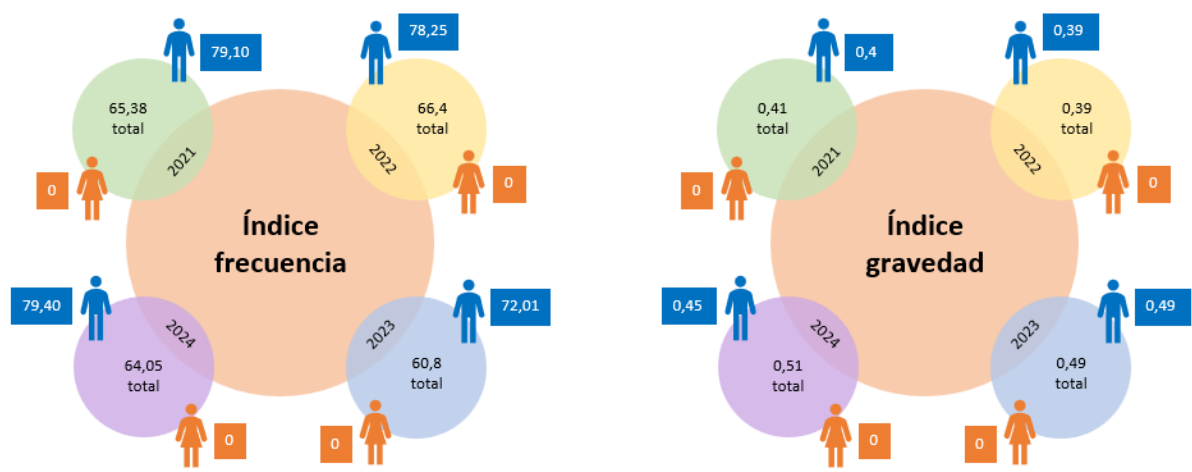
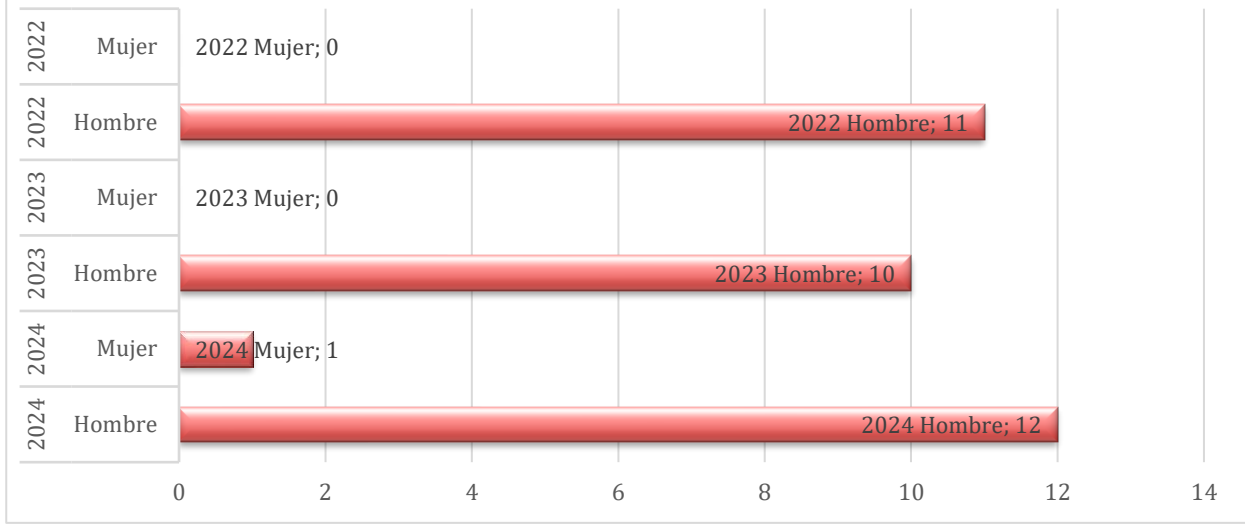
- Mejora del análisis de riesgo referente a los movimientos de materiales en los diferentes puestos de trabajo.
- Definición de consignas específicas adecuadas para cada puesto.
- Campañas referentes a los desplazamientos por planta y centros de producción.

### Indicadores de accidentabilidad

- Número de horas de absentismo
- Número de accidentes de trabajo con baja laboral (incluidas in itinere)
- Índice de frecuencia: número de accidentes con baja laboral por cada millón de horas trabajadas.
- Índice de gravedad: número de jornadas perdidas por accidentes por cada mil horas trabajadas.



## Número accidentes de trabajo con baja laboral



### Carácter preferente del teletrabajo en periodos de confinamiento estricto

El carácter industrial de la empresa no permite en la mayoría de los casos realizar el trabajo a distancia, no obstante, la Dirección de la Empresa implantó –excepcionalmente y donde ello era posible– el trabajo a distancia preferente como medida preventiva frente al riesgo de contagio de Covid-19.

