

# fama

## ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2024 DE FAMA SOFÁS

## Contenido

<b>ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2024 DE FAMA SOFÁS</b>	<b>1</b>
1. MARCO NORMATIVO EN EL QUE SE UBICA ESTE INFORME	3
2. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD PUNTO SIN CAMBIAR TODAVÍA	3
2.1. ESTRUCTURA DE NEGOCIO	7
3. ¿QUÉ ES FAMA SOFÁS?	8
3.1 MODELO DE NEGOCIO	14
3.2 ORGANIGRAMA Y ESTRUCTURA DE GOBIERNO	18
4. PLAN ESTRATÉGICO	20
5. RIESGOS GENÉRICOS Y POLÍTICAS PARA ENFRENTARLOS	21
6. MERCADOS EN LOS QUE ESTAMOS PRESENTES	24
7. IMPACTO Y POLÍTICAS MEDIOAMBIENTALES DE FAMA SOFÁS	32
7.1 CONTAMINACIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO	32
7.2 ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTIÓN DE RESIDUOS	35
7.3 USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS	49
8. POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS	53
8.1 ACCIONES ENFOCADAS A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE NUESTROS EMPLEADOS	77
8.2 PREVENCIÓN, SALUD ABSENTISMO LABORAL	82
8.3 RELACIONES SOCIALES ENTRE LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES	90
9. INFORMACIÓN RELATIVA AL CUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS HUMANOS	90
10. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO	89
11. IMPACTO DE FAMA SOFÁS EN LA SOCIEDAD	91
12. POLÍTICA DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES	109
13. POLÍTICAS RELACIONADAS CON EL CLIENTE	111
14. INFORMACIÓN FISCAL ESPERAR A LA AUDITORÍA DE CUENTAS	114

## 1. MARCO NORMATIVO EN EL QUE SE UBICA ESTE INFORME

El presente informe hace referencia al Estado de Información no Financiera de la empresa Fama Sofás a cierre del año 2024. El mismo se realiza en aplicación de la Ley 11/2018 y en referencia a los estándares GRI 2016, según los cuales la empresa realiza, junto con los grupos de interés, un análisis de materialidad que le permite enfocar de la manera correcta los temas que se nos exige documentar en el informe. La intención de la compañía es adaptarse progresivamente a los estándares GRI 2021.

Tal y como exige la ley, al principio del informe expondremos una serie de puntos que tendrán por objetivo describir la actividad de la compañía, su estructura, su estrategia y los riesgos a los que nos enfrentamos. A continuación, desarrollaremos en base al análisis de materialidad los cinco puntos que se especifican en la ley:

1. Información sobre cuestiones ambientales
2. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal
3. Información sobre el respeto a los derechos humanos
4. Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno
5. Información sobre la sociedad

Para terminar, ofreceremos un índice en el que se hará referencia a los estándares GRI desarrollados en el informe.

## 2. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

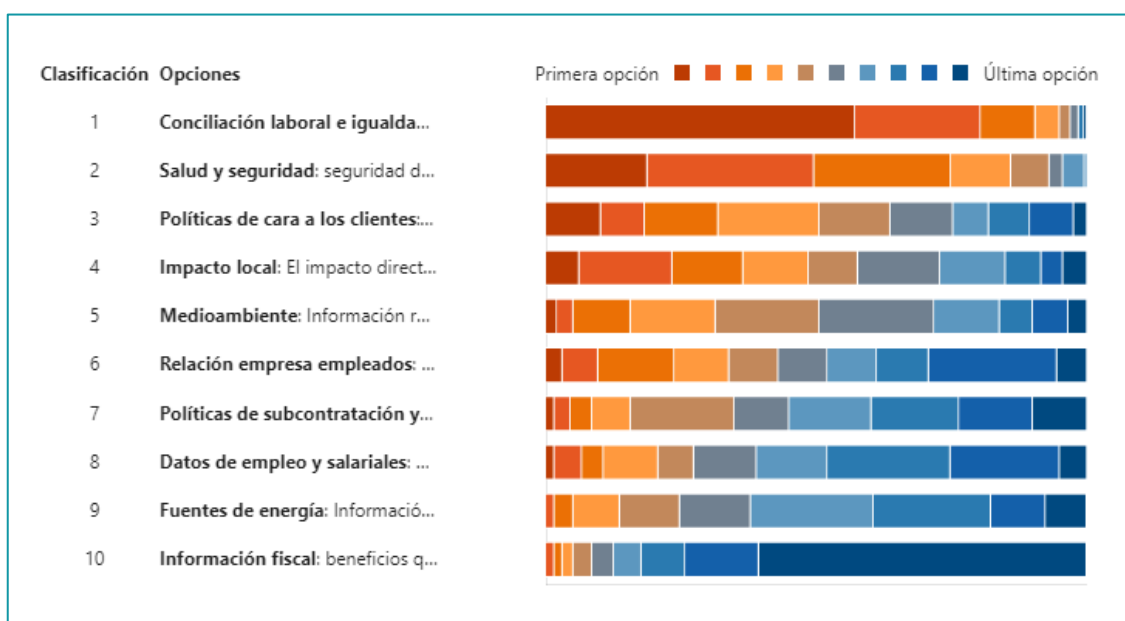
Basándonos en los criterios GRI, hemos preguntado a nuestros grupos de interés acerca de los puntos requeridos en la Ley 11/2018. Para el año 2024 se mantienen los mismos datos que en el año 2023, no se han hecho cambios.

El procedimiento consistió en realizar una encuesta en la que se debían ordenar de mayor a menor aquellos puntos en los que piensan que la empresa debía hacer más hincapié. Hemos establecido un total de 10 puntos sobre los que los encuestados debían dar su opinión. El orden de relevancia que han dado nuestros grupos de interés a estos apartados es el siguiente.

1. Conciliación laboral e igualdad: flexibilidad horaria, facilidades para los trabajadores, medidas adoptadas contra el acoso laboral, política de contratación, etc.
2. Salud y seguridad: seguridad del puesto de trabajo y herramientas para reducir la carga física.
3. Políticas de cara a los clientes: sistemas de garantías, gestión de incidencias, calidad del producto, etc.
4. Impacto local: el impacto directo e indirecto de la empresa en el empleo a nivel local, acciones de patrocinio y asociación con entidades locales ajenas a la empresa.
5. Medioambiente: información relativa a nuestras políticas e indicadores medioambientales (residuos, emisiones, economía circular, etc.).

6. Relación empresa empleados: descripción del comité de empresa y su función como órgano para el diálogo entre la empresa y los trabajadores.
7. Políticas de subcontratación y selección de proveedores: información acerca de los criterios que seguimos a la hora de elegir a nuestros proveedores.
8. Datos de empleo y salariales: distribución por sexo, edad, clasificación profesional, datos de absentismo, formación, salario medio por sexos, brecha salarial, remuneraciones en especie, etc.
9. Fuentes de energía: información relativa a la proveniencia de nuestras fuentes de energía (utilización de energías renovables, combustibles que utilizamos, etc.)
10. Información fiscal: beneficios que obtiene la compañía, impuestos que paga sobre esos beneficios y subvenciones recibidas.

En la siguiente imagen mostramos en que proporción ha sido seleccionada cada opción.



La encuesta ha sido enviada a cinco grupos de interés distintos: plantilla, clientes finales, distribuidores y vendedores minoristas, proveedores y representantes municipales de la localidad de Yecla. En total ha habido 196 encuestados, que se distribuyen de la siguiente manera:



Como empresa tenemos identificados a más grupos de interés, como los familiares de los trabajadores, las administraciones regionales, asociaciones con las que colaboramos, trabajadores de proveedores, etc. Sin embargo, no tenemos el mismo acceso a todos y, aunque todos son importantes, debemos acotar a aquellos sobre los que la empresa puede tener un mayor impacto.

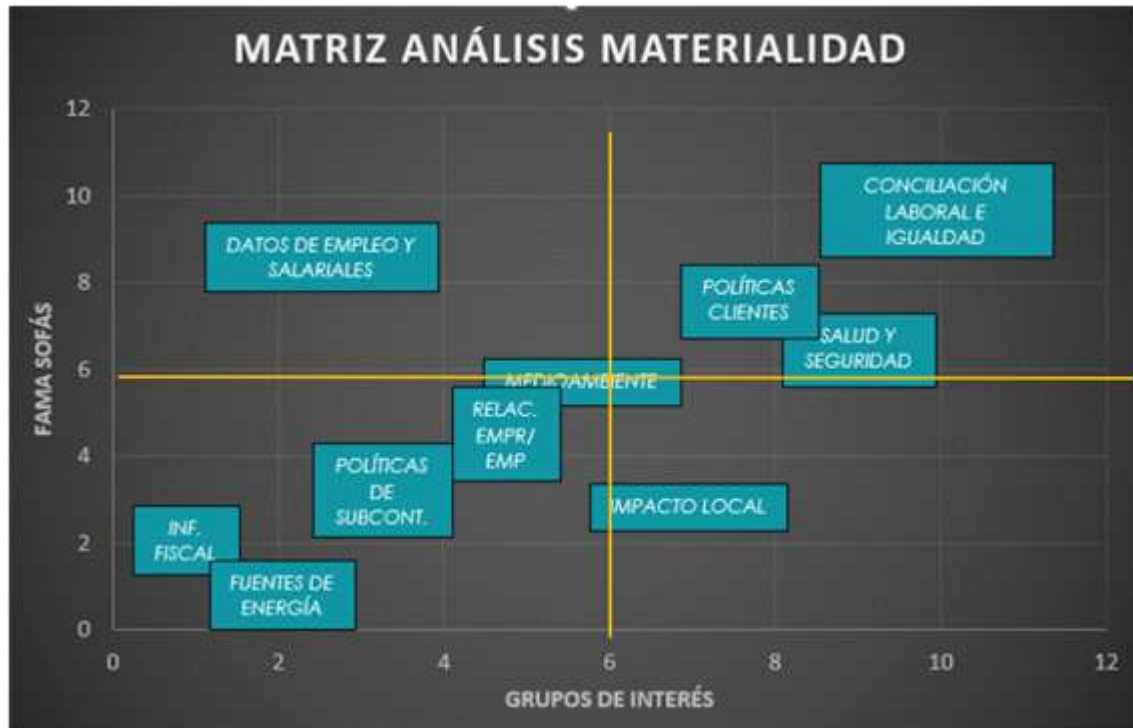
Obviamente, el no tener información acerca de todos nuestros grupos de interés nos va a lanzar un resultado que posiblemente no coincida al 100% de la realidad, sin embargo, pensamos que la muestra seleccionada sí que nos va a aportar una información útil acerca de lo que necesitamos saber, ya que al fin y al cabo son los grupos de interés que se ven más afectados directamente por la actividad de la empresa. En próximos informes intentaremos ampliar el número de grupos de interés que participarán en nuestro análisis de materialidad con el fin de enriquecerlo.

Por otro lado, el orden que deben seguir estos campos para la empresa es el siguiente:

1. Conciliación laboral e igualdad: flexibilidad horaria, facilidades para los trabajadores, medidas adoptadas contra el acoso laboral, política de contratación, etc.
2. Datos de empleo y salariales: distribución por sexo, edad, clasificación profesional, datos de absentismo, formación, salario medio por sexos, brecha salarial, remuneraciones en especie, etc.
3. Políticas de cara a los clientes: sistemas de garantías, gestión de incidencias, calidad del producto, etc.
4. Salud y seguridad: seguridad del puesto de trabajo y herramientas para reducir la carga física.
5. Medioambiente: información relativa a nuestras políticas e indicadores medioambientales (residuos, emisiones, economía circular, etc.).
6. Relación empresa empleados: descripción del comité de empresa y su función como órgano para el diálogo entre la empresa y los trabajadores.
7. Políticas de subcontratación y selección de proveedores: información acerca de los criterios que seguimos a la hora de elegir a nuestros proveedores.
8. Impacto local: el impacto directo e indirecto de la empresa en el empleo a nivel local, acciones de patrocinio y asociación con entidades locales ajenas a la empresa.
9. Información fiscal: beneficios que obtiene la compañía, impuestos que paga sobre esos beneficios y subvenciones recibidas.

