



2021

MEMORIA ANUAL

ROCA GROUP

La implicación y el esfuerzo de los 24.492 profesionales que forman Roca Group han permitido cerrar el año 2021 con la mejor cifra de facturación de la historia de la compañía a pesar de las restricciones y limitaciones derivadas de la crisis sanitaria. Una nueva demostración de la capacidad colectiva de reacción y adaptación del equipo humano del grupo frente a un contexto sin precedentes y un entorno socioeconómico complejo.

La portada y las imágenes principales de esta memoria quieren reconocer el compromiso de toda la plantilla y su búsqueda constante de la excelencia. Los profesionales que integran el grupo en cada una de las fases de la cadena de valor garantizan que Roca Group se mantenga como una compañía de referencia a nivel global en el sector del espacio de baño.

# 2021

MEMORIA ANUAL

ROCA GROUP



# 2021

MEMORIA ANUAL

PRESENTACIÓN	4
2021 EN RESUMEN	6
ROCA GROUP EN EL MUNDO	8
AVANZANDO HACIA EL FUTURO	10
CRECIMIENTO	14
EXCELENCIA OPERACIONAL	20
INNOVACIÓN	26
TRANSFORMACIÓN DIGITAL	34
SOSTENIBILIDAD	38
PERSONAS	46
FUNDACIÓN WE ARE WATER	50
INFORME FINANCIERO	56
DATOS MÁS SIGNIFICATIVOS	58
CUENTA CONSOLIDADA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	61
BALANCE CONSOLIDADO	62

## PRESENTACIÓN

El año 2021 vino marcado por el inicio de una nueva normalidad post-covid y por el desarrollo de un nuevo escenario geopolítico. En este contexto, la economía global mostró signos de recuperación, a pesar de la persistente incertidumbre, con un crecimiento del PIB mundial del 6,1% y datos alentadores en nuestros principales mercados, como España (5,1%), la zona euro (5,3%) y países como India y China, ambos por encima del 8%.

Esta mejoría del marco económico, junto a la búsqueda continua de la excelencia en todas nuestras operaciones, nos han llevado a un resultado del ejercicio altamente positivo, con las cifras de negocio alcanzando el mayor registro histórico, tanto en facturación (2.053 millones de euros) como en EBITDA (401 M€) y en beneficio neto (179 M€).

Estos excelentes resultados nos han permitido centrar nuestros esfuerzos en seguir consolidando el proyecto corporativo de Roca Group, fiel al espíritu emprendedor de la empresa familiar y caracterizado por una estrategia de largo plazo basada en el crecimiento.

Así, hemos retomado nuestra política de adquisiciones orientadas a mejorar posiciones en negocios y sectores en expansión, incorporando centros de competencia que aportan *know-how* al grupo en categorías como el mueble de baño y los sistemas de instalación. En paralelo, hemos integrado nuevas unidades productivas que aumentan nuestra capacidad para abastecer regiones en desarrollo con

un servicio de proximidad más eficiente y sostenible. Además, para seguir focalizando y acelerando el crecimiento de nuestras operaciones en el sector del baño, hemos cerrado la venta de nuestra división de cerámica plana.

Por todo ello, a la hora de hacer balance, podemos estar muy satisfechos de haber cumplido con los objetivos prioritarios que nos habíamos marcado para 2021: velar por la salud y seguridad de nuestros empleados en un contexto aún marcado por las sucesivas oleadas de covid, recuperar los niveles de actividad prepandemia y retomar el crecimiento de nuestras operaciones.

Unos objetivos cumplidos y sustentados en nuestros pilares estratégicos, que seguimos consolidando año tras año con nuevas líneas de actuación e iniciativas de futuro:

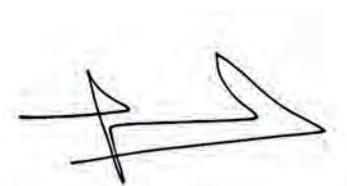
- Para situar el principio de sostenibilidad en el centro y raíz de todas las actividades de Roca Group, hemos hecho un esfuerzo notable en la fijación de metas, la organización de equipos, el diseño de procesos y la dotación de recursos a tal efecto. Fruto de ello, hemos adquirido el compromiso de alcanzar la neutralidad de carbono en emisiones directas en 2045 en base a la iniciativa Science Based Targets (SBTi) de las Naciones Unidas.
- Para seguir potenciando el crecimiento del grupo y su excelencia operacional, hemos implementado el Roca Group Business System, una metodología basada en el modelo Kaizen que, junto al desarrollo

de centros de competencia, son las bases para construir una organización más eficiente, más ágil y con mayor capacidad de adaptación.

- Con el objetivo de impulsar la innovación transversal y la transformación digital, hemos creado un fondo de inversión corporativo, Roca Group Corporate Ventures, dotado de 25 millones de euros que destinaremos a fomentar el emprendimiento híbrido colaborando con empresas emergentes.

Como conclusión, 2021 ha sido un año lleno de desafíos y oportunidades para seguir avanzando en nuestro propósito de generar impacto positivo a nivel económico, social y medioambiental.

Un propósito que compartimos con los 24.492 empleados de Roca Group, a quienes desde el Consejo de Administración queremos expresar nuestro agradecimiento. Su dedicación y compromiso ponen de manifiesto la clave del éxito del grupo a lo largo de sus más de 100 años de historia: un equipo humano extraordinario.



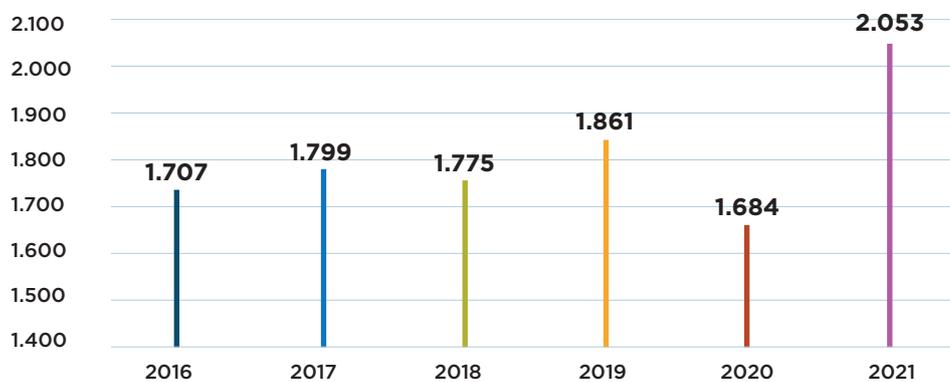
**SANTIAGO DE GOMAR ROCA**

PRESIDENTE



## CIFRA DE NEGOCIOS

en millones €





# 2021 EN RESUMEN

Roca Group ha conseguido en 2021 la mejor cifra de ventas de su historia, superando por primera vez los 2.000 millones de euros de facturación, con un incremento superior al 20% con relación a 2020 y en un contexto todavía condicionado por el impacto de la pandemia de coronavirus.

La búsqueda continua de la optimización y la excelencia en todos los procesos ha permitido incrementar el EBITDA hasta los 401 millones de euros y alcanzar un beneficio neto de 179 millones de euros. El importe total de las inversiones en inmovilizado material e intangible asciende a 124 millones, en un ejercicio en que se han realizado diversas operaciones de adquisición para consolidar la especialización en el sector del espacio del baño.

	2018	2019	2020	2021
<b>EBITDA</b>	<b>243</b>	<b>253</b>	<b>306</b>	<b>401</b>
<b>RESULTADO NETO</b>	<b>95</b>	<b>69</b>	<b>60</b>	<b>179</b>
<b>INVERSIONES CORRIENTES</b>	<b>145</b>	<b>154</b>	<b>106</b>	<b>124</b>

en millones €

*Informe financiero completo, en páginas 56 a 63 de esta memoria anual.*

# ROCA GROUP EN EL MUNDO



84

plantas  
de producción



170

países



24.492

empleados

AMÉRICA



Roca Group cuenta con una implantación geográfica equilibrada con presencia tanto en mercados maduros como en economías emergentes. Este equilibrio permite reducir el riesgo derivado de las incertidumbres económicas y aumentar las oportunidades comerciales.

**EMEA**

Europa Occidental,  
Oriente Medio  
y África

**NCEE**

Norté, Centro y Este de Europa

**APAC**

Asia y Pacífico





1

# AVANZANDO HACIA EL FUTURO

## Estrategia de largo plazo basada en el crecimiento y el desarrollo sostenible

El proyecto corporativo del grupo, fiel al espíritu emprendedor de la empresa familiar, se caracteriza por una estrategia de largo plazo basada en el crecimiento. De esta forma, garantiza su desarrollo sostenible obteniendo la rentabilidad necesaria para mantenerse como una compañía independiente capaz de invertir continuamente pensando en el futuro.

La misión y la visión del grupo establecen un modelo de creación de valor compartido, sustentado en seis pilares estratégicos, con el objetivo de generar un triple impacto positivo: a nivel económico, social y medioambiental.



## Seis pilares estratégicos

---



### CRECIMIENTO

---

El desarrollo de soluciones que aporten valor añadido y mejoren la vida de las personas es, junto con el análisis del entorno competitivo y la visión a largo plazo, la mejor garantía de viabilidad y crecimiento sostenible.



### EXCELENCIA OPERACIONAL

---

La implementación de la metodología Kaizen a través del Roca Group Business System, el desarrollo de Centros de Competencia y la extensión de las mejores prácticas son la base para construir una organización más ágil, productiva y de aprendizaje rápido.



### INNOVACIÓN

---

El trabajo en I+D+I implica de forma transversal a toda la compañía y se promueve también mediante iniciativas de colaboración como el fondo Roca Group Ventures, que persigue generar un modelo de emprendimiento híbrido junto a empresas emergentes.