Sirvió la experiencia para establecer una política para futuras situaciones similares, si fuera el caso, destacando los siguientes puntos:

### Accesos y Control de la temperatura

Se establecería un control de temperatura para todas las personas que deban acceder a los Centros Principales de Trabajo. El control se realizaría mediante cámaras termográficas u otros dispositivos. Se impediría el acceso a las personas, tanto internos como externos, con una temperatura corporal igual o superior a 37,5°C.



### **Elementos de prevención y control**

- Reorganización de los horarios para evitar que coincidan en las horas de entrada y salida.
- Reasignación de taquillas para evitar aglomeraciones.
- Uso obligatorio de la mascarilla y gel hidroalcohólico.
- Señalización específica con medidas de prevención.
- Limitación aforo en comedores y establecimiento distancia seguridad.
- Formación específica a los trabajadores.

### **Limpieza y desinfección de las instalaciones**

Se establecería un incremento de la limpieza y desinfección de las instalaciones, en especial comedores, vestuarios y lavabos.

### **Control de la incidencia**

Se realizaría un seguimiento diario sobre la incidencia de los contagios en todos los centros de trabajo.

### **Test diagnósticos**

Se realizarían pruebas de detección a las personas empleadas, con especial seguimiento a los contactos estrechos.

### **Acompañamiento psicológico**

LAMIGRAF puso en marcha un programa específico de apoyo y acompañamiento individual a las personas trabajadoras con el objetivo de preservar su salud mental, emocional y física y acompañar a las personas que requirieran de un apoyo personal



#### 4.11. RESPETO POR LOS DERECHOS HUMANOS

LAMIGRAF trabaja en base a una cultura corporativa con ausencia de toda discriminación y nunca ha recibido ninguna comunicación o denuncia por vulneración de los derechos humanos. Así, el Código Ético del GRUPO, en su apartado *VI. Principios rectores de nuestra actividad, establece:*

- ***Respetamos los derechos humanos y la ley***

*Estamos de acuerdo en exaltar los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de nuestro ámbito de influencia, además de asegurarnos de no ser en ningún caso cómplices en la vulneración de los mismos.*

*Asumimos como valor fundamental el respeto a la dignidad de la persona, y suscribimos en su totalidad la Declaración Universal de Derechos Humanos adoptada por las Naciones Unidas en 1948 y los instrumentos que de la misma se derivan.*

*Manifestamos nuestro compromiso y vinculación con los derechos humanos y laborales reconocidos en la legislación nacional e internacional y con los principios en los que se basan el Pacto Mundial de Naciones Unidas, así como en los documentos o textos que complementen o que puedan sustituir a los anteriormente referidos.*

*Cumplimos con todas las leyes vigentes de carácter local, nacional e internacional, dondequiera que desarrollamos nuestras actividades.*

- ***Promovemos una conducta profesional íntegra***

Los criterios rectores a los que se ajustará la conducta de los colaboradores de LAMIGRAF serán la profesionalidad, la integridad y el autocontrol en sus actuaciones y decisiones:



a) La profesionalidad es la actuación diligente, responsable, eficiente y enfocada a la excelencia, la calidad y la innovación.

b) La integridad es la actuación leal, honrada, de buena fe, objetiva y alineada con los intereses de la Empresa y con sus principios y valores expresados en este Código.

c) El autocontrol en las actuaciones y en la toma de decisiones supone que cualquier actuación que realicen se asiente sobre cuatro premisas básicas: (i) que sea éticamente aceptable; (ii) que se encuentre dentro de la legalidad; (iii) que se lleve a cabo en el marco del interés social de la Empresa; y (iv) que esté dispuesto a asumir la responsabilidad sobre ella.

- **Impulsamos un espacio laboral sin discriminación**

Acatamos las disposiciones aplicables sobre prohibición del trabajo infantil, y las de no hacer uso ni tolerar ningún tipo de trabajo en condiciones de esclavitud, trabajo forzado o realizado bajo coacción, servidumbre, o trata de personas. Así como aseguramos que nuestros trabajadores no serán objeto de un trato inhumano o degradante.

Negamos toda discriminación, acoso, abuso o trato inapropiado en base al género, raza, color, nacionalidad, credo, religión, opinión política, filiación, edad, orientación sexual, estado, incapacidad, minusvalía y demás situaciones protegidas por el derecho, tanto respecto a nuestros empleados, directivos o miembros del órgano de administración, como a los accionistas, clientes, potenciales clientes y proveedores o cualquier persona que interactúe con nosotros.

Nos comprometemos a mantener un ambiente de trabajo libre de acoso, intimidación y conductas ofensivas o impropias, incluyendo propuestas o sugerencias sexuales, material gráfico y demás acciones que puedan ofender a la dignidad de la persona.