10. Fuentes de energía: información relativa a la proveniencia de nuestras fuentes de energía (utilización de energías renovables, combustibles que utilizamos, etc.).

Si cruzamos estos datos y los reflejamos en una matriz, el resultado sería el siguiente:



En el eje X de la matriz se encuentra la valoración que dan los grupos de interés a cada uno de los puntos mencionados, y en el eje Y se encuentran los de Fama Sofás.

Podemos observar que, salvo en algunos puntos, la importancia que le dan los grupos de interés a los distintos apartados está muy en línea con lo que piensa la empresa.

En el cuadrante superior a la derecha vemos que se destacan los siguientes puntos:

1. Conciliación laboral e igualdad
2. Políticas de clientes
3. Salud y Seguridad
4. Medioambiente

Si bien daremos información acerca de todos los puntos, tal y como exige la ley, estos 4 serán aquellos en los que deberemos focalizarnos más, analizando la situación en la que se encuentran y estableciendo objetivos que deberemos alcanzar en el medio plazo.

## 2.1 ESTRUCTURA SOCIETARIA

La estructura societaria de Fama Sofás es la siguiente:

SOCIEDAD	OBJETO/ACTIVIDAD	MARCAS
López Gil Family S. L	Sociedad Matriz	
Fayecsa S. L	Sociedad propietaria de los activos inmobiliarios	
Fama Sofás S.L. U	Sociedad bajo la que se desarrolla toda la actividad de la empresa, se aúnan las marcas, patentes, etc.	. Moonap, es una nueva marca de sofás más sencillos, orientada a la venta online. . Famaliving (Tiendas) . Fama Dreams (Sofas camas).
Iconikae	Sociedad bajo la que se ubica la actividad de venta online, esta sociedad se elimina el 31/12/24	. Home by Fama, nuestra marca de hogar.

Todos los empleados de la compañía se encuentran inscritos a la sociedad Fama Sofás S.L.U. Todas las sociedades se encuentran radicadas en España.

### 3. ¿QUÉ ES FAMA SOFÁS?

Fama Sofás S.L.U es una empresa familiar fundada en el año 1972. Nos dedicamos al diseño, producción y venta de sofás y muebles. Exportamos el 56% de nuestros productos, vendiendo en más de setenta países en todo el mundo. La producción la realizamos íntegramente en España en nuestras instalaciones ubicadas en Yecla (Murcia); disponemos de dos naves industriales, ambas aproximadamente de 20.000m<sup>2</sup>, en las que damos empleo a un total de 248 personas a cierre de 2024, si bien la plantilla media a lo largo del ejercicio ha sido de 258,523 personas.



NOTA: Imagen de El Mirador de Fama

Así mismo, disponemos de una casa que se encuentra dentro del recinto de una de las fábricas a la que damos múltiples usos: estudio para sesiones de fotos, hotel para clientes y proveedores que nos visitan y salón de eventos donde podemos organizar comidas para más de 100 personas. A este espacio lo hemos denominado "El Mirador de Fama", debido a las maravillosas vistas que ofrece a sus usuarios. A este inmueble empezamos a darle uso en 2023.

A modo de presentación, nos gusta destacar cinco puntos a los que dentro de la organización damos una importancia crucial, como se verá más adelante en el plan estratégico.

#### 1. Digitalización

En Fama Sofás presentamos un nivel de digitalización muy alto, lo que nos permite tener control en tiempo real de todo el proceso productivo, así como minimizar los tiempos de elaboración y la probabilidad de cometer errores.

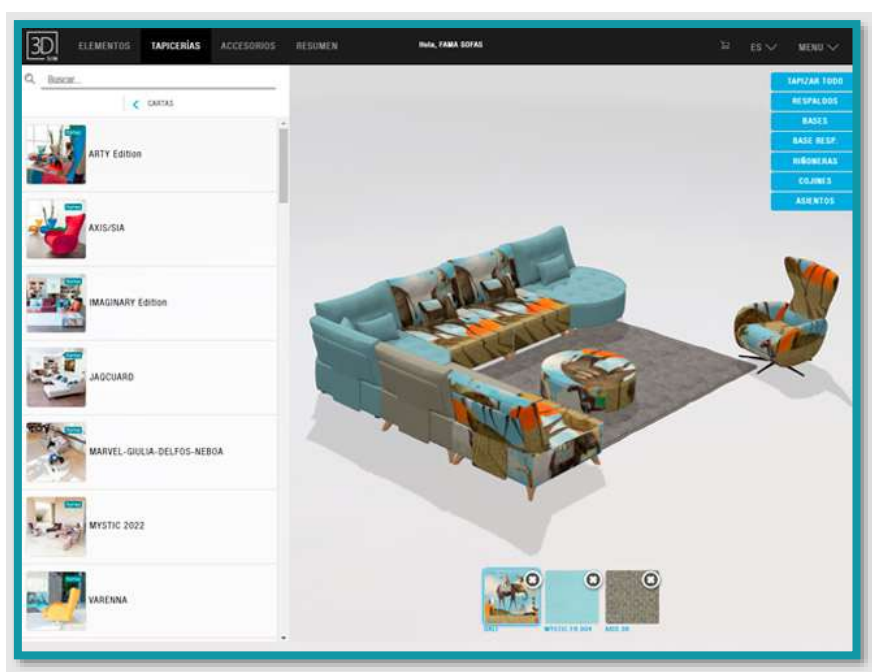
Dentro de todo lo que hacemos, destacar en primer lugar la tecnología de radiofrecuencia, que nos permite, a través de una serie de antenas distribuidas en distintos puntos de nuestra cadena de producción, identificar los lugares por los que han pasado nuestros productos durante su elaboración.



En 2023 comenzamos la digitalización de nuestras órdenes de producción, lo que nos va a permitir a 5 años vista eliminar cientos de kilos en papel que ahora mismo estamos gastando todos los años. Para ello, estamos instalando pantallas en los puestos de producción para que los operarios puedan visualizar ahí toda la información que requieren sus puestos.

En 2024 hemos conseguido grandes avances en las principales secciones de producción, por lo que este proyecto avanza en camino al objetivo que nos habíamos planteado.

En segundo lugar, también es fundamental para nosotros nuestro simulador 3D, desarrollado internamente junto a nuestro partner Grupo Sim. Esta herramienta nos permite, por un lado, adaptarnos mucho mejor a lo que necesita el cliente, ya que le permite tener una imagen muy real de cómo va a quedar el sofá que elija, y, por otro lado, a nivel interno nos permite minimizar errores de mecanización de pedido, lo que evita que se produzcan errores durante la fabricación.



En el año 2024 hemos lanzado la versión 4.0 del simulador 3D proporciona novedades como:

- Rediseño de interfaz más intuitivo.

- Mejoras en renderizado web.

- Precios a tiempo real.

- Nuevo sistema de medidas.

- Seguimiento de pedidos mediante estados.

- Sistema de presets mejorado.

- Nuevo sistema de restricción de tapizados.

- Nuevo sistema de modelos compatibles.

- Nuevo sistema de pedidos técnicos

Nuevas opciones de personalización de logotipos y colores.

Visor 3D en informes.

Realidad Aumentada integrada en informes.

Visor de RV integrado en pedidos.

Mejoras en representación de sombras en escena.

Nuevo sistema de cámara 3D.

Nuevo buscador de artículos avanzado.

Compatibilidad con tejidos sin textura.

Mayor integración con simgest

Inserción de pedidos y presupuestos en simgest.

Estas y muchas otras innovaciones dieron lugar a que en diciembre de 2019 obtuviésemos el I Premio de Industria Conectada 4.0 en la categoría de pyme<sup>1</sup>, concedido por el Ministerio de Industria y Comercio.

## **2. Internacionalización**

Para Fama Sofás la internacionalización es clave, ya que tener un mercado diversificado nos hace más fuertes y nos permite reducir riesgos de caídas abruptas de nuestros pedidos.

Nuestras primeras ventas en el extranjero llegaron en los años 90, con un cliente de Japón. A partir de ahí vimos la dimensión que podía tener el mercado internacional y decidimos invertir en darnos a conocer fuera de España. Esto fue lo que nos salvó de la crisis de 2008-2013, en la que el mercado nacional se derrumbó y sin embargo nosotros seguimos creciendo; fue en aquella época cuando nuestra tasa de exportación llegó a sus máximos.

En la actualidad vendemos en más de 60 países, si bien nuestros principales mercados son Francia, Reino Unido, Irlanda y Alemania. Fuera de Europa Occidental también tenemos presencia en países como Chipre, Estados Unidos o India, Marruecos, Israel y Croacia

En 2024 hemos seguido trabajando en esta línea, abriendo nuevos mercados como Taiwán y, sobre todo, tratando de incrementar las ventas en mercados en los que nuestra cuota de mercado era muy pequeña.

## **3. Sostenibilidad**

Para nosotros la sostenibilidad es un pilar fundamental. Todos los años nos auditamos en la ISO 14001, en 2021 nos certificamos en Residuo Cero, garantizando que **más del 90% de nuestros residuos están valorizados**, y 2022 calculamos por primera vez nuestra huella de carbono en alcance 3. Durante el año 2024 hemos continuado preparándonos para obtener la certificación en Ecodiseño.

---

<sup>1</sup> Fuente: <https://www.industriaconectada40.gob.es/premios/premios-antiores/Paginas/I-Edicion-Premios.aspx>

En el año 2024 conseguimos la certificación Cadena de custodia PEFC, para la trazabilidad de la madera.

La sostenibilidad para nosotros es un elemento de marketing; creemos firmemente que una empresa más sostenible es una empresa más fuerte y competitiva.

Cuando comenzamos a prepararnos para la ISO 14001 en el año 2019 nos dimos cuenta de la enorme cantidad de materias primas que estábamos tirando a la basura. A partir de ahí comenzamos una serie de proyectos de reingeniería de nuestros productos que nos han permitido tener un aprovechamiento mucho mayor de materiales como la fibra, la gomaespuma o la tela.

En esta línea, para el año el próximo año tenemos previsto obtener la certificación en Ecodiseño.

A esto hay que sumar la mejor gestión que hacemos de nuestros residuos, hasta tal punto que, actualmente, prácticamente ningún residuo que generamos va a un vertedero. Utilizamos nuestra madera para generar pellet para la calefacción o la fibra para hacer rellenos de peluches, entre otras cosas. Mas adelante en este informe estudiaremos más en detalle todas las acciones que llevamos a cabo en este campo.

A nivel energético disponemos de placas solares en nuestras dos instalaciones. Al estar ubicados en el sureste de España, las horas de luz al cabo del año son abundantes, lo que nos permite tener un rendimiento muy alto de esta inversión.

Desde 2023 tenemos abierto un proyecto en que iniciamos la instalación de aerogeneradores dentro de nuestras propias instalaciones; de esta manera podremos generar más energía limpia que nos puede ayudar en momentos en los que no dispongamos de luz solar.

Para nosotros, la sostenibilidad implica optimizar costes, ser más responsables ecológicamente y mejorar la sociedad que nos rodea.

#### **4. Conciliación y estabilidad laboral**

Los empleados son la columna vertebral de nuestra organización, por ello, es primordial lograr que se encuentren a gusto en su puesto de trabajo y conseguir que tengan una alta implicación con la empresa.

Nuestro enfoque en este campo consiste en intentar adaptarnos siempre a las necesidades del trabajador para que pueda estar tranquilo y a gusto en el puesto de trabajo. En este campo hemos hecho dos avances fundamentales:

- La implantación de más de 70 horarios distintos, tanto en fábrica como en oficina, que permitan al empleado conciliar su vida personal y familiar lo mejor posible.
- La puesta en marcha en 2015 de nuestra guardería-ludoteca laboral: FamaPekes. Se trata de una guardería homologada que se encuentra en nuestras propias instalaciones, de tal modo que ahorramos a los padres los desplazamientos de dejar y recoger a sus hijos. Hay que destacar también que su precio es un 50% inferior al que tienen de media las guarderías de nuestro entorno.

- El establecimiento de un seguro médico privado, que permite a todos los miembros de la plantilla disponer de unos servicios médicos de alta calidad.
- El acuerdo con una entidad bancaria para conseguir productos financieros (hipotecas, adelantos de nóminas, etc.) en mejores condiciones para los trabajadores de Fama.