### TRANSFORMACIÓN DIGITAL

---

Desde el aprovisionamiento y la producción a la comercialización y el servicio, la digitalización y la integración tecnológica permiten establecer, estandarizar y racionalizar procesos, optimizar la cadena de valor y generar nuevos modelos de negocio.



### SOSTENIBILIDAD

---

El propósito de legar a las futuras generaciones una sociedad y un planeta mejor sitúa a la sostenibilidad en el centro de todas las actividades del grupo. La hoja de ruta de la compañía está alineada con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.



### PERSONAS

---

Los clientes son la razón de ser de la compañía y superar sus expectativas con vocación de servicio, el objetivo esencial del equipo humano del grupo. El departamento de Talent Management y la Roca Group Corporate University velan por el crecimiento y desarrollo profesional de los empleados.

## Para lograr un triple impacto

**El compromiso corporativo con la sostenibilidad persigue la generación de impacto positivo en tres grandes ámbitos: Personas, Planeta y Prosperidad.**

### PERSONAS

Presente en múltiples países y culturas, el propósito de mejorar la vida de las personas tanto dentro como fuera de la organización ha llevado a Roca Group a promover iniciativas para el fomento del talento y la mejora de la experiencia del cliente, así como a desarrollar proyectos de ayuda a las comunidades más desfavorecidas en el mundo.

### PLANETA

El compromiso con el desarrollo sostenible, unido a la presión sobre los recursos naturales del planeta y el desafío del cambio climático, llevan al grupo a seguir trabajando día a día para mejorar el impacto de sus operaciones en el medio ambiente. Del mismo modo, continúa innovando en el desarrollo de tecnologías y productos sostenibles, que facilitan el ahorro de agua y energía en todo el mundo.

### PROSPERIDAD

Participar de la sociedad y de la vida de las personas implica un compromiso a largo plazo con la generación de riqueza. Desde sus inicios como empresa familiar, Roca Group ha perseguido que la creación de empleo y la generación de beneficios repercutieran tanto en las retribuciones de sus trabajadores y las mejoras en los procesos de la organización como en la sociedad en general.

#### COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Como entidad adherida al **Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact)**, la sostenibilidad es parte integral del compromiso de Roca Group, que trabaja alineado con las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El Plan de Sostenibilidad del grupo concreta los ODS en los que impacta directamente la actividad de la organización.

#### ODS DE IMPACTO DIRECTO







# CRECIMIENTO

En un entorno de gran complejidad, tanto por factores externos como por las propias tendencias de transformación del sector, Roca Group trabaja en anticipar las oportunidades de negocio y focalizar sus recursos en operaciones que aporten valor real a sus clientes y usuarios.

En este marco, en 2021 se han integrado compañías de referencia en las categorías de producto con mayor potencial de crecimiento, que han permitido progresar hacia una todavía mayor especialización en el negocio del espacio de baño. La política de inversión continua en tecnología de producción también permite disponer siempre de la capacidad necesaria para dar respuesta a la demanda de los respectivos mercados, atendiendo a los requisitos del grupo en materia de calidad y sostenibilidad.

IMPACTO DIRECTO

IMPACTO INDIRECTO





## Adquisiciones para consolidar nuevas categorías y regiones

Roca Group ha seguido consolidando en 2021 su política de adquisiciones, a partir de una estrategia que prioriza la compra de compañías *best-in-class*, de elevado *know-how* y capacitación tecnológica, y que permitan una óptima integración en la estructura de la organización. De este modo, se persigue potenciar el posicionamiento como especialista global en el sector, además de afianzar la presencia en regiones en expansión.

Bajo esta filosofía, a lo largo del año se han cerrado las siguientes adquisiciones: **Royo** (España), líder europeo en fabricación de muebles de baño (adquisición del 75% de la compañía); **factoría en Ceará** (Brasil), con una planta de porcelana sanitaria de alto valor estratégico; y **Sanit** (Alemania), especializada en la producción de cisternas empotradas y sistemas de instalación.

Las operaciones de Royo y Sanit suponen incorporar nuevas capacidades y competencias en dos categorías de producto en fase de crecimiento dentro del espacio de baño. Por su parte, la adquisición de la factoría en Ceará permite atender el incremento de la demanda en la zona noreste de Brasil y el Centro y Norte de América.

## ROYO

---

**Categoría:** muebles

**Plantilla:** 795 personas

**Plantas de producción:** 3 (1 España y 2 Polonia)

**Capacidad:** 1 M unidades/año



## FACTORÍA EN CEARÁ

---

**Categoría:** porcelana sanitaria

**Plantilla:** 227 personas

**Plantas de producción:** 1 (Brasil)

**Capacidad:** 1,4 M piezas/año



## SANIT

---

**Categoría:** sistemas de instalación

**Plantilla:** 390 personas

**Plantas de producción:** 3 (Alemania)





## Concentración del negocio en el espacio de baño

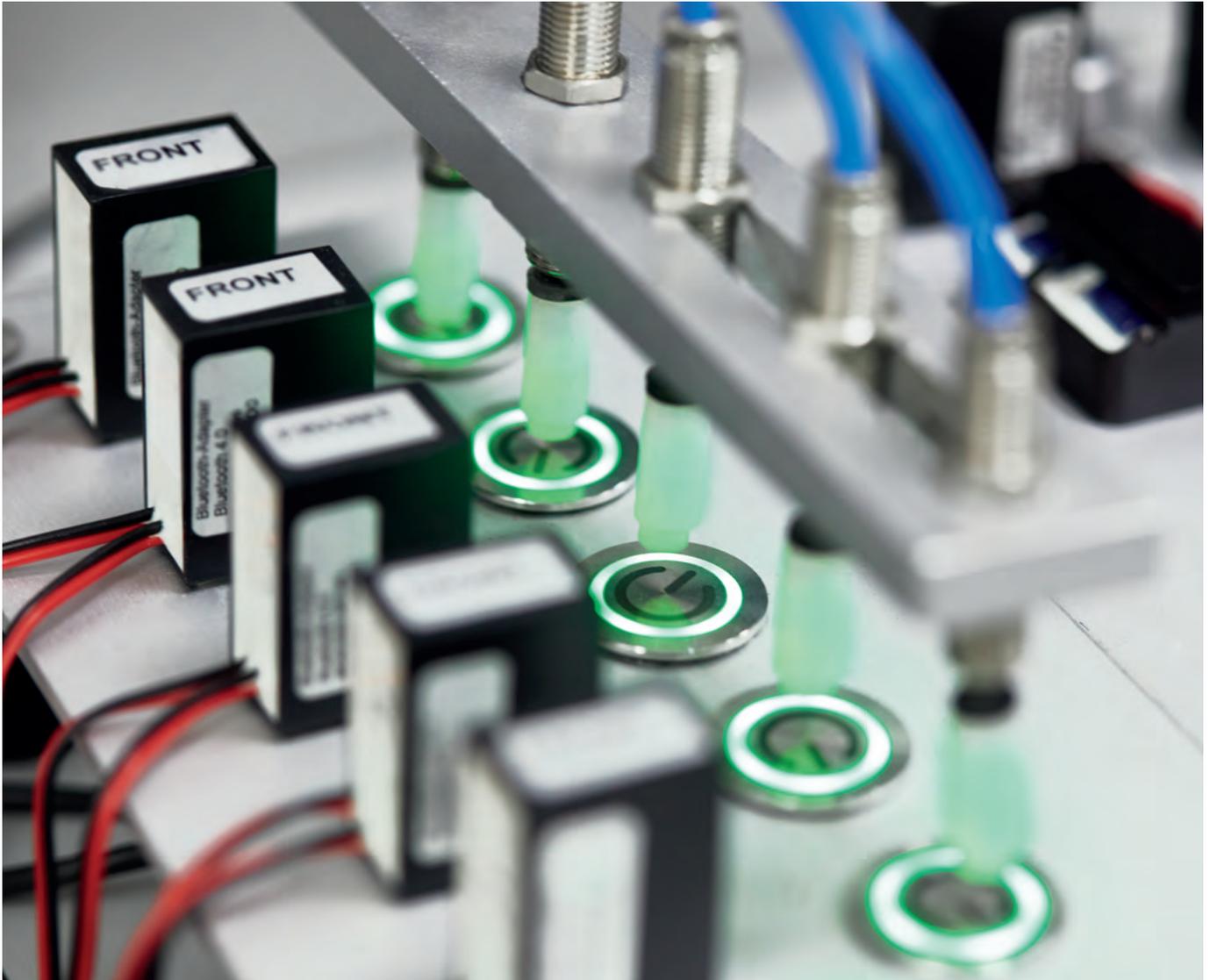
En 2021, el grupo ha cerrado también la venta de la división de cerámica plana a la compañía mexicana Lamosa, uno de los fabricantes más importantes del mundo en el sector. Esta desinversión permite concentrar la actividad de Roca Group en el negocio del espacio de baño, en línea con las adquisiciones realizadas en 2021. La actividad del grupo en cerámica plana se inició en 1980 y se fue diversificando progresivamente hasta ofrecer un catálogo de revestimientos para cualquier tipo de espacio. En los últimos años, esta división había consolidado su posición en un sector altamente competitivo y atomizado como el de la cerámica plana. La desinversión supone el traspaso de dos plantas de producción en Brasil (Campo Largo y São Mateus do Sul) y una en España (Belcaire, Castellón).



### Ampliación de la oferta de grifería Laufen

Con vistas a reforzar su posicionamiento como proveedor de baños completos, Laufen ha integrado la oferta de grifería que el grupo distribuía hasta la fecha bajo las marcas **Arwa, Similor Kugler y Sanimatic**. El cambio afecta únicamente a la marca de comercialización y no implica ninguna modificación en la gama de productos y accesorios, o las denominaciones de las series.