- **Garantizamos unas condiciones de trabajo justas**



*Propugnamos la protección de los derechos de las Personas Sujetas a este Código de conformidad con las leyes y el convenio colectivo aplicable, y respetamos el derecho de nuestros trabajadores a elegir libremente a sus representantes, a negociar colectivamente, a la libertad de reunión y la formación de grupos de interés.*

*Cumplimos con las disposiciones legales que salvaguardan unas condiciones de trabajo justas, incluidas aquellas que regulan las retribuciones, las horas de trabajo y respetamos el derecho a la intimidad de nuestros trabajadores, en todas sus manifestaciones, y en especial en lo que se refiere a datos de carácter personal, médicos y económicos.*

*La Empresa respeta la vida personal y familiar de sus trabajadores y promoverá los programas de conciliación que faciliten el mejor equilibrio entre esta y sus responsabilidades laborales.*

- ***Defendemos el derecho a la intimidad***

*LAMIGRAF respeta el derecho a la intimidad de las Personas Sujetas a este Código, en todas sus manifestaciones, y en especial en lo que se refiere a sus datos de carácter personal, médicos y económicos.*

*La Empresa respeta las comunicaciones personales de sus colaboradores a través de Internet y demás medios de comunicación.*

*Las Personas Sujetas a este Código se comprometen a hacer un uso responsable de los medios de comunicación, de los sistemas informáticos y, en general, de cualesquiera otros medios que LAMIGRAF ponga a su disposición de acuerdo con las políticas y criterios establecidos a tal efecto. Tales medios se facilitan para uso profesional y no son aptos, por ello, para la comunicación privada. Por lo tanto, no son susceptibles de generar expectativa de privacidad y pueden resultar supervisados por la Empresa en el ejercicio proporcionado de sus deberes de control.*

*LAMIGRAF se compromete a no divulgar datos de carácter personal de sus colaboradores, salvo consentimiento de los interesados y en los casos de obligación legal o en cumplimiento de resoluciones judiciales o administrativas. En ningún caso podrán ser tratados los datos de carácter personal de las Personas Sujetas a este Código para fines distintos de los legal o contractualmente previstos.*

*LAMIGRAF cumplirá los requerimientos previstos en la legislación de protección de datos de carácter personal respecto de las comunicaciones que les remitan sus colaboradores con arreglo a lo dispuesto en este Código.*



## 5. INTEGRIDAD EN EL NEGOCIO Y GESTIÓN DEL RIESGO

### 5.1. VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS

Desde su nacimiento, LAMIGRAF desarrolla su actividad con un respeto absoluto a la legislación vigente y a partir de los principios de integridad, honestidad y respeto a sus propias personas empleadas y a todos los colectivos con los que se relaciona el GRUPO (consumidores, proveedores, clientes, administraciones, comunidades locales, etc.).

Dichos principios se recogen en el Código Ético Empresarial, el cual pretende servir de guía de actuación de la compañía en todos los países en los que se encuentra presente e independientemente de la situación del mercado.

En este sentido, el Código Ético Empresarial de LAMIGRAF supone una normativa de obligado cumplimiento para los empleados del GRUPO, por encima de cualquier otro código ético de carácter local o específico, y de cualquier orden de un mando superior.

El conocimiento del Código implica el compromiso de denunciar al Comité Ético cualquier comportamiento individual o colectivo que vulnere los principios que se recogen en el documento. Del mismo modo, el Comité, como órgano competente en la administración del Código, se compromete a velar por la difusión, correcta interpretación y cumplimiento del Código, estableciendo las medidas que considere oportunas en el caso de comportamientos inadecuados.

### 5.2. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

Por lo que respecta a la prevención de la corrupción, LAMIGRAF establece en su código ético empresarial unas normas de obligado cumplimiento, que todas las personas empleadas aceptan por escrito al incorporarse a la empresa. En el apartado VI del Código ético empresarial se hace referencia al modo de actuación para prevenir situaciones de conflicto de intereses y corrupción, además de competir en el mercado de forma leal.

- ***Condenamos toda forma de corrupción y de soborno.***

*LAMIGRAF manifiesta su firme compromiso contra la corrupción y el fraude, y en particular, con la no realización de prácticas que puedan considerarse irregulares en sus relaciones con terceros (clientes, proveedores, competidores o autoridades, entre otros), adoptaremos las medidas adecuadas para impedir el blanqueo de dinero y la financiación del terrorismo, y nos comprometemos a que los trabajadores recibirán una formación adecuada sobre la legislación aplicable en aquellos países en los que desarrollemos nuestras actividades.*



*La transparencia ante la sociedad es un valor fundamental de nuestra actuación. No toleramos ningún tipo de prácticas comerciales desleales, corrupción o criminalidad económica por parte de nuestros empleados, colaboradores, proveedores o de cualquier otra entidad. En LAMIGRAF está prohibida la entrega o aceptación de sobornos de cualquier tipo, tanto en el sector público como en el privado.*

*La confianza de nuestros clientes y del entorno en el que operamos se halla en la base de nuestra integridad empresarial, de acuerdo con esto, asumimos el compromiso de facilitar una información precisa, veraz y comprensible de nuestros servicios.*

*Realizamos la contratación de proveedores en un marco de libre competencia y al margen de cualquier vinculación o interferencia ajena a nuestros intereses. La compra de bienes o la contratación de servicios las llevamos a cabo con objetividad y transparencia, eludiendo situaciones de vinculación familiar, económica o de amistad con el proveedor.*