Más adelante en este informe tendremos ocasión de analizar más en profundidad la política de recursos humanos de la compañía.

## **5. Innovación**

El quinto y último pilar sobre el que se sustenta nuestra empresa es la innovación. A pesar de pertenecer a un sector tradicional, la innovación es lo que nos ha permitido diferenciarnos de nuestra competencia y ofrecer al cliente un producto totalmente personalizado.

Gracias a los sistemas de calidad establecidos por la norma ISO 9001 (en la que nos llevamos auditando desde 1998), llevamos registro de todos los proyectos de mejora, innovaciones y acciones correctivas que surgen en el día a día, con el objetivo de trabajar sobre ellas de una manera ordenada que nos permita seguir mejorando. Actualmente tenemos un listado con más de 1.000 proyectos, que van desde nuevos diseños a mejoras en producción, proyectos de marketing, etc.

Encontrar soluciones sencillas a problemas complejos es una de nuestras especialidades, por lo que consideramos la innovación uno de nuestros sellos de identidad.

Para terminar esta introducción, presentamos nuestro decálogo de responsabilidad social corporativa, en el que resumimos en 10 puntos los valores más importantes de nuestra empresa.

## Decálogo Responsabilidad Social Corporativa

# fama

### 1. Honestidad

Es la actitud por la que se rige toda nuestra organización, y de la que emanan todas nuestras decisiones. Evitar utilizar materias primas, productos y servicios creados bajo condiciones de trabajo inhumanos.

### 2. Medio Ambiente

Contribuir a la conservación de la naturaleza, adaptando todos los procesos de fabricación para minimizar al máximo el impacto en el medio ambiente.



### 3. Cultura y deporte

Promover los aspectos más importantes de la sociedad como pueden ser la cultura y el deporte.

### 4. Formación



Formar continuamente al personal que compone la empresa, considerando la formación como pieza clave para conseguir los objetivos de la empresa.

### 5. Economía local



Contribuir a dinamizar la situación económica de la zona, creando puestos de trabajo estables y de calidad.

### 6. Salud laboral

Cuidar de todos los aspectos relacionados con la salud de nuestros trabajadores, creando puestos de trabajo dignos en un ambiente agradable.

### 7. Igualdad

Valorar a las personas de una forma equitativa por encima de sus condiciones de sexo, Nacionalidad, edad o condición.



### 8. Transmisión de conocimiento

Colaborar con organismos públicos y privados aportando conocimientos de mejora generados en nuestra actividad diaria.

### 9. Producto



Crear productos de calidad, con un diseño pensado para ser disfrutado, cumpliendo siempre las normativas y requisitos legales de cada país.

### 10. Felicidad

Intentar contribuir a la felicidad de todas las personas afectadas directamente por nuestra actividad. Trabajadores, proveedores, distribuidores y clientes finales.



### 3.1 MODELO DE NEGOCIO

En Fama Sofás hemos desarrollado distintos modelos de negocio que nos han ido permitiendo diversificar nuestra actividad, siendo así una empresa más sólida y competitiva. A continuación, pasamos a describir en que consiste cada uno.

#### **Fama Sofás**

Nuestro primer y principal modelo de negocio consiste en el diseño, producción y venta de productos del hogar a distribuidores nacionales e internacionales al por mayor para que ellos los pongan a disposición del cliente final.

Esta ha venido siendo la actividad que ha desarrollado la empresa prácticamente desde sus inicios, sin embargo, a lo largo de la última década hemos cambiado el enfoque que le dábamos a esta línea de negocio y, si bien seguimos contando con grandes vendedores y distribuidores minoristas, ahora nuestro enfoque publicitario va sobre todo al cliente final.

Queremos crear una marca con un fuerte reconocimiento dentro de la sociedad, que lleve a los clientes a entrar a las tiendas preguntando por nosotros, y no que tengan que ser los vendedores los que fuercen la venta de nuestros productos. A nivel nacional ya somos la marca con mayor visibilidad, sin embargo, nos queda mucho camino por recorrer.

Convivimos en un sector muy atomizado, en el que hay muchas empresas, pero muy pocas marcas reconocidas. A pesar del crecimiento de los últimos años, nuestra cuota de mercado a nivel nacional e internacional sigue siendo relativamente pequeña, por lo que pensamos que existe un espacio que podemos ocupar y que puede ofrecernos grandes oportunidades de crecimiento.

Llevar a cabo esta estrategia está siendo posible gracias al marketing digital y a las redes sociales, ya que pone a nuestra disposición herramientas que nos permiten llegar a muchas personas a unos costes asumibles.

Actualmente la marca Fama vende sus productos en un total de 66 países, si bien las regiones en las que estamos más presente son:

- España
- Francia
- Reino Unido
- Irlanda
- Alemania

A estos mercados hay que sumar otros en los que las ventas son menores pero que en el futuro esperamos tener un crecimiento significativo, como es el caso de Alemania. También estamos presentes en países fuera de Europa occidental, como Estados Unidos, India o Chipre, lo que nos permite estar más diversificados.



### **Famaliving**

El segundo modelo de negocio se trata de una red de tiendas franquicia en las que únicamente se venden productos de Fama. El nombre de estas tiendas es "Famaliving", y a cierre de 2024 ya contamos con 79 tiendas repartidas por todo el mundo, si bien los dos países en los que este proyecto se encuentra más consolidado es en España y Francia, con 44 y 23 tiendas respectivamente.

Nuestra intención con este proyecto es diferenciarnos creando unos establecimientos que tengan una esencia propia, en los que al entrar se reconozca instantáneamente nuestra marca. Desde la empresa pensamos que este es un aspecto clave a la hora de crear nuestra imagen de marca propia.



NOTA: Imagen de Famaliving Lleida

### **Fama Solutions**

El tercer modelo de negocio que presentamos es la línea "Fama Solutions"<sup>2</sup>, que se centra en la producción de mobiliario enfocado al mundo del contract: en concreto, ofrecemos servicios de diseño y desarrollo de producto, producción y montaje.

Los tipos de establecimientos con los que trabajamos son: restaurantes, hospitales, hoteles, residencias y oficinas. También hacemos proyectos integrales a medida, tratando siempre de adaptarnos a lo que nos piden nuestros clientes.

En 2024 el proyecto de mayor envergadura que hemos realizado ha sido Ikono Berlín<sup>3</sup>. Ikono es una empresa que se dedica a la construcción de edificios

<sup>2</sup> Página web: <https://www.famasolutions.es/>

<sup>3</sup> Referencia: <https://ikono.global/es/berlin>

temáticos, en los que sus clientes pagan una entrada y pueden disfrutar durante una hora de los servicios que ofrecen.

Con esta compañía ya hemos desarrollado tres proyectos: Barcelona, Berlín y Budapest.

Este tipo de producto cambia mucho respecto al que ofrecemos bajo la marca Fama, ya que existen otras prioridades. Nuestro trabajo aquí consiste sobre todo en aportar valor dando soluciones sencillas pero efectivas a los problemas a los que se pueden enfrentar los promotores de este tipo de proyectos.

Fama Solutions nos da la posibilidad de diversificarnos creando una línea de ingresos independiente de los productos Fama, lo que da una mayor solidez a la empresa.

Algunos de nuestros clientes más importantes son los siguientes:



### **Marca blanca**

En cuarto lugar, disponemos de una línea de negocio enfocada a la fabricación en serie de productos de otras empresas de nuestro sector. En este caso no le damos ninguna visibilidad a la marca Fama, sino que simplemente actuamos como un fabricante de marca blanca. Por motivos de confidencialidad, no podemos especificar el nombre de las empresas con las que trabajamos en este ámbito.



Este modelo de negocio nos permite regular de manera más eficiente la carga de trabajo de nuestra planta de producción. Se trata de productos con un menor grado de personalización que se fabrican en grandes cantidades, lo que permite optimizar costes y ofrecer a nuestros clientes un producto con un precio más competitivo

### **Venta online**

Por último, como ya adelantamos en el informe de 2023, uno de nuestros objetivos para 2024 era comenzar a vender sofás online. Para ello, hemos creado una nueva marca: Moonap<sup>4</sup>.



El objetivo de esta marca es ofrecer un producto de calidad y con garantías, pero a unos precios competitivos. La página web arrancó en septiembre de 2024, y ya hemos podido cerrar nuestras primeras ventas.

Home by Fama y Moonap de momento se mantienen como ramas separadas, aunque lo más probable es que en el futuro acaben fusionándose. La perspectiva de la empresa es que nuestra marca de Home by Fama que engloba productos de decoración, sea absorbida por Moonap, pero es algo que todavía no está claro. Ambas marcas son de la sociedad Fama Sofas, S.L.U.

<sup>4</sup> Página web: <https://moonap.com/?srsltid=AfmBOorUD3U-fr77fz6C1OZG-b1zK2O4hrq9wzSPmAcPpELF4L70ZVn8B>



### 3.2 ORGANIGRAMA Y ESTRUCTURA DE GOBIERNO

Antes de explicar nuestro organigrama, es importante entender que siempre hacemos referencia a la estructura organizativa de Fama Sofás S.L.U, ya que, dentro del grupo, es la sociedad que aúna toda nuestra actividad empresarial.

El organigrama de Fama Sofás es el siguiente:



NOTA: Organigrama de Fama Sofás a 03/02/2025

Nuestra estructura organizativa apenas ha variado respecto al año pasado, algo que consideramos positivo, ya que aporta continuidad y estabilidad a la empresa.

Como se puede observar, nuestro organigrama no es demasiado convencional. Puede dar sensación de desorden y caos, pero refleja de forma real nuestra organización, eminentemente horizontal y en la que se entremezclan los distintos departamentos.

El objetivo de tener un organigrama tan horizontal es evitar que exista una brecha demasiado grande entre los distintos departamentos, asegurándonos así de que todo el personal que tiene cierto grado de responsabilidad esté siempre al tanto de todo lo que sucede en la empresa.

Lo que a priori puede parecer malo, la experiencia nos ha demostrado que es uno de los aspectos que han hecho de nuestra compañía un ejemplo de cómo deben funcionar las empresas modernas. Cada departamento está formado por equipos multidisciplinares que aportan una riqueza impresionante y que, además, en conjunción con el diseño de nuestras oficinas, totalmente abiertas, consiguen un nivel de comunicación y fluidez de información muy alto entre todos los departamentos.

En nuestras oficinas no se encuentran despachos para los gerentes o salas en las que se encuentren únicamente las personas de un mismo departamento; disponemos de una sala de 1.640m<sup>2</sup> en la que no hay ni un tabique. Nos dividimos en 10 islas:

1. Ventas España
2. Ventas Francia
3. Ventas exportación
4. Contabilidad
5. Producción
6. Fama Solutions
7. Marketing e informática
8. Diseño gráfico y modelación 3D
9. Recursos humanos y Calidad
10. Diseño

Esta distribución permite que la información fluya de manera natural, evitando los clásicos problemas de falta de comunicación entre las personas de una misma organización.

Por ejemplo, para nosotros es muy importante que haya un contacto directo entre las personas de ventas y de diseño, ya que la opinión de los primeros, que son quienes mejor conocen el mercado, será muy valiosa a la hora de desarrollar un producto u otro. Otro ejemplo sería la comunicación entre el departamento de recursos humanos y el de producción, ya que a la hora de seleccionar el personal para planta se debe tener muy presente cuáles son las necesidades reales que se tienen para poder elegir así a las personas que mejor se adapten a ellas.

## **ESTRUCTURA**

Respecto a la estructura de gobierno, como se observa en el organigrama, el máximo responsable es Félix López Gil, que es a su vez el propietario de la compañía. Su experiencia de más de 40 años le ha permitido ver a la empresa atravesar todas sus etapas de crecimiento, conociendo todas las áreas a la perfección y siendo capaz de coordinar a los distintos equipos de trabajo.

Si bien su especialidad es el diseño, cuando la empresa era más pequeña se vio obligado a gestionar departamentos tan distintos como el de producción, compras, marketing o ventas, entre otros. Con el paso de los años, si bien la figura de Félix sigue siendo fundamental, poco a poco han dado un paso al frente distintas personas que han ido absorbiendo más responsabilidad, haciendo que la estructura de gobierno sea más sólida y menos dependiente de su figura.