## Mejora continua de la tecnología de producción

El grupo dedica un porcentaje muy relevante de su inversión anual a la renovación de la tecnología de fabricación con el objetivo de ganar capacidad, garantizar la seguridad de los trabajadores y desarrollar sistemas de producción más sostenibles. Entre las principales novedades de 2021 destacan la robotización del proceso de pulido en seco de porcelana sanitaria en la planta de Gliwice (Polonia) o la instalación de un reactor de partículas PVD (*Physical Vapour Deposition*) para la producción de grifería en la planta de Laufen (Suiza), que se convierte en la cuarta del grupo en contar con esta tecnología.





# EXCELENCIA OPERACIONAL

Una organización de cerca de 24.500 trabajadores, 84 plantas de producción y presencia comercial en más de 170 mercados precisa de un modelo de gestión que permita la integración efectiva de recursos y capacidades. La identificación de sinergias, el intercambio de conocimiento y la reacción flexible a la evolución del mercado resultan fundamentales para alcanzar la excelencia operacional.

En 2021, el desarrollo de Centros de Competencia, la implementación del Roca Group Business System como metodología transversal o los avances en la digitalización de la cadena de suministro para una mayor eficiencia en los procesos logísticos continúan impulsando una organización más ágil y productiva.

## IMPACTO DIRECTO



## IMPACTO INDIRECTO



## Gestión de marcas comerciales

Roca Group cuenta con más de 30 marcas comerciales, que dan respuesta a las distintas necesidades de los clientes en cada mercado, canal y categoría. Cada una de las marcas tiene una personalidad propia, que aporta un valor diferencial en su entorno competitivo al mismo tiempo que traslada las señas de identidad del grupo, como la calidad y la confianza. La arquitectura de marcas del grupo se divide en tres niveles:

**Marcas globales:** extienden su presencia progresivamente a todos los mercados, manteniendo una personalidad e imagen homogéneas y consistentes a nivel mundial.

**Marcas locales:** aportan un valor de cercanía y se ajustan a las peculiaridades de las regiones y sociedades donde operan, cubriendo importantes segmentos comerciales.

**Marcas especialistas:** se circunscriben a canales comerciales que requieren propuestas de valor diferenciadas, o bien, a categorías de producto en las que un posicionamiento especializado supone un mayor valor añadido.

**Roca** LAUFEN

**zoom** JIKA Sanitana **gala** **Incepa** GRAVENA  
**capea** **SANTALIA** **EYING** CERAMOSA **logasa**  
*Parryware* **santek** **INKER** *Johnson Peddler* *Giesdorf* **santeri**  
**Celite** **ECONAX** **FAYANS** *Johnson Suisse Bathroom Solutions* *marbletrend*

**AQUART** **AKBATOH** **COSMIC** **POMD'OR** **METALFLU**  
**POOLSPA** **Royo** **ELITA** **SANIT** **NSK**

### Nuevos Centros de Competencia

En 2021 han entrado en funcionamiento los nuevos Centros de Competencia de muebles y sistemas de instalación, ubicados respectivamente en las instalaciones de Royo en Valencia (España) y Sanit en Eisenberg (Alemania). Estas unidades se configuran como *hubs* de desarrollo que concentran conocimiento y tecnologías especializadas, y que coordinan las acciones de todo el grupo en sus categorías de producto.



## Gestión coordinada de la cadena de suministro

Uno de los proyectos transversales de mayor valor para Roca Group es la digitalización de los principales procesos de la cadena de suministro, con el objetivo final de una gestión unificada de todas las operaciones logísticas alrededor del mundo. Esta nueva organización impacta en numerosas áreas de la estructura y resulta clave para planificar la actividad productiva y logística con la máxima eficiencia, pero también para alcanzar los objetivos fijados en materia de sostenibilidad; principalmente, la reducción de la huella de carbono.

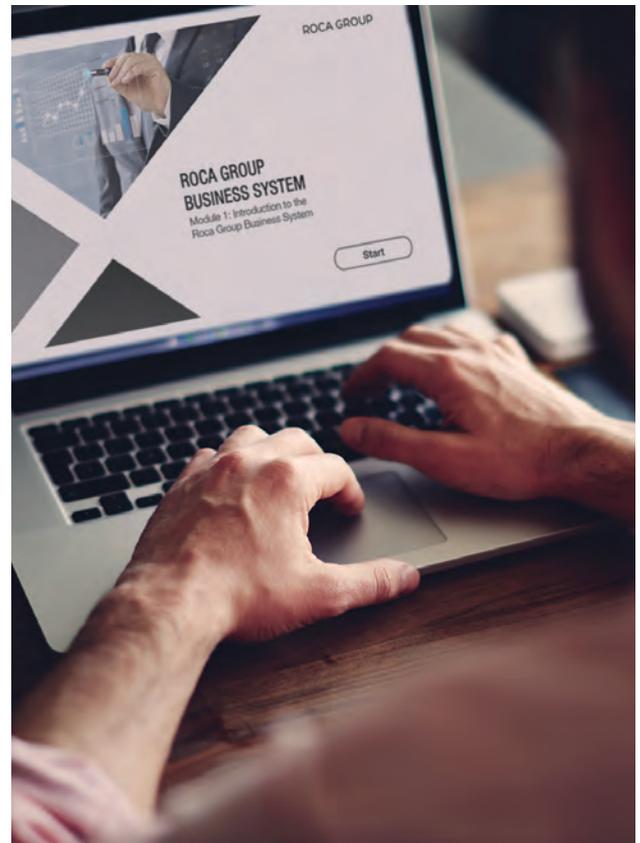
### **Planificación de rutas de transporte**

Gracias a los avances alcanzados en la digitalización de la cadena, en 2021 se ha iniciado la implantación del Transport Management System (TMS), un modelo de planificación automática de rutas que permite la asignación del modo de transporte y el proveedor logístico más adecuado para cada operación, tanto a nivel de servicio, como de costes e impacto medioambiental. Por ejemplo, en el caso del transporte marítimo o por carretera, el sistema contempla el máximo aprovechamiento del espacio cúbico y de las rutas de ida y vuelta.



## Roca Group Business System: adaptación de Kaizen para la mejora continua en procesos

El grupo inició en 2019 la aplicación de la metodología Kaizen de mejora continua, orientada a consolidar una cultura de trabajo basada en la creación de valor a los clientes (internos y externos) mediante la máxima eficiencia en los procesos. En 2021 se ha diseñado y empezado a implementar el Roca Group Business System, un modelo de gestión propio que adapta esta metodología a las necesidades específicas del grupo. Así, pueden extenderse los principios y técnicas de Kaizen a todos los procesos clave, de cualquier dimensión y complejidad. Algunos casos de éxito de aplicación de este modelo en 2021 son el proyecto de optimización del embalaje, el análisis de los procesos de control de calidad (auditorías, validación de nuevos desarrollos, etc.) o el proceso integral de lanzamiento de nuevos productos, aplicado con gran éxito en la nueva colección Ona de Roca.



### Orientación al servicio

La progresiva extensión de un modelo de compañía orientada al servicio ha llevado al grupo a seguir impulsando mejoras en la planificación de la demanda, la reducción de *stocks* de lenta rotación y la optimización del *working capital*. La adecuada gestión de la información y la estandarización de indicadores de servicio *On-Time-In-Full* permiten planificar con mayor eficiencia los productos a fabricar, comprar y distribuir en cada mercado. También se ha puesto el foco en mejorar la colaboración con los proveedores, fomentando un modelo de creación de valor compartido y sostenible. Iniciativas como el Suppliers Portal están orientadas a armonizar procesos en toda la cadena de valor. Bajo la misma filosofía, se ha lanzado una estrategia de gestión global de la compra de fuentes de energía, basada en criterios de sostenibilidad, que permita garantizar el suministro eficiente en todas las operaciones.



## Gestión global de la calidad

Con sede en Gavà, el departamento corporativo de gestión de Calidad trabaja en garantizar una calidad homogénea en todos los productos, servicios y procesos que se desarrollan en Roca Group. Su labor resulta especialmente compleja en una organización con implantación global y con una gran diversidad de productos. Para ello, desarrolla recursos dirigidos al intercambio de conocimiento constante entre los más de 50 responsables de calidad del grupo. Con el objetivo de dar respuesta a desafíos globales en materia de calidad, en 2021 se han puesto en marcha

iniciativas como la plataforma Corporate Quality Support y se han celebrado varias ediciones del Global Quality Meeting.

Otros proyectos prioritarios del ejercicio para el departamento han sido el desarrollo de un sistema estructurado de aseguramiento de calidad del producto, común a las distintas plantas del Centro de Competencia de muebles, y el desarrollo de centros altamente tecnificados para la validación de producto electrónico y embalaje.





# INNOVACIÓN

La innovación es un factor fundamental de crecimiento para las compañías de cualquier sector. En el espacio de baño, la innovación se entiende como la capacidad de dar respuesta a las tendencias del mercado, en aspectos tan variados como la aceleración de la transformación digital, el desarrollo de nuevas tecnologías de construcción de edificios, la aparición de nuevos materiales o la necesidad de atender los nuevos requerimientos de los usuarios a nivel de diseño, funcionalidad y sostenibilidad.

Roca Group entiende la innovación como una filosofía de trabajo transversal, que implica a todos los profesionales de la compañía, en cualquier proceso de trabajo. Además, trabaja en el desarrollo de un modelo de emprendimiento híbrido junto a empresas emergentes.