*Es nuestro objetivo evitar cualquier tipo de conflicto de intereses que pueda derivar en riesgo de corrupción y únicamente aceptamos o realizamos invitaciones, regalos y otras gratificaciones cuando se ofrecen de buena fe, sirven a un propósito comercial legítimo, y si dentro de unos límites razonables, están destinados al mantenimiento de relaciones cordiales o a la presentación de productos o servicios de la Empresa; y siempre que no supongan obtener o conceder una ventaja inadecuada o una expectativa de compensación ilícita o de preferencia de otro tipo.*

*La Empresa, en el marco de la consecución del interés social y del apoyo a la estrategia empresarial a largo plazo, asegurará el cumplimiento de la normativa tributaria aplicable evitando riesgos e ineficiencias fiscales en la ejecución de las decisiones de negocio.*

- ***Evitamos los conflictos de intereses en nuestro trabajo.***

*Es posible que en el ejercicio de nuestra labor para LAMIGRAF nos encontremos ante situaciones en las que la decisión que más beneficia a la Empresa interfiera con nuestros propios intereses personales. Un conflicto de intereses puede conducir a que una persona no sea capaz de cumplir con su deber para con la Empresa de manera imparcial.*

*Se considerará que existe conflicto de interés en aquellas situaciones en las que entren en colisión, de manera directa o indirecta, el interés personal del colaborador y el interés de la Empresa.*

*Previamente a la realización de la operación o conclusión del negocio de que se trate los empleados susceptibles de incurrir en un posible conflicto de intereses deben (i) comunicarlo a la Empresa para su resolución; (ii) actuar en todo momento con profesionalidad y con lealtad; (iii) abstenerse de influir en la toma de decisiones, de*



*participar en las deliberaciones para la adopción de dichas decisiones y de acceder a información confidencial que afecte a dicho conflicto.*

*Las decisiones profesionales deberán estar basadas en la mejor defensa de los intereses de la Empresa, de forma que no estén influenciadas por relaciones personales o de familia o por cualesquiera otros intereses particulares.*

- **Competimos en el mercado de forma leal.**

*Actuamos siempre con responsabilidad y justicia como agente activo en el mercado, y fomentamos también este comportamiento por parte de nuestros colaboradores, proveedores y clientes.*

*Cumplimos con todas las prescripciones relevantes en materia de legislación sobre la competencia. En particular, no adoptaremos ningún tipo de convenio, acuerdo o comportamiento que limite o pueda limitar la competencia de un modo no admisible.*

*Nos comprometemos a actuar con imparcialidad y objetividad en la contratación de proveedores y a no revelar a terceros información o precios de un proveedor a no ser que estemos obligados legalmente o que exista el consentimiento de las partes interesadas.*

### **5.3. MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y CONTROL**

LAMIGRAF dispone de los siguientes Protocolos específicos para aplicar medidas de control y prevención con el objetivo de minimizar el riesgo, perseguir y condenar cualquier conducta contraria a sus políticas:

- Protocolo Comercial, Ventas y relación con el cliente.
- Protocolo Compras y Relación con los proveedores.
- Protocolo de fiscalidad.

## **6. SOCIEDAD Y GRUPOS DE INTERÉS**

### **6.1. CLIENTES Y CONSUMIDORES**

El producto final de LAMIGRAF acaba formando parte de la vida cotidiana para millones de personas, por lo que es consciente y está comprometida con la responsabilidad que tiene para crear productos seguros y que no afecten a la salud de los clientes directos ni de los usuarios finales, por lo que cuenta con protocolos de control de la producción y procesos de fabricación comunes en todas las plantas.

Todos los diseños y productos tienen en cuenta los mismos criterios y se realizan pruebas exhaustivas para garantizar que el producto no sea peligroso ni dañino para la salud, además de cumplir de forma estricta con la legislación vigente en todos los países donde opera LAMIGRAF.



El Departamento de Calidad, se responsabiliza de mantener este nivel de exigencia mediante:

- i) el potenciamiento del intercambio de conocimiento con las unidades de producción y alineando a los equipos bajo unos mismos objetivos comunes
- ii) el desarrollo de una labor de auditoría interna de los diversos procesos y proporcionando apoyo técnico a todas las filiales del grupo cuando es requerido
- iii) el aseguramiento de la satisfacción de clientes.

Para ello, LAMIGRAF dispone de una Quality Policy de obligado cumplimiento en todas las plantas de producción y que garantiza unos altos estándares de calidad del producto final.

Asimismo, LAMIGRAF en su compromiso para abastecerse únicamente de productos provenientes de madera certificada, realiza con periodicidad anual las auditorías necesarias para garantizar la correcta aplicación de la cadena de custodia y trazabilidad requerida en todas sus materias primas con origen arbóreo y detectar así cualquier anomalía que pudiera surgir y aplicar las acciones preventivas y correctivas oportunas.

Por otro lado, y vinculado al compromiso de LAMIGRAF de persecución de la excelencia y mejora continua de la calidad, durante los años 2023 & 2024, se han realizado importantes inversiones con el objetivo de mejorar tanto el ajuste y control de color de las producciones, así como el control de posibles incidencias en vivo durante las mismas. Para ello se han instalado:

**Equipo BST de cámaras de inspección en directo** → Instalado a finales del año 2023 en la M10 de l'Ametlla.

Este sistema de control en directo de defectos en producción ha demostrado una efectividad muy elevada a la hora de detectar tanto defectos de papel base como causados por el proceso de impresión.