En segunda línea encontramos a las personas que forman el comité estratégico, que se encarga de definir las líneas de actuación que la empresa debe seguir a medio y largo plazo para seguir creciendo y seguir siendo puntera en el sector. Este comité lo componen personas de diferentes ámbitos, con el objetivo de que todos conozcan las problemáticas y necesidades que hay en cada departamento y así puedan tomar las decisiones de manera consensuada.

Es en el seno de este comité estratégico en el que se marcan las líneas de actuación a seguir en materia de RSC. Como empresa pensamos que este aspecto es fundamental, ya que nos permite tomar decisiones poco precipitadas, por lo que el riesgo de equivocarnos disminuye.

En tercer lugar, encontramos los diferentes subdepartamentos que componen la empresa, los cuales, como decíamos anteriormente, se encuentran totalmente interconectados. En el organigrama podemos observar los nombres de las personas que se encargan de gestionar cada departamento.

En la última línea se encuentran los responsables de las diferentes áreas de producción. En nuestra planta elaboramos todo el proceso de fabricación del sofá. Esto implica una cadena de producción muy larga y compleja en la que el producto atraviesa muchas fases distintas antes de estar listo para el cliente. Es por ello por lo que se necesitan a varias personas de confianza que estén en el día a día cerca de la producción preocupándose de que todo salga bien, detectando los problemas que puedan surgir y aportando soluciones.

## 4. PLAN ESTRATÉGICO

En el anterior informe dimos por cerrado el plan estratégico que abarcaba el periodo que iba entre 2019 y 2023. El nuevo plan estratégico va a abarcar desde 2024 hasta 2029; si bien el plan todavía no ha sido redactado y validado por la dirección estratégica, si que tenemos ya dibujadas las líneas maestras de cara a donde nos queremos ver cuando finalice este periodo:

### 1. Incrementar de manera muy notoria nuestra presencia online

Tanto con Moonap como probablemente con los propios productos de marca Fama, nuestro objetivo es ser mucho más accesibles al consumidor online. Ya es una realidad que cada vez más personas se atreven a dar el paso de adquirir su mobiliario de manera 100% online. A esto hay que sumar la retroalimentación que existe entre el punto de venta físico y el virtual; esto significa que tener una posición fuerte en el mundo digital puede acabar atrayendo a muchas personas a las tiendas, incluso a aquellas que se autodefinen como nativos digitales que realizan el 100% de sus compras a través de páginas web.

### 2. Dar un paso en la gestión de nuestros distribuidores internacionales

Como se explica en este informe, una parte muy sustancial de nuestras ventas se realizan en el extranjero, sin embargo, el nivel de penetración que tenemos en estos mercados es relativamente menor que el que tenemos en España. Para reducir esta brecha, debemos dar el paso de gestionar de manera más directa a los clientes que tenemos en estos otros países, de tal manera que conozcan mejor nuestra marca y sean capaces de cerrar más ventas que las que están cerrando ahora mismo.

Esto se consigue analizando los mercados en los que estás presente, entendiendo el tipo de producto que funciona en cada país, dando formación a los equipos de venta y creando un mayor vínculo entre consumidor y marca.

### 3. **Optimizar nuestros procesos de fabricación a través de nueva maquinaria y nuevos sistemas de gestión**

En el anterior periodo conseguimos dar el paso de construir una fábrica nueva, con lo que todo ello implica. Ahora nuestro trabajo debe centrarse en optimizar estas nuevas instalaciones de tal manera que el rendimiento que obtengamos de ellas sea el mayor posible.

Para ello, por un lado, debemos evolucionar, en primer lugar, a nivel de gestión, desarrollando herramientas que nos permitan tener un control en tiempo real de todo lo que sucede en planta, y en segundo lugar, a nivel de maquinaria, incluyendo cada vez más robots e innovaciones que nos permitan reducir al mínimo la interacción humana en tareas repetitivas de bajo valor añadido.

### 4. **Atraer a más clientes de contract y marca blanca que nos permitan mantener unos niveles de producción estables**

Con nuestras nuevas instalaciones, nuestra capacidad de fabricación se ha incrementado sustancialmente, por lo que ahora somos capaces de fabricar unas cantidades y a unos precios que hace unos años era impensable.

En este campo ya hemos hecho algunos avances en 2024, pero pensamos que 2025 debe ser el año en el que de verdad demos un salto sustancial.

### 5. **Conseguir mantener unos niveles de rentabilidad que permitan a la empresa seguir invirtiendo en su crecimiento**

Este aspecto es clave para no quedarnos atrás. Con las recientes inversiones que hemos hecho en la nueva fábrica, en el corto plazo necesitamos incrementar nuestras ventas lo suficiente como para que el margen de beneficio que quede a final de año nos permita seguir con nuestros planes de inversión a medio-largo plazo.

## 5. RIESGOS GENÉRICOS Y POLÍTICAS PARA ENFRENTARLOS

Como organización, nos enfrentamos a una serie de riesgos derivados tanto de nuestra actividad empresarial como del entorno político y económico en el que nos encontramos. Por ello, debemos de ser conscientes de cuales son y tenemos que establecer políticas que nos permitan vernos lo menos afectados posible por ellos.

La detección de estos riesgos se lleva a cabo por las personas responsables de cada departamento. Una vez detectados, se ponen en común con la dirección y, de manera conjunta se establecen los riesgos a los que hay que dar una mayor prioridad y se estudian las políticas más adecuadas para minimizarlos o eliminarlos.

Los riesgos detectados apenas varían respecto a los expusimos el año pasado, no obstante, pasamos a exponerlos, así como a explicar las políticas internas que pensamos llevar a cabo para minimizarlos:

- **Inestabilidad política a nivel internacional**: por desgracia, este riesgo parece que va a estar siempre presente. 2024 ha sido un año relativamente estable, sin embargo, en noviembre ganó las elecciones de Estados Unidos Donald Trump, lo que puede significar el inicio de una nueva guerra comercial, cuyas consecuencias son imposibles de prever. De llevarse a cabo, en el corto plazo podría suponer una reducción significativa del comercio global.
- **Reducción del poder adquisitivo de la clase media en Europa y particularmente en España**: tras unos años de fuerte inflación, vemos que la capacidad económica de la clase media no se ha recuperado a niveles prepandemia. El coste de algunos productos clave, como la vivienda o el combustible, ha aumentado muy por encima del nivel de los salarios, lo que se traduce en una menor capacidad de consumo.
- **Riesgo energético**: la Guerra de Ucrania y la Guerra de Gaza, sumado a las intenciones de la UE de reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>, están elevando considerablemente los costes energéticos asociados a los combustibles fósiles. Si queremos que estos aumentos de costes no nos resten competitividad, debemos establecer políticas que nos lleven a reducir nuestra dependencia de las fuentes de energía tradicionales.
- **Riesgo medioambiental**: como empresa somos conscientes de que nuestra actividad genera un impacto ecológico negativo. En este sentido debemos, primero, medir ese impacto para ser conscientes de su envergadura, y segundo, establecer los medios para reducirlo al mínimo posible.
- **Riesgo de exceso de capacidad**: Una vez que hemos realizado las inversiones correctas para absorber la mayor demanda que existía en el mercado, ahora disponemos de unas instalaciones que suponen un volumen de costes fijos más elevado al que estábamos acostumbrados. Para hacer que esos costes fijos sean eficientes, debemos ser capaces de mantener una carga de trabajo óptima que nos permita rentabilizar estas fuertes inversiones en un momento en el que, como decíamos antes, todo apunta a que el consumo se va a estancar.

Estos son los principales riesgos que hemos detectado. A continuación, pasamos a enumerar las políticas que hemos ideado para tratar de hacerles frente:

- **Diversificación e internacionalización de nuestro negocio**: la mejor manera de hacer frente a la inestabilidad que vivimos en estos tiempos es no hacer depender nuestra actividad de una única fuente de ingresos, así como no focalizar nuestro mercado en una única región.
- **Adaptarnos a la situación real de la economía de las familias**: como explicamos antes, la inflación y los elevados tipos de interés han hecho mella en el poder adquisitivo de las familias. Por ello, hemos empezado a desarrollar productos que, manteniendo nuestros estándares de comodidad y calidad, pueden salir al



mercado con precios mucho más asequibles, atrayendo así a esa demanda que se nos estaba empezando a escapar.

- **Focalizarnos en mejorar nuestra productividad**: otra manera de aminorar el impacto de la inflación es siendo más productivos, es decir, haciendo más con menos. Tenemos un equipo de profesionales cuyo trabajo consiste en optimizar cada proceso productivo al máximo, que abarca desde proyectos de reingeniería de producto para mejorar el aprovechamiento de las materias primas hasta el desarrollo de maquinaria que nos permita reducir los tiempos de elaboración. En este aspecto las nuevas instalaciones nos están permitiendo dar un gran salto, ya que los nuevos métodos de fabricación nos han permitido llegar a unos precios que antes eran inalcanzables para nosotros, pudiendo así ganar licitaciones tanto públicas como privadas.
- **Tener una planta energéticamente autosuficiente**: ser capaces de minimizar nuestra dependencia energética de los combustibles fósiles es la mejor política para no estar expuestos a su encarecimiento y para reducir nuestro impacto en el medioambiente. Por ello nuestras dos fábricas disponen de placas solares que nos permiten autoabastecernos en un porcentaje muy alto de energía verde. De la misma manera, nuestra caldera se alimenta al 100% de pellets y astillas (generados ambos a partir de nuestros propios restos de madera), lo que nos ha permitido eliminar el consumo de gasoil para la calefacción. Más adelante en este informe se darán datos más específicos en referencia a este punto.
- **Política de optimización del uso de materia prima y correcta gestión de nuestros residuos**: debido al tipo de productos que fabricamos, no somos una empresa que genere grandes emisiones o que vierta residuos peligrosos en ríos, mares, etc. El mayor impacto de nuestra actividad se ve reflejado en el volumen de residuos que generamos; hablamos de toneladas de gomaespuma, fibra, madera, tela, plástico, etc. Por ello, nuestra política en este ámbito tiene dos escalones, en primer lugar, optimizar al máximo la utilización de nuestras materias primas para evitar que se desperdicien, y en segundo lugar, separar correctamente todos nuestros residuos y buscarles una segunda vida, con el objetivo de que no vayan a parar a un vertedero.
- **Tener un control exhaustivo de todos los procesos y departamentos de la empresa**: este factor es fundamental para minimizar los riesgos de crecimiento acelerado. Si no sabemos cómo están funcionando todas las inversiones que hemos realizado, si no optimizamos los nuevos espacios de los que ahora disponemos y si no invertimos el suficiente tiempo en formar a todos los trabajadores nuevos, este riesgo podría materializarse y generar problemas serios para la compañía.