## IMPACTO DIRECTO



## IMPACTO INDIRECTO





## Roca Group Ventures, inversión en ‘start-ups’ para acelerar la innovación en el sector

La apuesta por una cultura de innovación transversal que integre conocimiento interno y externo de máximo nivel ha llevado a la creación de Roca Group Ventures, un fondo de *corporate venturing* dirigido a invertir en empresas emergentes y proyectos de emprendimiento vinculados al espacio de baño de cualquier lugar del mundo. Este modelo de emprendimiento híbrido combina las capacidades de una compañía de la dimensión y experiencia de Roca Group con la innovación, tecnología, agilidad y talento de las *start-ups*.

El fondo está dotado con 25 millones de euros y prevé invertir en participaciones en el capital de entre quince y veinte *start-ups* en los próximos cinco años.

**Roca Group Ventures da prioridad a *start-ups* que tengan el foco en prácticas respetuosas con el medio ambiente.**

### Las cuatro áreas principales de interés en el desarrollo de proyectos de innovación son:



#### **Wellness y baños inteligentes**

Aplicación de la Inteligencia Artificial (IA) y la conectividad para mejorar la usabilidad y generar espacios de bienestar.



#### **Nuevos negocios y materiales**

Identificación de soluciones disruptivas con un amplio margen de crecimiento.



#### **Excelencia operativa en los procesos industriales**

Implementación de tecnologías como la IA, impresión 3D, *Internet of Things* (IoT) o *blockchain*.

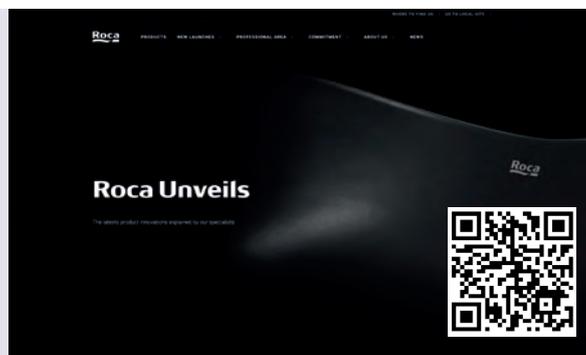


#### **Eficiencia energética y racionalización del consumo de agua**

Productos y servicios que contribuyan a la generación de hogares conectados y sostenibles.

### **Roca Unveils... las últimas innovaciones explicadas por los especialistas**

La página web de Roca ha estrenado una serie de vídeos divulgativos en los que técnicos especialistas de la marca explican con detalle los últimos desarrollos en *smart toilets*, *smart showers*, porcelana sanitaria, grifería o platos de ducha, además de las soluciones *touchless*.



## Innovaciones de presente para retos de futuro

---

**Roca Group trabaja en el desarrollo constante de soluciones innovadoras que anticipan las necesidades en la construcción y uso del espacio de baño.**

### ARQUITECTURA MODULAR

---

El grupo trabaja con compañías del sector de la construcción y consorcios de innovación abierta en el desarrollo de soluciones para espacios de baño en arquitectura modular. Destaca el proyecto ROOM2030, que desarrolla una habitación de fácil instalación, confortable y sostenible para nuevas tipologías de vivienda y hoteles. ROOM2030 cuenta con inodoros In-Wash® In-Tank® de Roca, el plato de ducha Cratos y un sistema de gestión mediante IoT e Inteligencia Artificial.



### VORTEX, HIGIENE Y CONFORT ACÚSTICO

---

Nuevo sistema de descarga de inodoros, en el que el agua recorre la pared interior de la pieza, creando un efecto vórtice. Esta configuración permite que el proceso sea extremadamente silencioso y el agua limpie el interior del inodoro de manera más eficiente. Disponible en 2021 en el *smart toilet* In-Wash® In-Tank® de Roca y el inodoro Moderna S de Laufen.





Versatilidad  
en cualquier espacio  
de baño

**Ona de Roca y LUA de Laufen son  
dos colecciones completas desarrolladas  
en 2021 que coinciden en proponer  
soluciones versátiles y flexibles para  
cualquier espacio de baño, tanto del  
ámbito privado como público.**



## Ona, simplicidad natural

El entorno natural y estilo de vida mediterráneos son la principal inspiración de la colección Ona, caracterizada por las formas orgánicas, la pureza de líneas y los colores cálidos. Cuenta con soluciones específicas para equipar por completo el espacio de baño (lavabos, muebles, grifería, complementos, bañeras, inodoros y bidés), con las últimas prestaciones a nivel de diseño, confort, higiene y sostenibilidad.

El proceso creativo ha integrado dos elementos diferenciales de la marca: el diseño *made in Barcelona* y la colaboración con profesionales de renombre internacional. Su desarrollo se ha realizado íntegramente bajo la coordinación del Roca Design Center, con la participación de los equipos de Noa Design Studio y Benedito Design.



## LUA, armonía y elegancia en cada detalle

El diseñador Toan Nguyen ha desarrollado la colección LUA, marcada por el equilibrio de formas y la combinación de líneas rectas y óvalos, que le confieren una atemporalidad que se integra de forma natural en cualquier estilo de decoración.

LUA ofrece una amplia selección de lavabos, inodoros *rimless* y bidés, disponibles en diversos colores y que encajan a la perfección con la grifería y la gama de muebles LANI, desarrollada por el mismo diseñador. La colección se complementa con diversos modelos de bañeras ergonómicas, desarrolladas con el material compuesto Marbond, de superficie antideslizante.





## La marca Roca, referencia de diseño mediterráneo

La marca Roca ha organizado en 2021 distintos eventos en los que ha puesto en valor la relevancia del diseño mediterráneo y de la marca Barcelona, que caracterizan el estilo de sus productos:

**Exposición Universal Expo Dubái 2020:** Roca organizó el encuentro “Diseño mediterráneo: un valor estratégico para una marca global” y fue empresa patrocinadora del Pabellón de España, equipando sus 17 espacios de baño. También celebró una edición especial del concurso de diseño Roca One Day Design Challenge.

**Presentación global de Ona:** por primera vez en la historia, la presentación de una nueva colección de la marca Roca se realizó de forma simultánea a nivel mundial. En concreto, Ona se presentó con una transmisión en *streaming* desde la Fundació Joan Miró de Barcelona, un espacio dedicado a uno de los artistas más vinculados con la ciudad.



### Inauguración de Laufen space Milano

Laufen ha ampliado su red de *showrooms premium* con la inauguración de Laufen space Milano, un espacio de 125 m<sup>2</sup> rediseñado para acoger exposición de producto, instalaciones audiovisuales y actividades diversas relacionadas con la arquitectura y el diseño. En la apertura, acogió la exposición “Am I open-minded?”, creada por Matteo Fiorini y Studio LYS.



## Premios internacionales

Los productos y acciones de las marcas del grupo son reconocidos anualmente por los premios más prestigiosos del mundo.



reddot design award

**LAVABO HORIZON  
GEOMETRIC DE ROCA**  
Diseñado por João Armentano.

**LAVABO HORIZON  
SKYLINE DE ROCA**  
Diseñado por João Armentano.



**LAVABO HORIZON  
SKYLINE DE ROCA**  
Diseñado por João Armentano.

**TIPOGRAFÍA ROCA**  
Diseñada por Pepe Gimeno.



Design  
Prize  
Switzerland

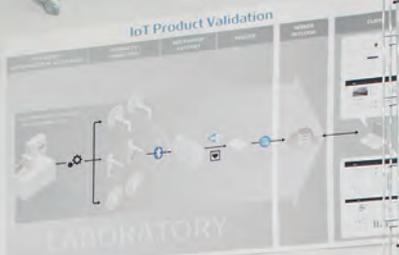
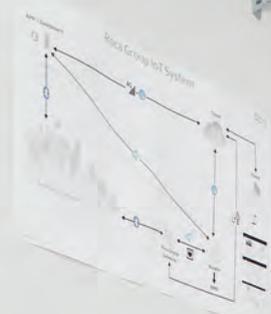
**INODORO SAVE! DE LAUFEN**  
Diseñado por EOOS y Eawag.



### **Slim, nueva colección de la marca Celite en Brasil**

Celite, popular marca del grupo en Brasil, ha lanzado en 2021 la nueva colección Slim, que integra diversas innovaciones desarrolladas por Roca Group. Destacan especialmente los inodoros *rimless*, que eliminan los ángulos interiores para facilitar la limpieza, o la tecnología Titanium<sup>®</sup>, que permite obtener lavabos de porcelana muy fina sin perder resistencia y durabilidad.





Panel with multiple ports and switches, likely for connecting various IoT devices.

Panel with multiple ports and switches, likely for connecting various IoT devices.

Panel with multiple ports and switches, likely for connecting various IoT devices.

Computer monitor displaying a dashboard with charts and graphs, likely representing IoT data.

M300 DASH  
DASH  
ELECTRONIC PLATES



# TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En 2021 Roca Group ha seguido avanzando en la digitalización de todos los procesos clave de la organización, con el objetivo de automatizar y estandarizar dinámicas de trabajo, acelerar el desarrollo de la industria 4.0 y desplegar soluciones en línea con la evolución digital del *customer journey*.

Para ello, ha seguido consolidando su plataforma tecnológica, integrando progresivamente nuevas funcionalidades y monitorizando nuevos indicadores para mejorar la eficiencia en todas las operaciones alrededor del mundo. Esta plataforma cuenta con avanzados protocolos de ciberseguridad que se revisan y actualizan constantemente.