Por el momento el sistema se ha instalado en una impresora con el objetivo de controlar eminentemente productos críticos, sobretodo Unicolores & Unimetales.

**Equipo ASMS de control de color IPAC** → Instalado durante la 1ª mitad de 2024 en la planta de l'Ametlla en continuación del equipo ya instalado anteriormente en la planta alemana de Bönen.

Este sistema se ha mostrado muy útil tanto para mejorar el arranque de las producciones, siendo ahora más eficiente, tanto como para el control de ajuste de color y índice de similitud máster vs producción.

## **6.2. SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y CALIDAD**

LAMIGRAF, en su apuesta por el trabajo y acabado de calidad, y con el objetivo de ofrecer un acompañamiento integral al cliente, dispone de un Servicio de Calidad y Atención al Cliente que implica a los departamentos de Ingeniería y desarrollo de producto, Producción, Calidad, Comercial y Laboratorio de Muestras, además de



Protocolos específicos de atención al cliente por reclamaciones de producto y por reclamaciones derivadas del transporte, lo que garantiza un tiempo de respuesta máximo de 24-48 horas ante cualquier tipo de reclamación.

Durante el ejercicio 2024 se han registrado 181 reclamaciones a través de los diversos canales de toda la red global, principalmente mediante canales de comunicación online, que han supuesto un porcentaje de importe abonado respecto al facturado del 1,91%.

El sistema de reclamaciones está adaptado a cada uno de los mercados donde tiene presencia la red de distribución comercial, además, está totalmente integrado dentro de la cadena de valor de LAMIGRAF, lo que permite garantizar el registro de las reclamaciones y peticiones que se realizan, así como su análisis y evaluación, con satisfacción.

Las reclamaciones se clasifican en 55 tipologías distintas y, a modo de ejemplo, entre las recibidas durante el año 2024, destacan que el 25,97% correspondían Arrugas, el 18,78% a diferencias de color y el 11,05% a manchas de tinta en el papel.

### **Actualización de puntos a 2024 con información general:**

En cuanto a la gestión de las reclamaciones, los departamentos implicados en la atención al cliente son:

- Producción
- Calidad
- Comercial
- Laboratorio de control

El canal oficial por el que recibimos todas las reclamaciones es vía email. Los clientes siempre nos hacen llegar muestras físicas del defecto por sistema de mensajería, DHL, UPS, u otro similar para que desde el depto. de calidad se pueda hacer una mejor valoración de las muestras reclamadas por parte del cliente.

En cuanto a los tiempos de respuesta, tenemos estipulado:

- Dar respuesta al cliente en un máximo de 24-48 horas mediante mail.
- En cuanto al análisis de las muestras puede durar más o menos dependiendo de cuándo recibamos la muestra del cliente y de la complejidad del problema, pero intentamos siempre que sea posible estar dentro de un periodo no superior a 1-2 semanas.
- Para resolver las reclamaciones, cada fin de mes hay acordada una reunión entre calidad y dirección de Operaciones y Producción, para resolver las reclamaciones abiertas de cada mes, y aprobar los abonos correspondientes.



- Mayoritariamente todas las comunicaciones son por email, quedando todo por escrito y acordado en el email. Asimismo, en casos con mayor complejidad o dónde se precise de mayores detalles se realizan llamadas/videollamadas directamente con la persona que comunica la reclamación o la incidencia para dar una mejor y más precisa atención al cliente, o mismo visitas técnicas.

En casos puntuales se puede acudir en persona a las instalaciones del cliente, con el objetivo de abordar con más detalles la incidencia y proceder a la resolución/cierre de la misma de forma directa con el cliente.

A continuación, se adjunta un resumen de las reclamaciones de 2024, desglosadas por tipología, número de no conformidades y % respecto al total:

Tipo de defecto	Número de No Conformidades	% Respecto el total
003 - Wrinkles	47	25,97 %
001 - Color difference	34	18,78 %
015 - Ink stain	20	11,05 %
051 - Printing problem	17	9,39 %
007 - Pigment lines	15	8,29 %
002 - Creases	8	4,42 %
006 - Out of register	6	3,31 %
018 - Transport Damage	6	3,31 %
004 - Dark bands	4	2,21 %
010 - Vibrations	4	2,21 %
017 - High porosity	4	2,21 %
046 - Impregnation	4	2,21 %
022 - Rip	3	1,66 %
031 - Statics	2	1,10 %
009 - Weight difference	1	0,55 %
012 - Joint	1	0,55 %
014 - Design direction	1	0,55 %
020 - Low Tension	1	0,55 %
025 - Sample dif. Color.	1	0,55 %
033 - Glued paper	1	0,55 %
044 - Humidity	1	0,55 %
<b>Total</b>	<b>181</b>	<b>100,00 %</b>



A continuación, se adjunta el detalle del importe total facturado vs. el abonado con su correspondiente porcentaje para la anualidad 2024.