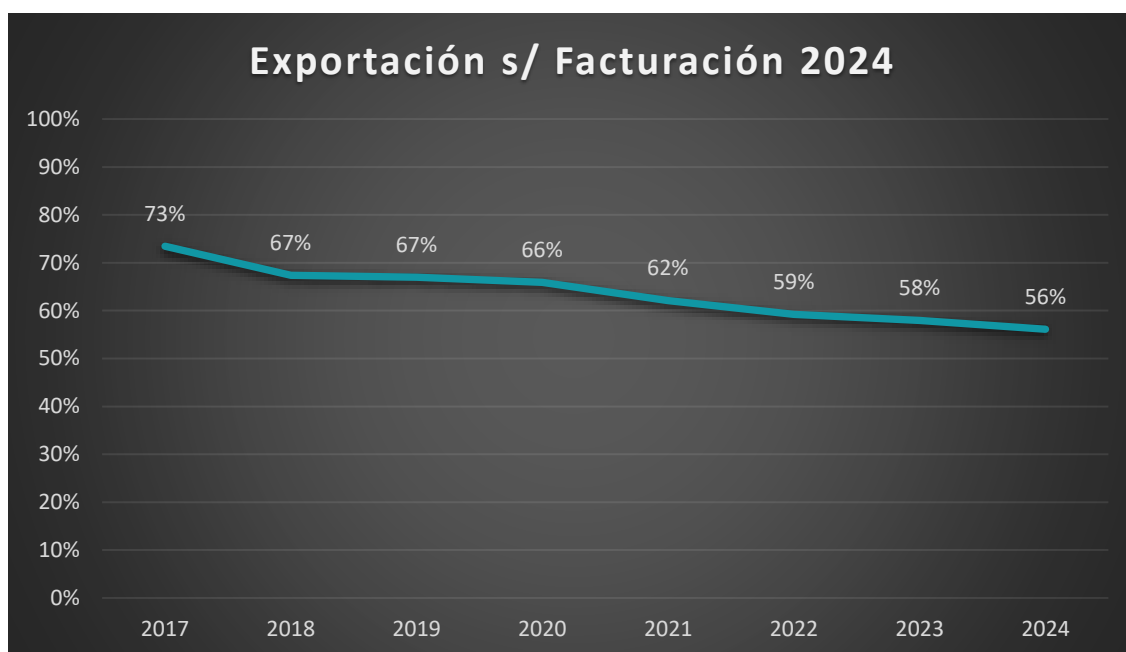
## 6.MERCADOS EN LOS QUE ESTAMOS PRESENTES

Fama Sofás está presente en países de los 5 continentes. A cierre de 2024 exportamos el 56% de nuestra producción. En Fama Sofás siempre hemos dado una importancia crucial a la internacionalización; estar presente en distintos países permite dar más visibilidad a la marca y una mayor solidez a la empresa, ya que estar diversificado en distintos mercados reduce el riesgo de que los pedidos puedan sufrir caídas demasiado abruptas.

2024 no ha sido un buen año para el mercado del hogar. Tras dos años de fuerte crecimiento tras la pandemia (2021 y 2022), en los que nuestra facturación aumentó un 44%, en 2023 ya notamos tanto a nivel nacional como internacional que las ventas en el sector del hogar se han reducido, y en 2024 hemos confirmado esta tendencia.

Los altos tipos de interés, unidos a la inflación sufrida los últimos años, sin duda se traduce en un menor volumen de transacciones de compraventa de vivienda, así como de reformas; ante este entorno, las familias dejan la toma de estas decisiones para más adelante, lo cual a nosotros nos afecta negativamente.

La evolución de la ratio de exportación entre 2017 y 2024 es la siguiente:



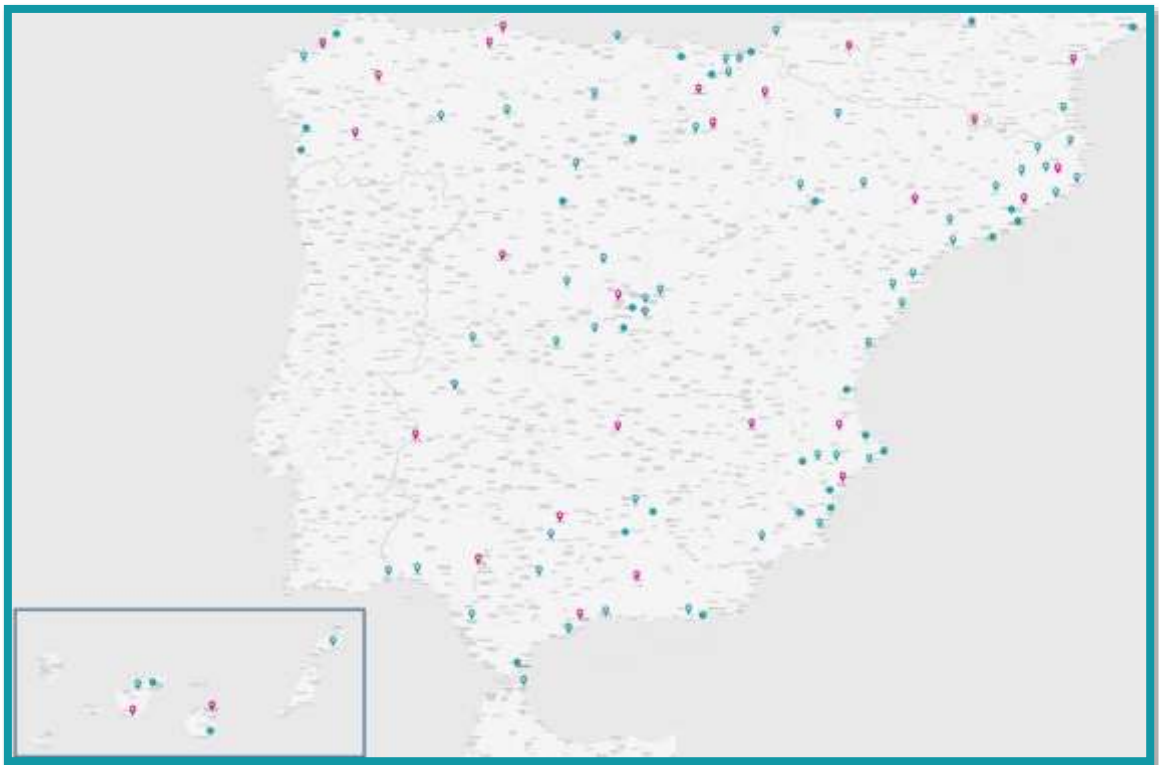
Históricamente nuestras exportaciones han estado por encima del 70% de nuestra facturación, sin embargo, en los últimos años se han dado dos circunstancias que han hecho que esta ratio baje al 56%:

- El incremento del peso que tienen en nuestro global las ventas de clientes de marca blanca y de Fama Solutions, los cuales son la mayoría del ámbito nacional.
- La consolidación del proyecto de Famaliving, que ha llevado a que en España nuestro mercado haya crecido a mayores tasas que en el extranjero.



Esto quiere decir que el peso de nuestras ventas en el exterior se ha reducido en términos relativos, pero no en términos absolutos. En los años posteriores a la pandemia del COVID-19 (2020-2021) hemos conseguido mantenernos e incluso crecer en nuestros principales mercados, si bien este crecimiento ha sido menor al experimentado en España.

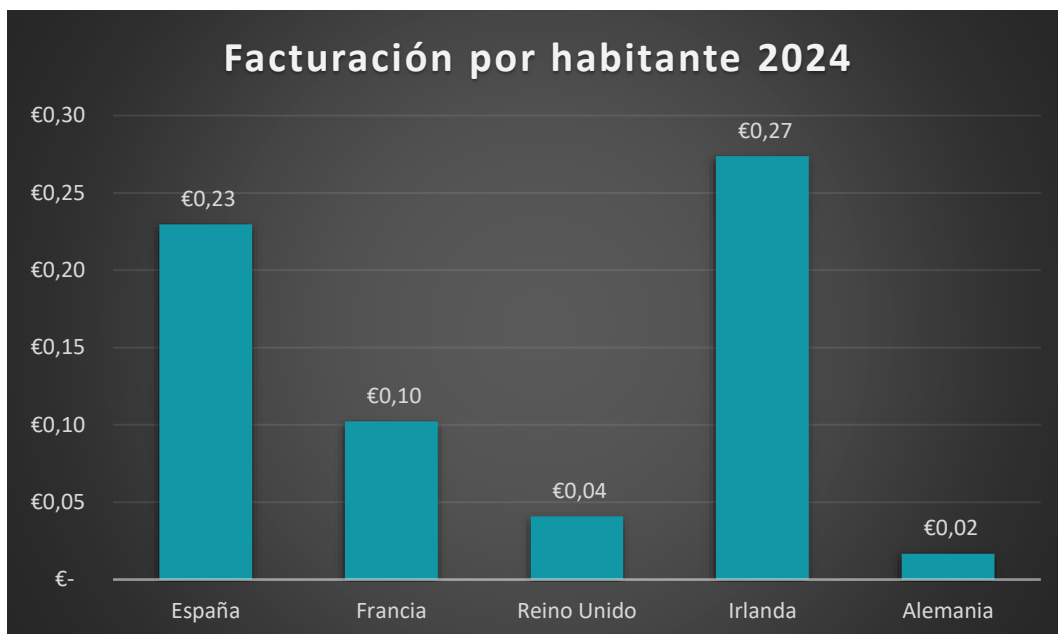
En España disponemos de 164 puntos de venta, de los cuales 44 son Famaliving (en ambos datos incluimos Famaliving Andorra). A cierre de 2024, el 58% de las ventas procedieron de las tiendas Famaliving, 3 puntos por debajo del año pasado. En el siguiente mapa podemos ver su distribución geográfica.



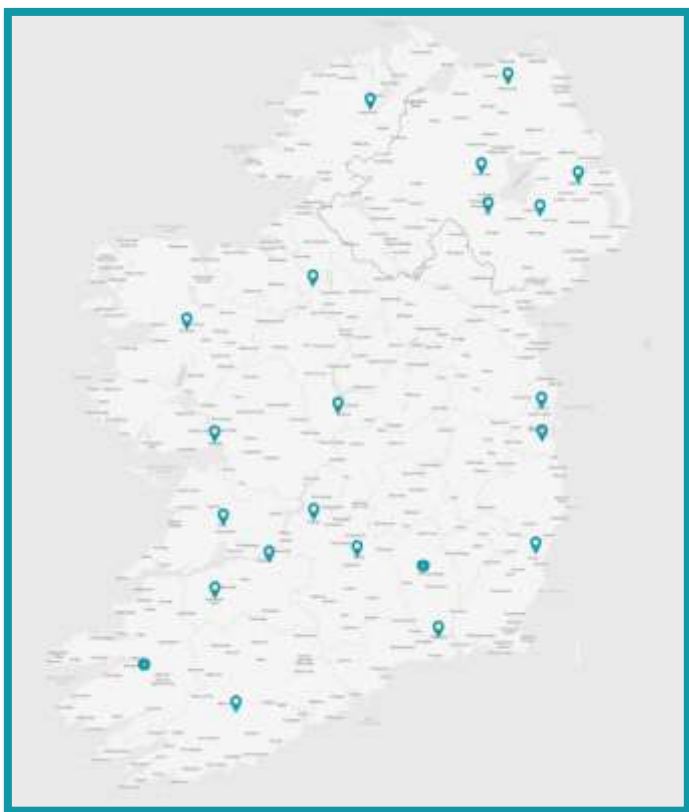
NOTA: Los puntos violetas hacen referencia a las tiendas Famaliving, y los azules a distribuidores multimarca

[Encuentra tu tienda de sofás Fama | Fama Sofás](#)

Fuera de España, nuestros mercados más importantes son: Francia, Reino Unido, Irlanda y Alemania, por ese orden. Se trata de mercados con una enorme población (salvo Irlanda) y con un poder adquisitivo de media mayor que el de España, por lo que el potencial de crecimiento es muy grande. En el siguiente gráfico vemos nuestra facturación por habitante en cada país, lo que nos permite valorar la penetración de nuestra marca en cada uno de ellos.



Como podemos observar, destaca nuestra presencia en Irlanda. Si bien allí todavía no hemos abierto ningún Famaliving, trabajamos con clientes y agentes con los que tenemos una relación establecida desde hace muchos años, y que a su vez son grandes profesionales que han sabido trabajar muy bien nuestra marca.



NOTA: Los puntos azules hacen referencia a nuestros distribuidores

[Encuentra tu tienda de sofás Fama](#) | [Fama Sofás](#)

<sup>1</sup> Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/irlanda> (Datos de 2023)

<sup>2</sup> Fuente: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-40431860> (Datos 2017).