## IMPACTO DIRECTO



## IMPACTO INDIRECTO





## Creación del IoT Lab para el desarrollo de producto conectado

El Roca Design Center en Gavà (España) ha integrado en 2021 un laboratorio para el desarrollo y testeo de las soluciones de *Internet of Things* (IoT). El grupo cuenta con una infraestructura propia en la nube (*cloud*) para recoger y gestionar todo el volumen de información que generan los productos conectados. La apuesta por una plataforma única para las marcas Roca y Laufen permite contar con un entorno de máxima seguridad para el desarrollo de aplicaciones con información personalizada, tanto para usuarios particulares como para gestores de espacios de baño públicos.

El nuevo IoT Lab cuenta con estructuras adaptables para el testeo de todo tipo de dispositivos, a partir de un *software* de desarrollo propio que permite el control simultáneo de diversos ciclos de uso o programas.



## Laufen Virtual Space, experiencia digital inmersiva

Esta plataforma muestra al visitante productos de la colección Kartell · Laufen de una manera totalmente interactiva, uniendo arte y tecnología. El espacio se divide en cuatro escenarios-*collage* con historias inspiradas en la naturaleza y permite consultar información detallada de los productos.



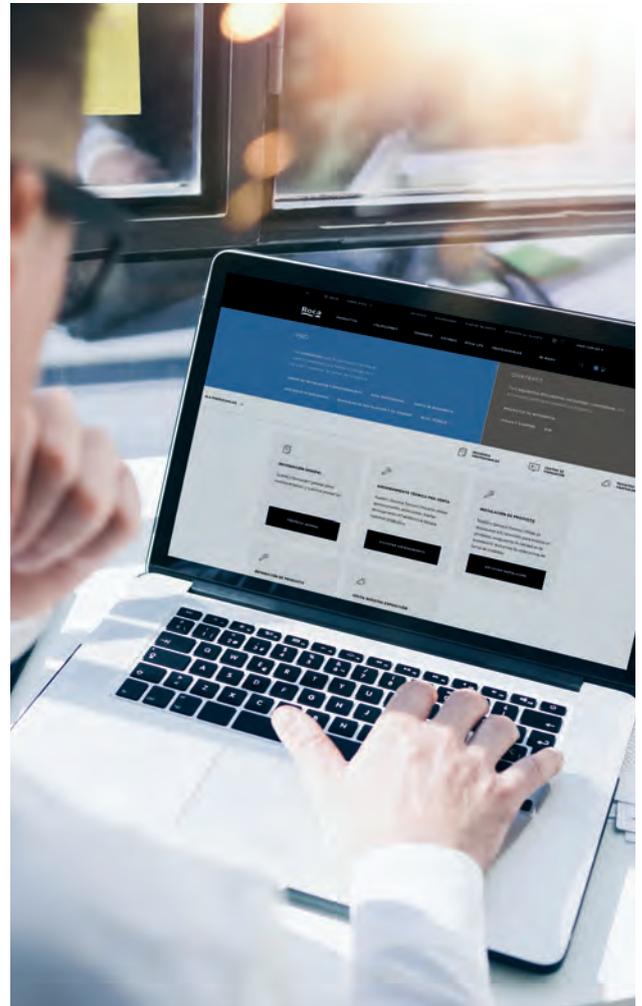
## Nuevos canales de relación con los grupos de interés

El desarrollo de plataformas digitales permite disponer de nuevos canales de relación con proveedores y clientes, para agilizar procesos y garantizar una respuesta más rápida y eficaz:

**Portal de proveedores:** gestión 100% digital y en una misma plataforma de los procesos de abastecimiento, contratación y compra. Ofrece una visión completa de la cadena de suministro para anticipar incidencias.

**Servicio de posventa:** nuevas herramientas tecnológicas para monitorizar y gestionar incidencias, establecer un sistema óptimo de *reporting* y reforzar los canales de comunicación. Permite implantar un modelo de gestión único del servicio de posventa a nivel global.

**Venta de recambios:** nuevo modelo de comercialización de piezas de recambio mediante plataformas *online*. Incluye soporte técnico a distribuidores e instaladores para facilitarles la búsqueda, adquisición e instalación de recambios.



### **Aplicación de Parryware para desarrollar la subdistribución en India**

Parryware, marca local de Roca Group en India, ha seguido desarrollando su programa de fidelización de subdistribuidores mediante la digitalización de todos los procesos en una aplicación. La simplificación y ludificación de mecánicas ha acelerado el crecimiento y la capilaridad de la red de subdistribución, así como la implicación de los distribuidores autorizados en el proceso.





# SOSTENIBILIDAD

Roca Group busca mejorar la sociedad y contribuir a la preservación de su entorno, mediante un modelo de creación de valor que permita la reinversión de beneficios para el desarrollo de puestos de trabajo de calidad y el cuidado del medioambiente.

Durante el ejercicio 2021, el Departamento de Sostenibilidad ha crecido en número de personas y responsabilidades con el objetivo de seguir definiendo y consolidando la estrategia global del grupo en este campo, validar las líneas de trabajo y definir los proyectos concretos que deben llevarse a cabo.

## IMPACTO DIRECTO



## IMPACTO INDIRECTO



## Ocho líneas de trabajo en sostenibilidad

Las iniciativas prioritarias de Roca Group en el ámbito de la sostenibilidad se dividen en ocho líneas de trabajo, definidas por el Comité de Sostenibilidad y aprobadas por el Comité de Dirección del grupo, plenamente implicado en estos objetivos.



Reducir y optimizar el consumo de energía y las emisiones de CO<sub>2</sub>.

Mejorar el mix de consumo energético incrementando las fuentes de energía renovable y compensando las emisiones imprescindibles.



Reducir y optimizar el consumo de agua.

Minimizar la generación de residuos y optimizar su tratamiento.

Eliminar los plásticos de un solo uso en embalajes.



Integrar los principios de ecodiseño en el desarrollo de producto.

Desarrollar soluciones que fomenten la circularidad.



Facilitar la formación, cualificación y desarrollo del talento de los trabajadores del grupo.

Proveer de forma continuada las mejores condiciones de seguridad y salud.



Incrementar el impacto de los proyectos e iniciativas de la Fundación We Are Water.

Desarrollar redes de colaboración con otras entidades e instituciones.



Involucrar a los proveedores en la estrategia de sostenibilidad del grupo, compartiendo y alineando objetivos.



Optimizar la eficiencia de los espacios de carga en envíos.

Minimizar los envíos mediante optimización de rutas.



Informar e implicar a todos los empleados en la estrategia de sostenibilidad.

Comunicar el progreso de las iniciativas del grupo y mejorar los sistemas y parámetros de *reporting*.

## Objetivo 2045: neutralidad de carbono

En 2021, el departamento corporativo de Sostenibilidad ha impulsado el desarrollo de un plan con el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono en las emisiones directas del grupo en 2045. Este compromiso está alineado con la iniciativa Science Based Targets (SBTi) de Naciones Unidas y establece una meta intermedia de reducción del 46% en 2030.

El diseño del plan ha contado con la colaboración de las 84 fábricas del grupo y de un equipo multidisciplinar que, junto a la consultora Schneider Electric, ha definido las acciones concretas para alcanzar los objetivos teniendo en cuenta los crecimientos esperados del negocio.

**Para conseguir este objetivo, el grupo centraliza sus esfuerzos en seis iniciativas:**

- 1.** Implementar los equipos digitales necesarios para medir los consumos de energía en las instalaciones industriales.
- 2.** Optimizar los consumos de energía en los procesos de producción.
- 3.** Maximizar el uso de fuentes de energía limpias mediante la autoproducción con sistemas fotovoltaicos, la compra de energía eléctrica verde y el uso de las alternativas más sostenibles en los procesos térmicos.
- 4.** Compensar las emisiones imprescindibles mediante garantías de origen u otros instrumentos de compensación.
- 5.** Utilizar flotas de vehículos sostenibles y compensar las emisiones producidas en viajes de negocios.
- 6.** Involucrar a los proveedores para minimizar las emisiones de alcance 3.





## Evolución de los indicadores medioambientales

Las acciones desarrolladas por Roca Group en los últimos años en eficiencia energética, consumo de agua y gestión de residuos han permitido alcanzar una reducción muy significativa en los principales indicadores medioambientales en relación con 2018, último año en que la actividad productiva del grupo no se vio afectada sensiblemente por factores externos.

### Reducción de los principales indicadores medioambientales



**ENERGÍA**

**-26%**

EMISIONES CO<sub>2</sub> \*



**AGUA**

**-26%**

CONSUMO DE AGUA



**RESIDUOS**

**-33%**

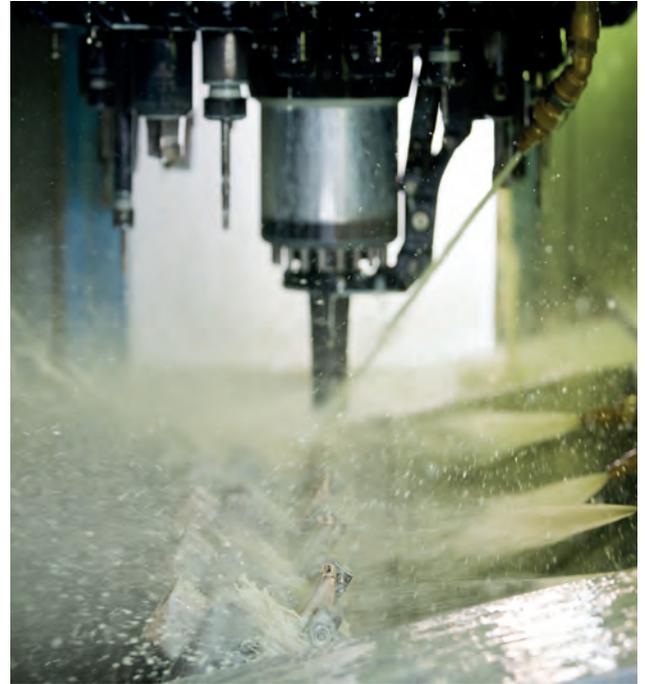
RESIDUOS GENERADOS

\* Emisiones derivadas del consumo total de energía en los alcances 1 y 2.