- **TOTAL FACTURADO EN LA L01 2024 37.425.684,31€**
- **TOTAL ABONADO A LA L01 2023 715.549,20€**
- **PORCENTAJE DE ABONADO VS FACTURADO 2024 1,91%**

En cuanto al número total de toneladas reclamadas, este ha sido de 155,40 con el detalle por tipo de defecto en la tabla a continuación:

<b>Tipo de Defecto</b>	<b>Toneladas afectadas</b>
001 - Color difference	42,17
003 - Wrinkles	34,26
051 - Printing problem	19,30
015 - Ink stain	15,21
007 - Pigment lines	12,93
046 - Impregnation	4,99
006 - Out of register	4,20
017 - High porosity	4,15
020 - Low Tension	3,63
004 - Dark bands	3,48
002 - Creases	3,42
031 - Statics	2,68
010 - Vibrations	2,63
022 - Rip	0,75
025 - Sample dif. Color.	0,64
018 - Transport Damage	0,41
044 - Humidity	0,36
009 - Weight difference	0,09
033 - Glued paper	0,06
012 - Joint	0,03
014 - Design direction	0,02
<b>Total</b>	<b>155,40</b>



### 6.3. PROVEEDORES

La misión del Departamento de Compras es disponer de una red de proveedores, categorías y ámbitos de actividad muy diversos, óptima para garantizar el correcto desarrollo de la actividad. Esto implica no solo contar con proveedores con un alto rendimiento técnico y de calidad de producto, sino también que cumplan y estén alineados con los requisitos de sostenibilidad que LAMIGRAF define.

Debido a los grandes volúmenes de compra, la forma en la que se seleccionan y gestionan los proveedores es clave, contando con muchos que han sabido adaptarse desde un punto de vista técnico, competitivo, de calidad, de productividad y sostenibilidad, adecuándose a los requisitos demandados para cumplir con los requisitos y normativas.

En LAMIGRAF se tiene en cuenta criterios de gestión en distintos ámbitos por parte de los proveedores en el momento de seleccionarlos, y dispone de los siguientes procesos, sistemas y protocolos que incluyen cuestiones de responsabilidad social y ambiental:

- Protocolo de Compras y relación con los proveedores
- Sistema de Evaluación de Proveedores
- Protocolo de Inspección de Recepción de mercancía.

Cuando se contratan trabajos externos, se comunica a estos proveedores o empresas subcontratadas los requisitos básicos que deben cumplir en materia de responsabilidad ambiental y gestión de residuos.

Las políticas y prácticas para seleccionar proveedores son las mismas tanto para los proveedores locales como extranjeros. En el caso de condiciones similares, se da preferencia a proveedores locales que minimicen el impacto medioambiental por transporte y contribuyan a la cohesión de las fábricas con su entorno.

Así, durante el año 2024, el 24,85% del importe total de las compras realizadas a proveedores ha sido con proveedores nacionales, y de las cuales el 8,32% a proveedores locales.

## 7. CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA

### 7.1. COMPROMISO CON EL CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO

LAMIGRAF es un grupo de vocación internacional.

En dicho contexto de negocio global e internacional, el GRUPO está sometido a diferentes regulaciones y obligaciones tributarias que son gestionadas por distintas Administraciones y Autoridades Fiscales relativas a los territorios en los que está presente.



Operar en tal entorno requiere una gestión de los asuntos fiscales que sea responsable y permita apoyar al negocio garantizando la sostenibilidad del mismo en el corto, medio y largo plazo; para lo cual LAMIGRAF vela por dar estricto cumplimiento a los requisitos y obligaciones fiscales que le resultan de aplicación, de manera totalmente alineada con la estrategia del negocio y con su valores y principios éticos.

En respuesta a ello, la función fiscal de LAMIGRAF persigue contribuir al desarrollo de la actividad desde el cumplimiento de la legislación vigente y a partir de los principios de integridad, honestidad y respeto a los colectivos con los que se relaciona, entre los que se incluyen también las Administraciones Públicas, los consumidores y las comunidades locales. Por ello, LAMIGRAF actúa con el convencimiento que los impuestos pagados son también una forma de retorno a los territorios en los que está presente.

Como principios de actuación en materia tributaria, LAMIGRAF gestiona los asuntos fiscales procurando asegurar el cumplimiento de la normativa, tratando de minimizar de manera preventiva el riesgo fiscal, así como los conflictos con las correspondientes Administraciones Públicas.

Todo ello sin perjuicio de que en la consecución de tales objetivos se procuren evitar ineficiencias y costes fiscales indebidos para el GRUPO.

LAMIGRAF considera que, en caso de discrepancia administrativa con la Administración y con el objetivo de asegurar el interés social y el de sus accionistas, resulta legítimo presentar las interpretaciones razonables que la norma permita y mantener, en su caso, las controversias que de la misma puedan derivarse, actuando siempre sobre una base de confianza, honestidad y buena fe mutua.

En cuanto al Impuesto sobre los beneficios, LAMIGRAF actúa observando y respetando la regulación vigente en materia de precios de transferencia y de fiscalidad internacional, con el objetivo de que la operativa y presencia de sus entidades en los distintos territorios responda a razones de negocio, y cuyos resultados estén alineados en cada caso con la generación real de valor y marcha de la actividad, de acuerdo con las funciones, activos y riesgos asumidos.