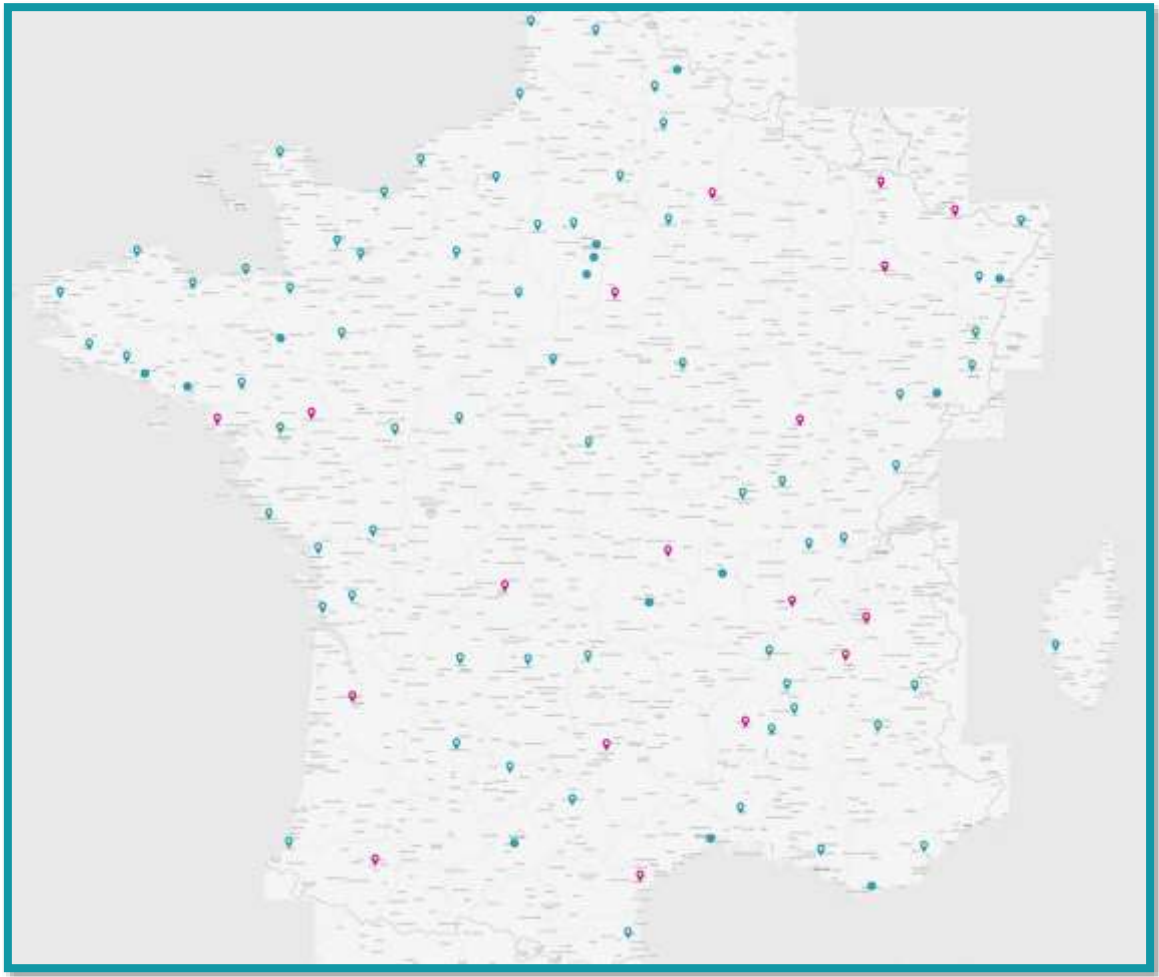
<sup>3</sup> Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/pib/irlanda> (Datos 2023-2024).

Datos tomados a fecha 09/05/25

Si bien nuestro crecimiento allí está más limitado por el tamaño del mercado (5.3M de habitantes en Irlanda<sup>5</sup> y 1.8M en Irlanda del Norte<sup>6</sup>), se trata de un país rico (PIB per cápita de 99.060€) y estable, por lo que esperamos seguir aumentando nuestra cuota de mercado a un ritmo aceptable. A cierre de 2024 disponemos de 22 puntos de venta; en el siguiente mapa vemos nuestros puntos de venta en este país.

Después de Irlanda y España está Francia. Actualmente se trata de nuestro segundo mercado más potente por volumen de facturación, si bien, como vemos en el gráfico, el potencial de crecimiento es enorme. Se trata de un país con una población de 68.2M de personas y una PIB per cápita de 40.800€<sup>7</sup>.

A cierre de 2024 en Francia disponemos de 104 puntos de venta, de los cuales 23 son Famaliving. Estos Famaliving suponen un 29% de las ventas totales en el país, 2 puntos más que el ejercicio anterior. En el siguiente mapa podemos observar los puntos de venta de los que disponemos.



NOTA: Los puntos violetas hacen referencia a las tiendas Famaliving, y los azules a los distribuidores multimarca.

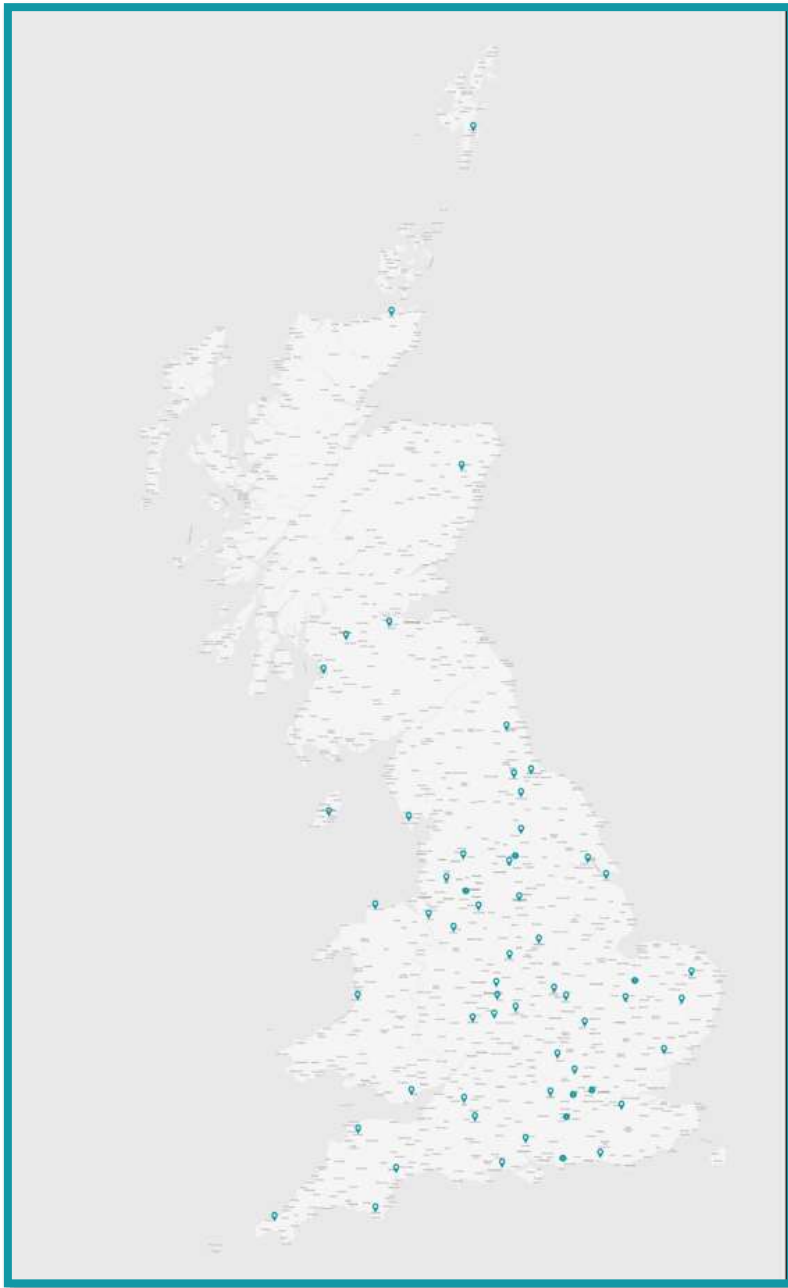
[Encuentra tu tienda de sofás Fama | Fama Sofás](#)

<sup>4</sup> Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/francia> (Datos de 202)

<sup>5</sup> Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/paises/francia> (Datos de 2024)

Datos tomados a fecha 09/05/25

En cuarto lugar, está Reino Unido. Este país ha pasado durante los últimos años por una etapa turbulenta a nivel político y económico, ya que el Brexit (aprobado mediante referéndum en junio de 2016) abrió una serie de incertidumbres a las que no nos habíamos tenido que enfrentar antes. Esto provocó que durante muchos años no pudiésemos establecer un plan estratégico que nos permitiese aumentar las ventas de manera significativa. Es más, algunos clientes dejaron directamente de trabajar con proveedores extranjeros debido al aumento de costes que empezó a suponer para ellos.



NOTA: Los puntos violetas hacen referencia a las tiendas Fama Sofás, y los azules a los distribuidores multimarca

[Encuentra tu tienda de sofás Fama | Fama Sofás](#)

<sup>6</sup> Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/uk>

<sup>7</sup> Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/paises/uk>

Datos tomados a fecha 09/05/25

Sin embargo, en febrero de 2020 ya se cerró el acuerdo de salida de Reino Unido, llegando finalmente a un tratado amistoso. Tras superar la incertidumbre generada por la pandemia del Covid-19 (que comenzó a propagarse por Europa en marzo de 2020), por fin hemos podido comenzar a trazar un plan de acción que nos permita ampliar nuestra cuota de mercado.

Para 2025 vamos a empezar a trabajar con una nueva empresa de representación, que van a gestionar la zona norte de Inglaterra y Escocia. Al mismo tiempo, desde Fama

también vamos a enviar una persona para visitar a los clientes de cada zona una vez al año.

Se trata de un país con una población de 65.3M de habitantes<sup>8</sup> y un PIB per cápita de 43.594€<sup>9</sup>, por lo que no es irreal plantearnos un crecimiento importante en los próximos años. En la siguiente imagen vemos los puntos de venta que tenemos en el país.



NOTA: Los puntos azules hacen referencia a nuestros distribuidores

[Encuentra tu tienda de sofás Fama | Fama Sofás](#)

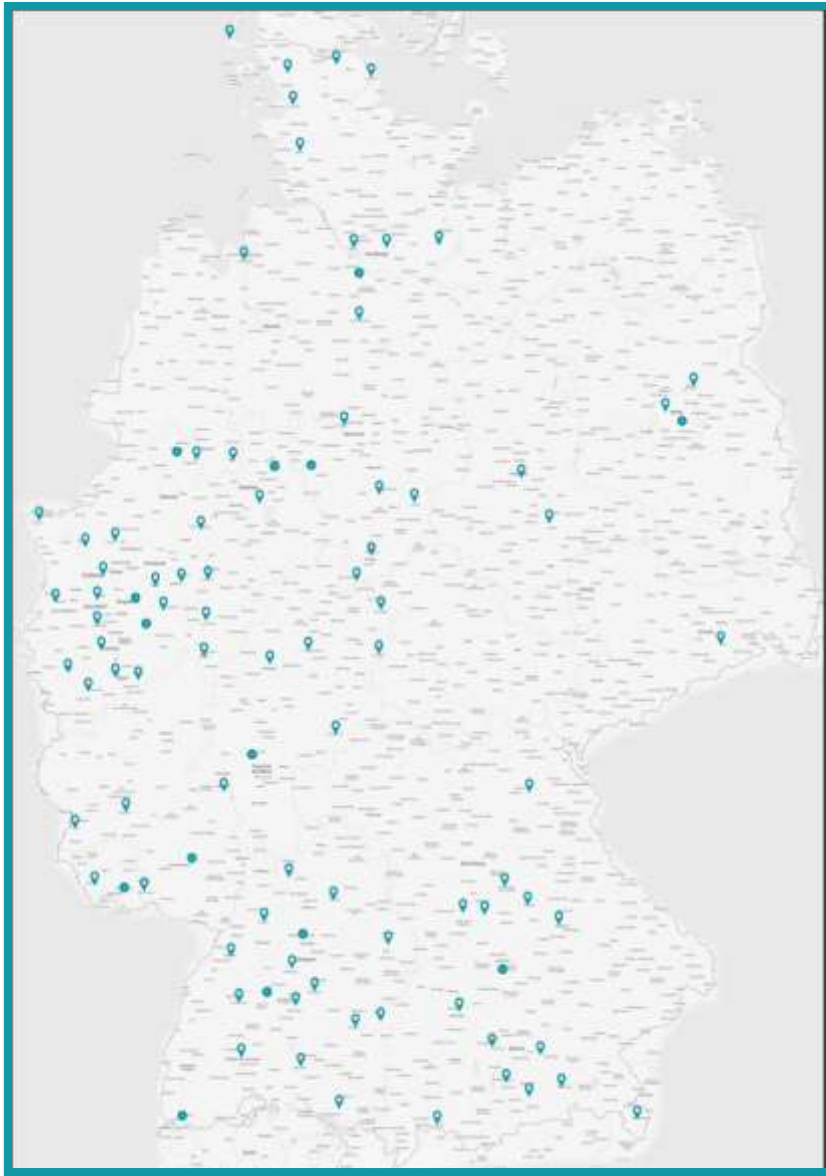
<sup>1</sup> Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/uk> (2023)

<sup>1</sup> Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/paises/uk> (2024)

Datos tomados a fecha 09/05/25

Por último, tenemos el mercado alemán. Se trata de un país con una población de 84.4M de habitantes<sup>10</sup> y un PIB per cápita de 48.750€<sup>11</sup>. Sin duda nuestro margen de crecimiento es amplio, sin embargo, es el mercado en el que tenemos menos experiencia y en el que más cuesta captar nuevos clientes. Nuestras primeras ventas fueron en el año 2017, si bien estas llegaron después de tres años yendo a ferias y estableciendo contactos con potenciales clientes.