## Análisis del ciclo del agua para reducir su consumo

En 2021 también se ha impulsado la definición de un plan para minimizar los consumos de agua en los procesos productivos y optimizar su uso circular. En concreto, se ha puesto en marcha un proceso de auditoría del ciclo integral del agua en las fábricas del grupo, en colaboración con la compañía Veolia Water Technologies.

Durante 2022 se llevarán a cabo pilotos en las fábricas de porcelana de Settat (Marruecos) y Burgos (España), así como en las plantas de grifería de Eskisehir (Turquía) y Cantanhede (Portugal). Estas instalaciones son representativas de los principales negocios de Roca Group y, además, están ubicadas en zonas de escasez de recursos hídricos.



## Producción de mobiliario con certificación FSC®

Durante 2021, Roca Group ha gestionado la obtención del certificado de cadena de custodia FSC® (Forest Stewardship Council). Esta certificación garantiza que el origen de las maderas utilizadas en la fabricación de los muebles de baño proviene de bosques gestionados de manera sostenible y responsable.



FSC® C172609  
The mark of responsible forestry





## Integración transversal de la sostenibilidad

Los criterios de sostenibilidad marcados en las ocho líneas de actuación definidas por el Comité de Sostenibilidad se integran transversalmente en diversas acciones del grupo para fortalecer su compromiso y fomentar su difusión entre los grupos de interés.

### JUMPTHEGAP® SE ADAPTA A LOS RETOS DE LA AGENDA 2030

El concurso jumpthegap® ha redefinido sus bases de participación para apostar por el desarrollo de productos innovadores que recojan criterios de sostenibilidad, en sus cuatro nuevas categorías: “Bienestar y salud”, “Diseño neutral”, “Agua y energía”, y “Crisis y emergencia”. El ganador del premio «Best of the Best» en 2021 ha sido el proyecto “Ikigai” de Laia Millan Català: un espejo inteligente para ayudar a personas con demencia.



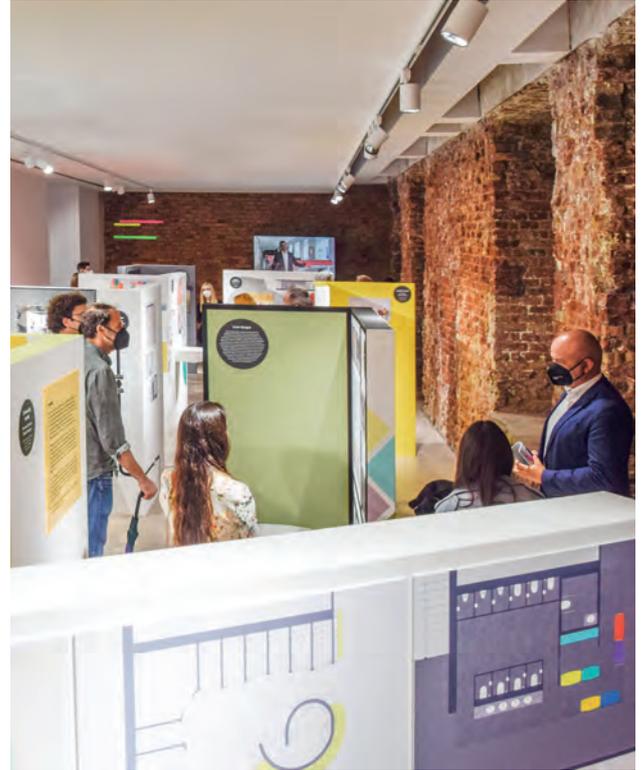
### ROCA GALLERIES, ESPACIOS DE DEBATE SOBRE SOSTENIBILIDAD

Las distintas sedes de Roca Galleries en el mundo organizan debates y mesas redondas sobre arquitectura y diseño sostenible. En 2021, destaca la elección del Roca Barcelona Gallery como sede del programa BNEW Sustainability de la Barcelona New Economy Week (BNEW). El espacio ha acogido más de 20 mesas redondas sobre aspectos como energías renovables, cambio climático o gestión de residuos, entre otros.



**INVESTIGACIÓN SOBRE LOS ESPACIOS  
SANITARIOS EN LAS ESCUELAS**

Laufen ha desarrollado un proyecto con la New Design University St. Pölten (Austria), en el que ha invitado a estudiantes universitarios a reflexionar sobre la importancia de las áreas sanitarias en el entorno escolar. Las propuestas presentadas giran alrededor de la inclusión y el diseño, y se exhibieron en una muestra conceptual en el Laufen space Wien bajo el título “NULL NULL Nuevos Espacios Sanitarios para las Escuelas”.



**VINCULACIÓN DE LA FINANCIACIÓN  
A CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD**

El compromiso sostenible se extiende a las operaciones de financiación del grupo. En 2021, Roca Group ha renovado de forma anticipada su crédito sindicado de 350 millones de euros y lo ha vinculado a criterios de ESG. En concreto, la línea de financiación está sujeta a la consecución de dos indicadores de sostenibilidad (reducción de las emisiones de carbono y de los consumos anuales de agua) y al compromiso de realizar una donación anual a la Fundación We Are Water.





Grifera Ona de baño-ducha en cromado  
Ona bath-shower mixer in chrome

Grifera Ona de ducha en cromado  
Ona shower mixer in chrome



# PERSONAS

El esfuerzo y la implicación de los cerca de 24.500 trabajadores que forman Roca Group han resultado fundamentales para alcanzar unos resultados históricos en 2021. Consciente del valor de su equipo, el grupo trabaja en el desarrollo de un entorno de trabajo seguro y de calidad, fomentando el desarrollo profesional de la plantilla mediante programas de formación.

Del mismo modo, apuesta por desarrollar relaciones de confianza a largo plazo con todos los profesionales que integran la cadena de valor (proveedores, distribuidores, clientes, usuarios, etc.). En este sentido, en 2021 ha trabajado en el desarrollo de nuevas plataformas digitales para mantener y reforzar la comunicación con estos colectivos en el entorno actual.

## IMPACTO DIRECTO

## IMPACTO INDIRECTO





## Nuevos formatos y conocimientos en la Roca Group Corporate University

Ante las restricciones a la actividad presencial y el surgimiento de nuevas necesidades de formación, la Roca Group Corporate University (RGCU) ha seguido integrando en 2021 nuevos formatos y conocimientos. Para responder con efectividad a las nuevas necesidades, ha desarrollado un Plan de Formación Online a partir de una encuesta a managers del grupo y encuentros con el Comité Ejecutivo.

**El objetivo del modelo de formación es lograr un entorno laboral de máxima calidad y eficiencia, que responda a las necesidades de desarrollo de los equipos.**

El plan contempla la potenciación de la plataforma virtual y la incorporación de nuevos contenidos para todas las áreas de negocio, con Producción y Ventas como departamentos prioritarios en una primera fase. Entre los contenidos corporativos desarrollados en 2021 destaca la formación en el nuevo modelo Roca Group Business System. Junto con el desarrollo de la formación virtual, también trabaja en reforzar los programas de *blended learning*, que combina la formación *online* al ritmo de cada alumno con sesiones virtuales guiadas por un formador y jornadas presenciales.

## ROCA GROUP Corporate University

# 1.306

Programas

# 197.034

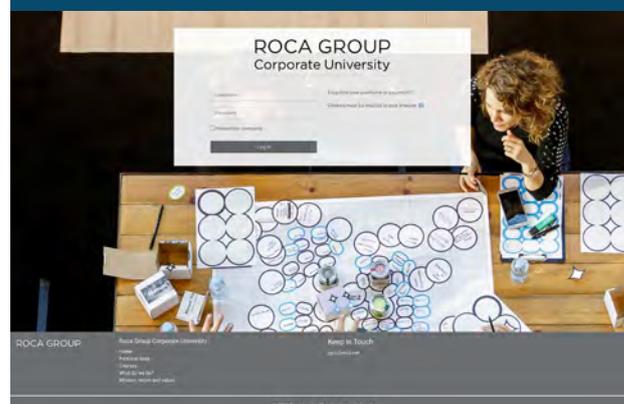
Horas de formación

# 17.405

Participantes

# 9

Nivel de satisfacción (sobre 10)



## Certificado Great Place to Work para Roca Group en India

La filial del grupo en India ha obtenido el certificado Great Place to Work, que reconoce la calidad del entorno laboral a partir de un análisis de la cultura corporativa y las valoraciones de los propios empleados.

Los resultados del análisis y la evaluación, realizados durante 2021, muestran el elevado grado de satisfacción de la plantilla en las cinco dimensiones

definidas por Great Place to Work para reconocer las mejores culturas corporativas: credibilidad, respeto, equidad, orgullo y confianza.

Great Place to Work es una asociación independiente de reputación internacional, especializada en el análisis y el reconocimiento de entornos laborales de calidad.





2

## FUNDACIÓN WE ARE WATER

### Difusión de la importancia vital de la higiene y el acceso al agua en tiempos de crisis

La Fundación We Are Water nació en 2010, por iniciativa de Roca Group, como una organización sin ánimo de lucro con el objetivo de mejorar el acceso al agua y saneamiento en el mundo. Para conseguirlo, desarrolla y apoya proyectos de ayuda que garanticen este acceso a través de infraestructuras y formación. También crea iniciativas de sensibilización para concienciar sobre el uso responsable de los recursos hídricos.