En base a los criterios y metodología de cálculo definida por la OCDE en el marco del reporte “País por país”, se detalla en las Cuentas Anuales Consolidadas presentadas por LAMIGRAF el beneficio antes de impuestos de las jurisdicciones en las que opera.

## **7.2. IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS**

El importe de impuestos sobre beneficios pagados por el GRUPO, durante el ejercicio 2024, corresponde con lo indicado en el estado de flujos de efectivo consolidado de las cuentas anuales consolidadas.



En lo relativo a las subvenciones públicas recibidas, el importe corresponde al registrado en la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada durante el ejercicio 2024 y se exponen a continuación:

#### Proyectos Subvencionados y su Impacto en LAMIGRAF en 2024:

- **Programa: Incentivos al autoconsumo con energías renovables (Programa 2 - Generalidad de Catalunya, Institut Català d'Energia)**
- **Tipo de actuación:** Instalación solar fotovoltaica para autoconsumo
- **Título del proyecto:** Instalación solar fotovoltaica para autoconsumo en Lamigraf – L’Ametlla del Vallès
- **Tecnología:** Fotovoltaica
- **Sector:** Servicios y otros sectores productivos
- **Ubicación:** C/ Mas Dorca, 14-16, L’Ametlla del Vallès
- **Potencia pico instalada:** 750,27 kWp
- **Potencia inversores:** 638 kW
- **N.º de módulos:** 1.686 (de 440 Wp cada uno)
- **Producción estimada anual:** 1.382.198 kWh
- **Coste total (sin IVA):** 457.465 €
- **Importe solicitado de subvención:** 68.619,75 €

#### Descripción del Proyecto:

El proyecto consiste en la instalación de una planta solar fotovoltaica sobre cubierta con una potencia pico de **750,27 kWp**, orientada al autoconsumo energético de la empresa Lamigraf. Se estima una producción anual de **1.382.198 kWh**, una cuota de autoconsumo del **90 %** y una cobertura solar del **18,9 %**. La solución propuesta por **BayWa r.e. España** es una instalación llave en mano que incluye módulos de alta eficiencia, inversores Huawei, subestructura Novotegra sin penetración en tejado, sistemas de monitorización, protecciones eléctricas y asistencia en la conexión a red.

#### Impacto del Proyecto:

- **Reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>:** Al generar anualmente aproximadamente **1.382.198 kWh** de energía renovable, se evita la emisión de una gran cantidad de gases de efecto invernadero que serían producidos por fuentes fósiles. Tomando una media aproximada de 0,3 kg CO<sub>2</sub>/kWh en la red convencional, se estarían evitando cerca de **385 toneladas de CO<sub>2</sub> al año**.



- **Energía limpia y renovable:** Se utiliza energía solar, una fuente renovable, reduciendo la huella de carbono de Lamigraf y alineando su actividad con los objetivos de sostenibilidad y economía circular.



## 8. ÍNDICE DE CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018, DE 28 DE DISEMBRE.

Información solicitada por la Ley 11/2018	Materialidad	Página del informe donde se da respuesta	Criterio de reporting: GRI seleccionados (Versión 2016 si no se indica lo contrario)
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>			
Una breve descripción del modelo de negocio que incluye su entorno empresarial, su organización y estructura	Material	6 a 11	GRI 102-2 GRI 102-7
Mercados en los que opera	Material	9	GRI 102-3 GRI 102-4 GRI 102-6
Objetivos y estrategias de la organización	Material	11 a 14	GRI 102-14
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	Material	14 a 17	GRI 102-14 GRI 102-15
Marco de reporting utilizado	Material	4	GRI 102-54
Principio de materialidad	Material	5	GRI 102-46 GRI 102-47
<b>CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES</b>			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con estas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	Material	18 a 20	GRI 102-15 GRI 103-2
<b>Información general detallada</b>			
Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	Material	18 a 20	GRI 102-15



Información solicitada por la Ley 11/2018	Materialidad	Página del informe donde se da respuesta	Criterio de reporting: GRI seleccionados (Versión 2016 si no se indica lo contrario)
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Material	18, 19	GRI 103-2
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	Material	20 a 22 Ver cuentas anuales	GRI 103-2
Aplicación del principio de precaución	Material	18	GRI 102-11
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	Material	20, 21 Ver cuentas anuales	GRI 103-2
<b>Contaminación</b>			
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	Material	22, 23	GRI 103-2
<b>Economía circular y prevención y gestión de residuos</b>			
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	Material	27	GRI 103-2 GRI 306-4 y 306-5 (2020) en lo que respecta a peso de residuos peligrosos y no peligrosos.
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	No material	N/A	N/A
<b>Uso sostenible de los recursos</b>			



Información solicitada por la Ley 11/2018	Materialidad	Página del informe donde se da respuesta	Criterio de reporting: GRI seleccionados (Versión 2016 si nose indica lo contrario)
Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	Material	26, 27	GRI 303-5 (2018) El 303-3 (2018) en lo que respecta al origen del agua consumida
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	Material	24, 25	GRI 103-2 GRI 301-1 en lo que respecta al peso total por material
Consumo, directo e indirecto, de energía	Material	22, 23	GRI 302-1
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	Material	20 a 23	GRI 103-2
Uso de energías renovables	Material	23	GRI 302-1
<b>Cambio climático</b>			
Emisiones de gases de efecto invernadero generadas como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	Material	25, 26	GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-3
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	Material	28	GRI 103-2
Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	Material	20 a 22	GRI 103-2
<b>Protección de la biodiversidad</b>			
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	Material	19, 20	GRI 103-2