Aquí disponemos de 110 puntos de venta.



NOTA: Los puntos azules hacen referencia a nuestros  
[Encuentra tu tienda de sofás Fama | Fama Sofás](#)

<sup>10</sup> Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/alemania> (Datos de 2023)

<sup>11</sup> Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/paises/alemania> (Datos de 2024)

Datos tomados a fecha 09/05/25

En términos generales, estos son los principales mercados en los que estamos presentes, los cuales suponen un 82% de nuestro volumen de negocio. El 18% restante se encuentra muy disperso entre un gran número de países: Estados Unidos, Bélgica, Chipre, Holanda, India, etc.

## 7.IMPACTO Y POLÍTICAS MEDIOAMBIENTALES DE FAMA SOFÁS

Fama Sofás es una empresa comprometida con el desarrollo sostenible y el respeto por el medio ambiente. Somos firmes creyentes de que la eficiencia medioambiental y económica pueden ir de la mano, y eso lo demostramos con las mejoras que hemos ido introduciendo en este ámbito en los últimos años.

En el año 2019 nos certificamos a través de Aenor en la norma ISO 14001, lo que nos permitió analizar de manera muy pormenorizada el impacto ambiental de nuestros procesos, llevándonos así a implantar cambios que nos han hecho reducir nuestro impacto ecológico y mejorar nuestra eficiencia como empresa. Tras esto nos certificamos en Residuo Cero en el año 2021, algo que a penas nos supuso esfuerzo ya que desde 2019 habíamos mejorado muchísimo en este ámbito, y el último gran hito en este ámbito ha sido certificar nuestra huella de carbono de alcance 3.

Siguiendo el marco que establece la Ley 11/2018, este bloque lo dividiremos en tres puntos: contaminación y cambio climático, economía circular y gestión de residuos y uso sostenible de los recursos. El apartado "protección de la biodiversidad" no lo incluiremos en nuestro informe, ya que nuestras instalaciones no se encuentran ubicadas en áreas protegidas.

### 7.1 CONTAMINACIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO

Por el tipo de actividad que practicamos, no somos grandes emisores netos de CO<sub>2</sub>, a penas utilizamos componentes químicos de alto riesgo y no vertemos en ríos ni mares nada derivado de nuestra actividad industrial, siendo los únicos vertidos exclusivamente sanitarios.

Debido a los tiempos marcados por la Administración, no disponemos de tiempo material para calcular la huella de carbono de alcance 3 generada en el año en el que se sitúa el informe (2024 en este caso). Por ello, al igual que ocurrió el año pasado, en el EINF de 2024 nuestra intención es presentar la huella de carbono generada por Fama Sofás en julio de 2024.

En la siguiente tabla mostramos el volumen de emisiones generado por Fama en cada área durante los ejercicios 2021 y 2022.

EMISIONES (t CO <sub>2</sub> e)	2021	2022
<b>Emisiones y remociones de GEI (Alcance 1)</b>	<b>585,36</b>	<b>568,1</b>
- Emisiones por consumo de gasoil (vehículos, camiones, grupo electrógeno y grupo contra incendio)	312,51	319,82
- Emisiones por consumo de urea (adblue)	1,68	1,19
- Emisiones biogénicas por combustión de biomasa (pellets) en caldera	241,08	202,92
- Emisiones no biogénicas por combustión de biomasa (pellets) en caldera	20,36	23,53
- Emisiones por fugas de gases fluorados en equipos de climatización y refrigeración de oficinas y vehículos	9,62	20,42



- Emisiones por fugas de SF6 en centro de transformación	-	-
- Emisiones por recargas de CO2 en extintores	0,05	0,03
- Emisiones por consumo de aceites minerales	0,06	0,19
<b>Emisiones indirectas de GEI por energía importada (Alcance 2)</b>	<b>196,93</b>	<b>202,12</b>
- Emisiones indirectas de GEI por electricidad importada	196,93	202,12
<b>Emisiones indirectas de GEI por transporte (Alcance 3)</b>	<b>2.050,95</b>	<b>1.312,47</b>
-Emisiones causadas por el transporte y distribución de bienes aguas arriba (materias primas)	555,97	666,32
-Emisiones causadas por el transporte y distribución de bienes corriente abajo (producto final)	1.365,32	427,28
- Emisiones causadas por el desplazamiento de los empleados desde sus hogares a los centros de trabajo	129,66	217,30
- Emisiones causadas por el transporte de los residuos generados	0,59	1,57
<b>Emisiones indirectas de GEI por productos utilizados por la organización (Alcance 3)</b>	<b>6.071,69</b>	<b>5.615,02</b>
- Emisiones provenientes de los productos comprados (madera, cartón, gomaespuma, metales y telas)	5.921,26	5.484,26
- Emisiones provenientes de la gestión de residuos	74,20	52,87
- Emisiones provenientes del consumo de productos energéticos (gasoil)	75,73	77,43
- Emisiones provenientes del consumo de agua (incluye tratamiento del vertido generado)	0,50	0,46
<b>Emisiones totales</b>	<b>8.905,52</b>	<b>7.697,79</b>
<b>Emisiones totales no biogénicas</b>	<b>8.664,44</b>	<b>7.494,79</b>

2021 fue el primer año que calculamos nuestra huella de carbono. En aquel momento todavía estábamos trabajando solo en una nave, mientras que, en 2022, a partir de septiembre, ya estábamos funcionando en las dos.

Sin embargo, vemos que las emisiones en 2022 han sido menores que en 2021. Si observamos la tabla, vemos que la gran diferencia se da en la partida de “emisiones causadas por el transporte y distribución de bienes corriente abajo (producto final)”; esto se debe a que, cuando realizamos ese cálculo el año pasado, no disponíamos de datos suficientes como para afinar en el volumen real de emisiones que emitíamos por cada metro cúbico de mercancía que transportábamos.

Por tanto, lo que hicimos fue asignar el mismo peso (a nivel de emisiones) a un porte en el que transportábamos 10m<sup>3</sup> de productos terminados que a uno que trasladaba 50m<sup>3</sup>, por eso el volumen total de esas emisiones fue tan elevado. Para el cálculo de la huella de 2022 ya disponíamos de información más precisa, y hemos podido asignar el impacto del transporte de manera más precisa.

Como empresa, estamos empezando a calcular el impacto real de nuestra huella de carbono; cada año trabajamos en recopilar datos más precisos que nos ayuden a aproximarnos lo máximo posible a la realidad, con el fin de saber a ciencia cierta nuestro impacto en el medio ambiente, y poder así establecer políticas específicas que nos permitan reducirla.

Debido al inicio de la actividad en la nueva factoría, nuestro objetivo fue establecer en el año 2023 como año base, ya que es el primer año en el que hemos trabajado de inicio a fin con el 100% de nuestras instalaciones actuales, tal y como se especifica en el informe sobre la huella de carbono.

Todos estos datos se encuentran auditados por AENOR. La principal bibliografía empleada para los factores de emisión utilizados a lo largo del informe se resume a continuación:

- IPCC (Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático): <https://www.ipcc.ch/>
- Calculadora de huella de carbono de alcance 1+2 para organizaciones del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Versión 29.

Para las emisiones de alcance 3 se han empleado factores específicos recogidos en nuestro "Informe de emisiones de gases de efecto invernadero".

Respecto al cálculo de la huella de carbono, el lector debe entender que, a fecha de este informe, ningún organismo público ha determinado unos baremos o volúmenes sobre los que deberían ubicarse las toneladas de CO<sub>2</sub> o equivalentes que las empresas generan. A fin de cuentas, cada empresa dependiendo de su actividad generará un volumen de emisiones determinado, y no sería correcto comparar, por ejemplo, una empresa petrolera con una cadena de restaurantes.

Por tanto, el procedimiento que se ha establecido desde las autoridades es que, cada empresa, debe calcular la huella de carbono de su año base y, una vez conocida, establecer medidas y mejoras que permitan reducirla cada ejercicio.

Las acciones que se determinaron para llevar a cabo en 2023 con el objetivo de reducir la huella de carbono fueron las siguientes:

- Reducción de emisiones de GEI asociadas a consumo eléctrico (alcance 2) (hasta un 20% de la energía eléctrica consumida) por aumento de energía por autoconsumo.
- Reducción de 1% de emisiones asociadas a combustibles flota móvil mediante renovación de flota y cambio a vehículo eléctrico.

La huella de carbono no la tenemos todavía, la calculadora sale en mayo y la calculamos un año atrás, por ellos este año teníamos que calcular la del año 2023 y 2024, no obstante, no ha sido posible preparar todos los datos y auditarlos por problemas de producción. Hemos quedado con el auditor en hablar en septiembre de 2025 para poner fecha para la Auditoría, antes nos resulta imposible tenerla.

## **CONTAMINACIÓN ACÚSTICA**

Nuestras instalaciones se encuentran ubicadas en un polígono industrial (fuera del área urbana), y cumple con los requisitos establecidos en el artículo 7 de la Ordenanza Municipal del Ayuntamiento de Yecla. Nuestro nivel total de emisión de ruidos se establece en 70dB.

## **CONTAMINACIÓN LUMÍNICA**

Nuestra actividad industrial a penas genera contaminación lumínica, ya que se realiza casi en su totalidad en horas en las que hay sol (no hacemos turnos nocturnos) y, sobre todo, debido a que nos encontramos en un polígono industrial, alejados del área urbana.

A esto hay que sumar que, a nivel local, el ayuntamiento no impone ninguna regulación específica acerca de contaminación lumínica para empresas que no se encuentren en

el área urbana de la localidad, por lo que no estamos obligados a que una empresa externa certifique el nivel de contaminación lumínica que generamos.

## 7.2 ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTIÓN DE RESIDUOS

El ejercicio 2024 lo cerramos con un 99,97% de nuestros residuos valorizados (Ya está hecha la auditoría de residuo 0), es decir, que apenas un 0,03% de nuestros desechos van a parar a vertederos. El volumen global de residuos ha sido de 600.821 toneladas, de las cuales 265 Kg son considerados como peligrosos, es decir, un 0,043% del total. En el siguiente cuadro podemos ver un resumen de la evolución del volumen de residuos generados por la compañía entre los años 2018 y 2024.