En los dos últimos años, la pandemia de covid-19 ha puesto de mayor manifiesto la importancia del acceso al agua y la higiene para la salud de las personas. En este periodo, la Fundación ha intensificado todavía más su labor, con proyectos focalizados en el desarrollo de instalaciones adecuadas de lavado de manos.

unicet

## Proyectos de cooperación

### COMPROMETIDOS CON LA HIGIENE

La ayuda a personas desplazadas y el trabajo en infraestructuras que contribuyan a llevar la higiene a las zonas más necesitadas del planeta han centrado el trabajo de la Fundación en 2021. Todo ello con vistas a mejorar la calidad de vida de las comunidades y contribuir a la prevención del coronavirus y otras enfermedades.



### PROYECTOS DE COOPERACIÓN (2011-2021)

80

PROYECTOS

29

PAÍSES

2.250.000

PERSONAS BENEFICIADAS

### COLABORACIÓN INTERNACIONAL

La Fundación We Are Water colabora estrechamente con organizaciones no gubernamentales de gran prestigio internacional y con un conocimiento profundo de las necesidades de cada comunidad. En los proyectos impulsados en 2021 ha colaborado con World Vision, Unicef y Acción contra el Hambre.

World Vision  
Por los niños

ACCIÓN  
CONTRA EL  
HAMBRE

unicef

Los proyectos de cooperación internacional desarrollados a lo largo del año han puesto el foco en cuatro ámbitos de actuación: **zonas fronterizas, comunidades rurales, escuelas y centros de salud.**



### ZONAS FRONTERIZAS

Instalación de infraestructuras de lavado de manos y kits de higiene, y colaboración en programas de sensibilización anticovid en zonas fronterizas de México, Mali y Brasil, en las que se concentran millones de migrantes y refugiados.



### COMUNIDADES RURALES

Construcción de letrinas y puntos de acceso al agua en zonas sensibles de Madagascar e Indonesia. También se han desarrollado campañas de sensibilización para erradicar prácticas como la defecación al aire libre o la falta de lavado de manos.



### ESCUELAS

Revisión e instalación de sistemas de saneamiento, reparto de kits de higiene (especial atención en las necesidades específicas de las niñas) e impulso de campañas de prevención ante el coronavirus en Marruecos y Nicaragua.



### CENTROS DE SALUD

Construcción de nuevas letrinas, y reparto de kits de higiene y material de prevención contra el coronavirus (mascarillas, jabón y gel desinfectante, entre otros elementos) en centros de salud y hospitales de India y Burkina Faso.

## Acciones de concienciación

### PROGRAMA “LET’S MAKE A DEAL”

La progresiva vuelta a la actividad presencial ha permitido a la Fundación reemprender sus acciones de formación y concienciación. Entre ellas, el programa **“Let’s Make a Deal (Hagamos un trato)”** busca implicar a diversos sectores y colectivos profesionales en la gestión adecuada de recursos hídricos.

En 2021 se ha desarrollado una acción con la cadena hotelera Diamond Resorts: el concurso de fotografía viajera **#TheGlobeTrotterBottle**, con el objetivo de concienciar sobre la necesidad de reducir la utilización de recipientes de plástico de un solo uso.



### “AQUANAUTAS”: COMPARTIENDO CONOCIMIENTO PARA UN MUNDO MEJOR

El programa **“Aquanautas. Protectores del agua”** agrupa las acciones formativas que desarrolla la Fundación We Are Water en el entorno escolar. Bajo este paraguas se celebran talleres pedagógicos, charlas y reuniones, que la Fundación ofrece gratuitamente a los centros para contribuir a la sensibilización de los alumnos sobre el consumo responsable del agua y el respeto al medioambiente.

Los talleres realizados en 2021 abordan temáticas como el estudio de las causas y posibles soluciones de desastres ecológicos, la evolución de los hábitos de higiene, el funcionamiento del proceso de depuración o el análisis de los residuos que pueden encontrarse en las playas.



## SOLUCIONES A UN DESAFÍO GLOBAL

Otra iniciativa de largo recorrido que se ha recuperado en 2021 ha sido el ciclo de encuentros **“Smart Water”**, que reflexiona sobre la gestión del agua en ámbitos como el urbanismo, el turismo o el comercio. Bajo el título **“Smart (collective) Creativity, una visión compartida desde el Caribe, el Mediterráneo y el Golfo Pérsico”**, se han celebrado tres jornadas para debatir sobre la visión transversal del agua en los proyectos turísticos y su vinculación con la economía azul (reciclado de plástico del fondo de mares y océanos). Los encuentros se han realizado en Ciudad de México, Cartagena (España) y Dubái.



## Apoyo urgente en Ucrania

Ante la situación de emergencia en Ucrania a causa del conflicto iniciado en febrero de 2022, la Fundación We Are Water ha habilitado un canal de recogida de donaciones económicas entre empleados de la compañía y otras personas interesadas. Roca Group ha completado las donaciones recibidas con un millón de euros adicional. Estos fondos se han destinado a proyectos de Unicef y World Vision en ayuda a las víctimas y refugiados por el conflicto.





**ROCA GROUP**

EJERCICIO

	2021	2020
	2.052.702	1.683.517
	(805.467)	(547.812)
	1.247.235	(436.665)
	174	(132.359)
	2.126	21.520
	15	(465.612)
	1.779	122.589
FINANCIAS	1.552	(27.618)
Resultado de ent...	(519)	(1.062)
Resultado por p...	-	-
<b>RESULTADO</b>	<b>30.408</b>	<b>93.909</b>
Gasto por...	52.206	(35.785)
Resultado atribuible a la Sociedad	178.749	60.167
Resultado atribuible a socios mino...	(547)	(2.043)

Las cuentas anuales consolidadas de los ejercicios anuales de 2021 y 2020 se han preparado de conformidad con la Información Financiera adaptada por...



## 3

INFORME  
FINANCIERO

## Recuperación del crecimiento mediante la optimización y excelencia en los procesos

El grupo ha logrado recuperar la senda de crecimiento anterior a la pandemia gracias a la implementación de una operativa de negocio marcada por la búsqueda de la excelencia en todos los procesos, unida a una política de supervisión y contención de los costes de estructura, producción y logística.

## DATOS MÁS SIGNIFICATIVOS

**El año 2021 se ha cerrado con una estimación de crecimiento del PIB mundial del 6,1%, tras la contracción del 3,1% sufrida en 2020 por la expansión global del coronavirus. Pese al crecimiento en todas las regiones, el ejercicio ha estado marcado por la incertidumbre, con desajustes entre la oferta y la demanda, disrupciones en los suministros, escasez de componentes o presiones sobre los precios.**

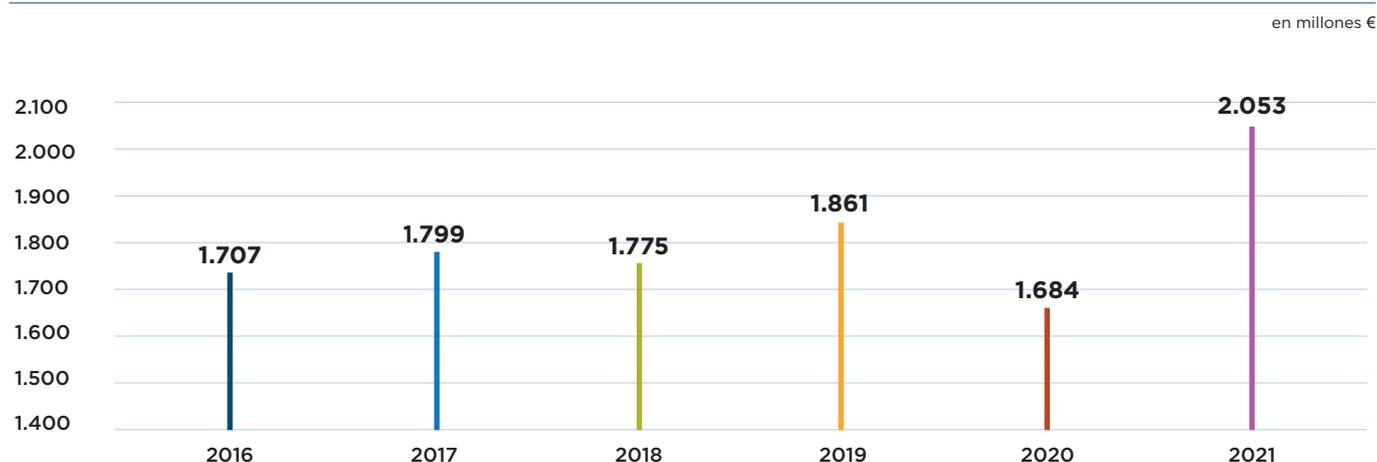
### CIFRA DE NEGOCIOS

El importe neto de la cifra de negocios de Roca Group en el ejercicio 2021 ha sido de 2.053 millones de euros, con un incremento del 21,9% sobre el ejercicio 2020 y un impacto negativo de los tipos de cambio de un 3,2%.

Las ventas en España, principal mercado del grupo, han alcanzado un notable crecimiento respecto al año 2020. De este modo, se ha conseguido recuperar la tendencia de crecimiento sostenido que se mantenía desde 2014 y que se vio únicamente truncada por el efecto extraordinario del confinamiento en el ejercicio 2020.

En el resto de los mercados principales de la compañía, destaca el significativo incremento alcanzado en Brasil e India, pese a los efectos negativos de la devaluación de las monedas locales. Por su parte, el desempeño en China se ha visto afectado por el endurecimiento de las políticas crediticias en el país, que han dificultado el acceso a la financiación de algunos grandes grupos de promotores y distribuidores locales.