Información solicitada por la Ley 11/2018	Materialidad	Página del informe donde se da respuesta	Criterio de reporting: GRI seleccionados (Versión 2016 si no se indica lo contrario)
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	Material	18	GRI 103-2
<b>CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL</b>			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con estas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	Material	29, 43 a 47	GRI 102-15 GRI 103-2
<b>Empleo</b>			
Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional	Material	30 a 41	GRI 405-1 b
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo y promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	Material	33, 34	GRI 102-8 a) c)
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	Material	34	GRI 103-2
Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	Material	42 Alcance limitado	GRI 103-2 GRI 405-2
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	Material	42 Alcance limitado	GRI 103-2 GRI 405-2
Remuneración media de los directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	Material	El Board cuenta con 3 hombres y 1 mujer. No reportados los datos por motivos de confidencialidad	



Información solicitada por la Ley 11/2018	Materialidad	Página del informe donde se da respuesta	Criterio de reporting: GRI seleccionados (Versión 2016 si nose indica lo contrario)
Implantación de políticas dedesconexión laboral	Material	43	GRI 103-2
Número de empleados condiscapacidad	Material	41	GRI 405-1 b
<b>Formación</b>			
Las políticas implementadas en el campo de la formación	Material	46, 47	GRI 404-2
Horas totales de formación por temática	Material	47, 48	GRI 404-1
<b>Organización del trabajo</b>			
Organización del tiempo de trabajo	Material	49	GRI 103-2
Número de horas de absentismo	Material	49	GRI 103-2
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentarel ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	Material	49	GRI 103-2
<b>Salud y seguridad</b>			
Condiciones de salud y seguridad enel trabajo	Material	50 a 54	GRI 103-2 GRI 403-1 (2018) GRI 403-3 (2018) GRI 403-7 (2018)
Accidentes de trabajo, en particularsu frecuencia y gravedad, así comolas enfermedades profesionales; desagregado por sexo	Material	51, 52	GRI 403-9 (2018) en lo que respecta anúmero y tasa deaccidentes GRI 403-10 (2018) a)



Información solicitada por la Ley 11/2018	Materialidad	Página del informe donde se da respuesta	Criterio de reporting: GRI seleccionados (Versión 2016 si nose indica lo contrario)
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	Material	30	GRI 103-2
<b>RESPECTO DE LOS DERECHOS HUMANOS</b>			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con estas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	Material	54 a 56	GRI 102-15 GRI 103-2
<b>Aplicación de procedimientos de diligencia debida</b>			
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos y prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	Material	54 a 56	GRI 102-16 GRI 102-17
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Material	54	GRI 103-2 GRI 406-1
Medidas implementadas para la promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil	Material	54 a 56	GRI 103-2 GRI 407-1 GRI 408-1 GRI 409-1
<b>LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO</b>			



Información solicitada por la Ley 11/2018	Materialidad	Página del informe donde se da respuesta	Criterio de reporting: GRI seleccionados (Versión 2016 si nose indica lo contrario)
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con estas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	Material	57	GRI 102-15 GRI 103-2
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	Material	58, 59	GRI 103-2 GRI 102-16 GRI 102-17 GRI 205-3
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	Material	59	GRI 103-2 GRI 102-16 GRI 102-17
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	Material	No reporta	GRI 102-13
<b>INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD</b>			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con estas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	Material	18 a 23	GRI 103-2
<b>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</b>			
El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	Material	18 a 23, 61	GRI 103-2
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	Material	18 a 23, 61	GRI 103-2



Información solicitada por la Ley 11/2018	Materialidad	Página del informe donde se da respuesta	Criterio de reporting: GRI seleccionados (Versión 2016 si nose indica lo contrario)
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	Material	18 a 23, 61	GRI 102-43
Las acciones de asociación o patrocinio	Material	No reporta	GRI 103-2
<b>Subcontratación y proveedores</b>			
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	Material	61	GRI 103-2
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	Material	61	GRI 102-9 GRI 103-2
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	Material	No se realizan	GRI 102-9 GRI 308-2 a) GRI 414-2 a)
<b>Consumidores</b>			
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	Material	60	GRI 103-2 GRI 416-1
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	Material	60, 61	GRI 103-2
<b>Información fiscal</b>			
Los beneficios obtenidos país por país	Material	62, 63	GRI 103-2
Los impuestos sobre beneficios pagados	Material	62, 63	GRI 103-2
Las subvenciones públicas recibidas	Material	63	GRI 201-4 a)



**LAMIGRAF, S.A. y  
Sociedades Dependientes**

Informe de verificación  
independiente del Estado de  
Información no Financiera  
Consolidado de LAMIGRAF  
S.A. y Sociedades  
dependientes

2 de julio de 2025