### EVOLUCIÓN DE LA CIFRA DE NEGOCIOS



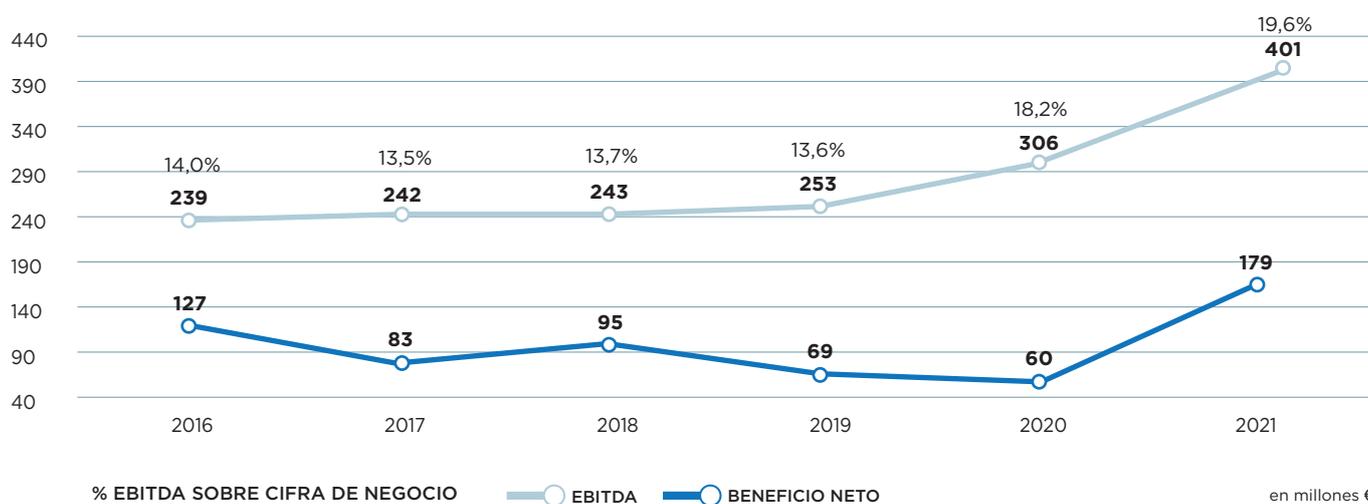
## RESULTADOS

El EBITDA consolidado, que refleja el beneficio operativo antes de resultados financieros, impuestos de sociedades, depreciaciones y amortizaciones, se ha situado en 401 millones de euros, representando el 19,6% sobre la cifra de negocios.

El resultado consolidado neto del ejercicio atribuido al grupo refleja un beneficio de 179 millones de euros. Por su parte, el resultado de explotación se ha situado en 245 millones de euros frente a los 123 millones de euros de 2020. De este modo, se ha logrado recuperar la senda de crecimiento anterior a la pandemia gracias a una política de reducción y contención de los costes de producción

–en especial, en aquellos mercados donde se mantiene un importante crecimiento en volumen–, la supervisión constante de los costes logísticos, el control estricto de los gastos de estructura y, en especial, la implementación de una operativa de negocio marcada por la flexibilidad y la búsqueda de la excelencia en todos los procesos.

Esta recuperación se ha conseguido a pesar de operar en un contexto de escalada inflacionaria por el aumento de precios de las materias primas y de desequilibrios entre la oferta y la demanda, con especial impacto durante la segunda mitad de 2021.



## INVERSIONES

El importe total de las inversiones en inmovilizado material y otro inmovilizado intangible se eleva a 124 millones de euros, frente a los 106 millones de euros de 2020. Destaca el elevado volumen de inversiones ordinarias, dirigidas a garantizar el desarrollo adecuado de los centros de producción.

En cuanto a inversiones extraordinarias, cabe citar la adquisición, con fecha 1 de marzo de 2021, de una participación del 74,9% del negocio de muebles de baño de Royo, ubicado en España y Polonia, así como la adquisición, con fecha 30 de julio de 2021, del 100% de la empresa alemana Sanitärtechnik Eisenberg GmbH.

## ESTRUCTURA FINANCIERA

El patrimonio neto ha ascendido a 1.552 millones de euros, lo que refleja la solidez financiera del grupo, que basa su crecimiento en la autofinanciación vía reinversión de beneficios. La deuda financiera neta ha descendido en 77 millones de euros, fruto de una mayor generación de caja por el aumento de rentabilidad y la contención del capital circulante. En 2021 las líneas de crédito no dispuestas ascienden a 301 millones de euros.

Con fecha 23 de junio de 2021 se llevó a cabo la renovación anticipada del contrato de financiación sindicada a largo plazo que vencía el 31 de julio de 2023. Este contrato fue firmado por primera vez el 30 de abril de 2009 y ya había sido renovado, de forma anticipada, el 29 de diciembre de 2014 y el 3 de agosto de 2017. El grupo ha cumplido ampliamente las obligaciones financieras que estipula.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>1.353</b>	<b>1.276</b>	<b>1.305</b>	<b>1.402</b>	<b>1.289</b>	<b>1.552</b>
<b>INVERSIONES CORRIENTES</b>	<b>145</b>	<b>116</b>	<b>145</b>	<b>154</b>	<b>106</b>	<b>124</b>
<b>SITUACIÓN FINANCIERA NETA</b>	<b>(322)</b>	<b>(323)</b>	<b>(378)</b>	<b>(365)</b>	<b>(194)</b>	<b>(117)</b>

en millones €

*La situación financiera neta refleja los saldos al cierre de cada ejercicio en inversiones financieras a corto plazo, efectivo y otros activos líquidos equivalentes, menos las deudas a corto y largo plazo con entidades de crédito.*

## CUENTA CONSOLIDADA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO

INGRESOS (GASTOS)	2021	2020
<b>IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS</b>	<b>2.052.702</b>	<b>1.683.517</b>
Aprovisionamientos y otros gastos externos	(805.467)	(547.812)
Gastos de personal	(507.854)	(436.665)
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	(138.374)	(132.359)
Trabajos efectuados por el Grupo para activos no corrientes	21.926	21.520
Otros gastos e ingresos de explotación	(377.455)	(465.612)
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>245.479</b>	<b>122.589</b>
<b>RESULTADOS FINANCIEROS</b>	<b>(14.552)</b>	<b>(27.618)</b>
Resultado de entidades valoradas por puesta en equivalencia	(519)	(1.062)
Resultado por pérdida de influencia significativa	-	-
<b>RESULTADOS CONSOLIDADOS ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>230.408</b>	<b>93.909</b>
Gasto por impuesto sobre las ganancias	(52.206)	(35.785)
<b>RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO</b>	<b>178.202</b>	<b>58.124</b>
Resultado atribuible a la Sociedad Dominante	178.749	60.167
Resultado atribuible a socios minoritarios	(547)	(2.043)

en miles de €

*Las cuentas anuales consolidadas de los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre de 2021 y 2020 se han preparado de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea (NIIF-UE).*

## BALANCE CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE

<b>ACTIVO</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>		
Fondo de comercio	304.698	224.272
Otros activos intangibles	226.589	130.662
Derechos de uso	85.863	57.084
Inmovilizado material	758.656	744.206
Inversiones inmobiliarias	10.127	12.036
Inversiones en empresas asociadas	29.378	8.682
Activos financieros no corrientes	6.397	7.788
Otros activos no corrientes	4.697	20.167
Activos por impuestos diferidos	95.843	112.753
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>1.522.246</b>	<b>1.317.650</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		
Activos no corrientes mantenidos para la venta	0	1.389
Existencias	463.899	356.165
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	319.812	325.930
Otros activos financieros corrientes	50.501	49.130
Activos por impuestos corrientes	17.397	2.481
Otros activos corrientes	43.053	41.886
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	148.769	90.213
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>1.043.431</b>	<b>867.194</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>2.565.677</b>	<b>2.184.844</b>

en miles de €

<b>PASIVO</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>		
Capital	152.624	152.624
Prima de emisión	409.564	409.564
Reservas	1.053.829	1.022.973
Resultado del ejercicio atribuido a la Sociedad Dominante	178.749	60.167
Dividendo a cuenta	(25.899)	(22.800)
Diferencias de conversión	(237.238)	(341.529)
<b>PATRIMONIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE</b>	<b>1.531.628</b>	<b>1.280.999</b>
Socios minoritarios	19.926	7.595
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>1.551.554</b>	<b>1.288.594</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>		
Subvenciones	2.751	2.400
Provisiones	25.010	21.595
Pasivos financieros con entidades de crédito	294.771	262.842
Otros pasivos financieros no corrientes	96.483	56.820
Pasivo por impuestos diferidos	56.394	27.804
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>475.408</b>	<b>371.461</b>
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
Provisiones	17.104	18.277
Pasivos financieros con entidades de crédito	15.037	62.288
Otros pasivos financieros corrientes	37.162	33.838
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	411.947	369.293
Pasivos por impuestos corrientes	18.924	11.992
Otros pasivos corrientes	38.542	29.101
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>538.715</b>	<b>524.789</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>2.565.677</b>	<b>2.184.844</b>

en miles de €

## **JUNIO 2022**

Avda. Diagonal 513, 08029 Barcelona

En 2021, el Grupo ha realizado de nuevo el Estado de Información no Financiera (EINF) para dar cumplimiento a lo dispuesto por el Código de Comercio, la ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018, y otras disposiciones legales y que tiene como objeto informar sobre cuestiones medioambientales, sociales y relativas al personal, en relación a los derechos humanos, y la lucha contra la corrupción y el soborno, así como en relación a la sociedad y que son relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades propias del negocio.



Papel ecológico y libre de cloro.



ROCA GROUP