RESIDUOS (Kg)	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
GOMA	134.900	110.760	101.645	122.750	134.480	115.630	94.050
CARTÓN	36.870	41.980	36.900	52.220	68.060	57.090	54.410
GUATA	12.800	12.700	10.550	12.450	11.270	9.160	8.250
PLÁSTICO	19.160	18.870	20.100	25.410	27.320	23.040	23.530
TELA	-	5.010	5.010	55.880	89.140	81.400	73.420
MADERA	-	2.700	-	165.520	164.340	245.760	257.900
PELIGROSOS	-	122	78	80	345	265	302
RESTO	156.328	143.576	128.379	116.765	72.111	80.687	88.923
TOTAL	360.058	335.717	302.662	551.075	567.066	613.032	600.821

RESIDUOS (datos en Tn)	LER	TRATAMIENTO	CANTIDAD	%
BASURA INDUSTRIAL	200.139	R1	82	13,67
ALUMINIO	170.402	R4	0,18	0,03
BATERIAS	160.601	R3	0,20	0,03
CARTON	150.101	R4	54,41	9,06
CHATARRA	191202	R4	5,77	0,96
COBRE	170401	R3	0,25	0,04
GOMAESPUMA	40222	R3	94,05	15,65
GUATA	40.222	R3	8,25	1,37
PLASTICOS	150.102	R3	23,53	3,92
TEXTIL	40.222	R3	73,42	12,22
MADERA	30.105	R3	257,90	42,92
ENVASES METALICOS CONTAMINADOS	150.110	R4	0,14	0,02

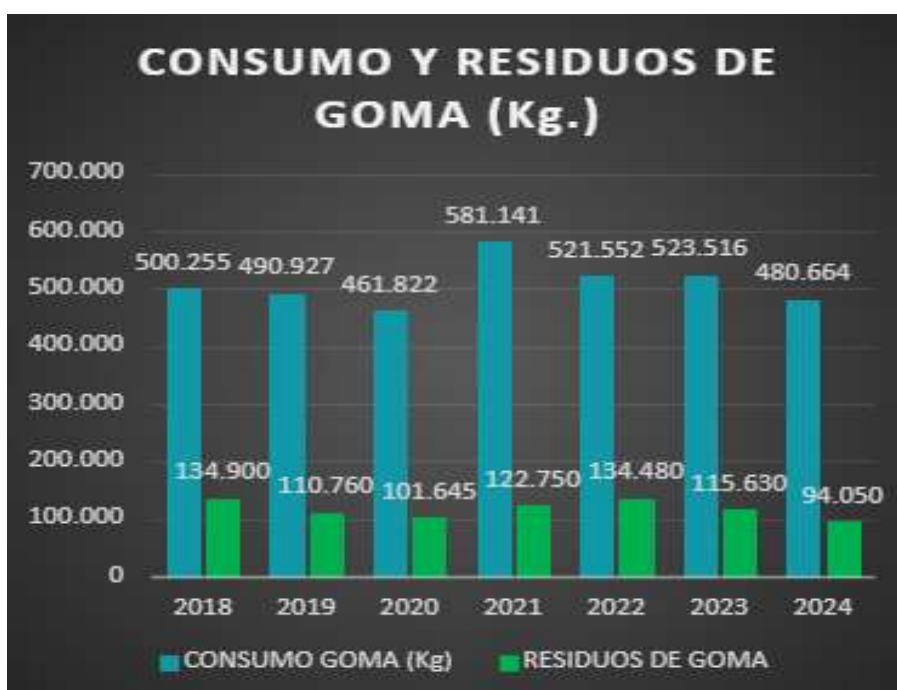
ENVASES PLASTICOS CONTAMINADOS	150.110	R3	0,01	0,00
TUBOS FLUORESCENTES	200.121	R4	0,01	0,00
AEROSOL	150.111	R4	0,01	0,00
ADHESIVOS Y SELLANTES	80.409	R2	0,04	0,01
PLASTICOS NO PELIGROSOS	200.139	R3	0,38	0,06
FILTROS CONTAMINADOS	150.202	R13	0,01	0,00
DISOLVENTES DE TINTAS	80.111	R13	0,02	0,00
TONERS DE IMPRESIÓN	160.214	R12	0,07	0,01

### **RESIDUOS DE GOMA ESPUMA**

La goma espuma de poliuretano flexible (en adelante, goma) es un material plástico poroso creado a partir de la unión de Polioli e Isocianato, se utiliza principalmente para las almohadas de asiento, en algunos casos para las almohadas de respaldo y brazos y para recubrir el armazón. La goma que utilizamos en Fama Sofás está libre de TDI.

Cuando empezamos a analizar los datos de residuos de goma en el año 2017 nos quedamos impactados. Nos dimos cuenta de la enorme cantidad de material que estábamos tirando a la basura. Esto nos llevó a analizar muy pormenorizadamente como se realizaba el corte de goma, cuanto aprovechaban realmente los bloques y si estábamos siendo todo lo eficiente que podíamos.

En poco tiempo vimos que estábamos muy lejos de sacar el máximo provecho de cada bloque, por lo que se fueron activando acciones de mejora que nos permitieron reducir, en términos relativos, los residuos de goma que estábamos generando. En los siguientes gráficos analizamos el consumo y los residuos de goma generados en los últimos años.



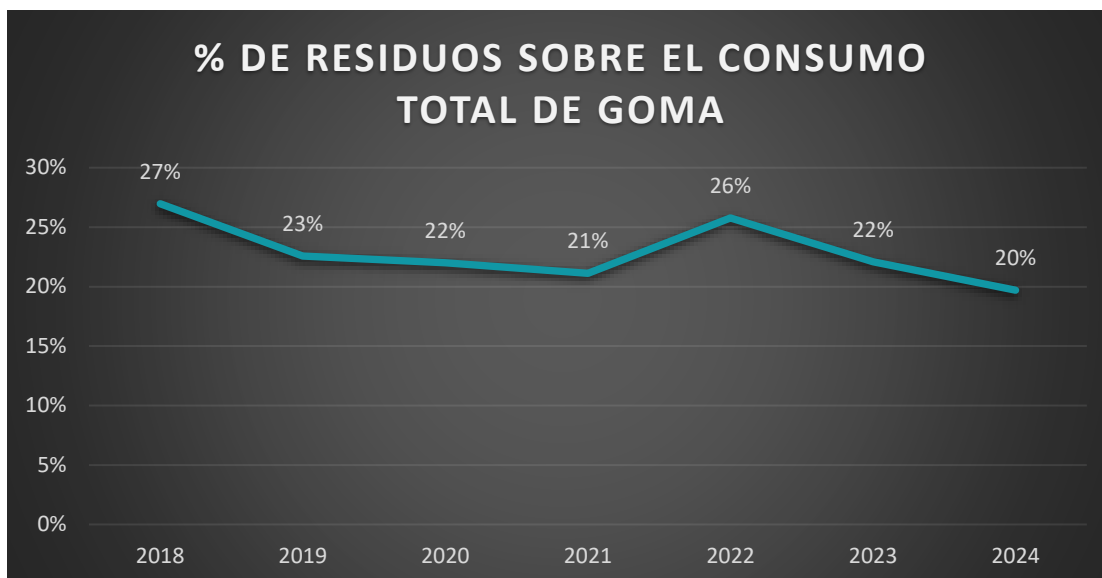


En el gráfico podemos apreciar como los residuos disminuían mientras que la producción se mantuvo constante entre 2018 y 2020, y en 2021, que la facturación fue un 29% más alta que en 2018, los residuos de goma siguieron siendo más bajos que los que teníamos cuando empezamos a analizar estos datos.

En 2022 vuelven a aumentar los datos de residuos, sin embargo, la facturación creció proporcionalmente más (un 9% frente a un 12%). También hay que tener en cuenta que al tener cada vez más peso el contract, van apareciendo productos que no requieren en muchos casos de espuma.

En 2024 los residuos RECALCULAN UN 18,7%; esto viene determinado por una bajada del 11% en la facturación respecto al ejercicio anterior.

Otro gráfico que nos ayuda a ver como hemos ido optimizando el uso de esta materia prima es el siguiente, en el que vemos la relación entre las compras de goma espuma y los residuos que generamos.



Como explicamos en el informe de 2022 y 2023, parte de nuestros residuos de goma espuma los utilizamos para el embalaje de algunos artículos, dándoles así una segunda vida sin que ni siquiera tengan que salir de nuestras instalaciones.

Fuera de nuestra planta, los residuos de goma que generamos van a parar, sobre todo, a otras empresas del sector que la trituran y la utilizan como relleno para sus cojines. Nosotros hasta ahora no la utilizamos porque reduce mucho la calidad del producto (ya que el triturado que genera es demasiado grande), algo que no está en línea con lo que ofrece nuestra marca, si bien sí que cumple su papel con sofás de gama baja.

No obstante, en 2023 empezamos un proyecto con una empresa de maquinaria pesada de Italia con la que vamos a intentar desarrollar una máquina que nos permita generar un triturado de goma mucho más fino, pudiendo alcanzar niveles de confort que sí se adapten a nuestros estándares. El objetivo último es conseguir reutilizar internamente el 100% de estos residuos.

No sabemos si este proyecto llegará a fructificar en el futuro, pero estimamos que necesitaremos entre 2 y 3 años para conseguir que funcione y, posteriormente, ponerlo en marcha.

### **FIBRA O GUATA**

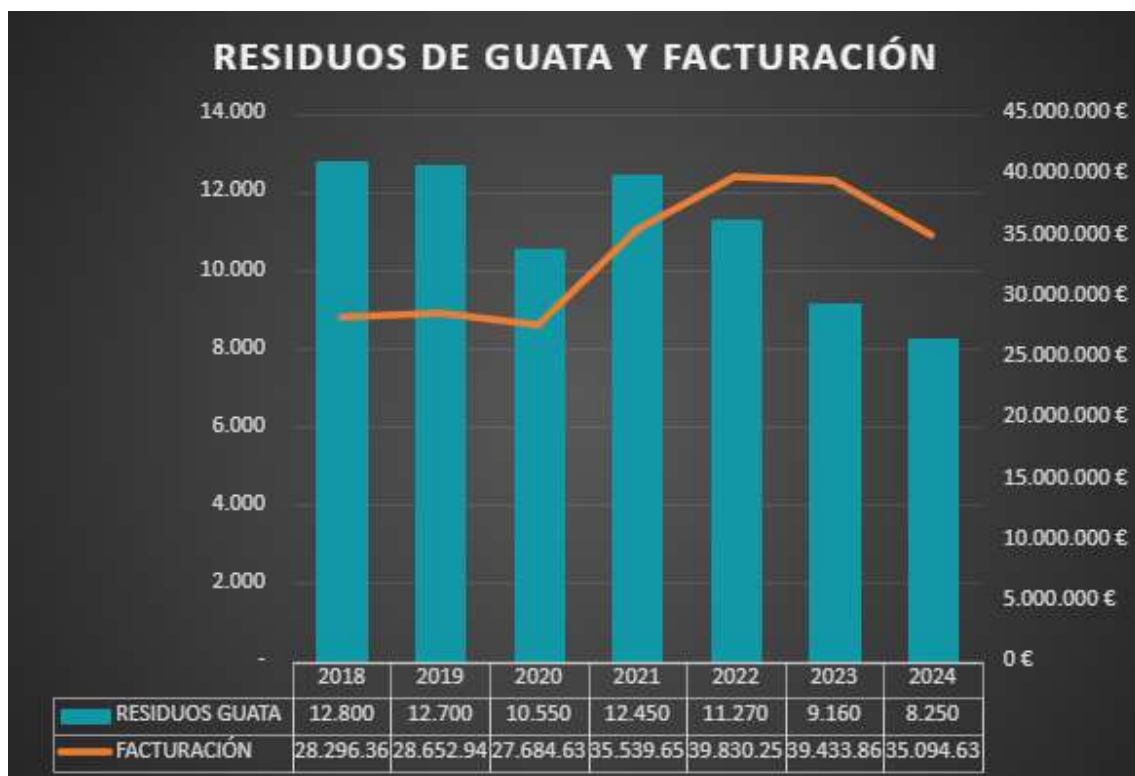
Fibra o Guata es una lámina cardada fabricada a partir de poliéster que se utiliza para acolchar o recubrir las almohadas de asiento y respaldo y los armazones. También sirve de relleno de cojines y almohadas de respaldo. Todas las fibras utilizadas son 100% poliéster.

En el siguiente gráfico podemos ver los datos referentes a los consumos y residuos generados por este material.

En el informe del año 2022 ya explicamos las principales mejoras que hemos hecho en torno a la optimización del uso de este material.



Estas mejoras nos han permitido reducir el consumo y los residuos de guata año a año (en el año 2017 consumimos más de 80.000 Kg, con un nivel de facturación muy inferior al actual), tal y como podemos ver en el siguiente gráfico.







Aquí podemos observar cómo, el consumo de fibra se ha ido reduciendo.

Todos los residuos de guata que generamos los compactamos en fábrica y se venden a fabricantes de juguetes, que la utilizan para el relleno de sus peluches.

### **MADERA**

Antes de desglosar el consumo de este material, es importante destacar que, a fecha de elaboración de este informe, en Fama Sofás no realizamos la producción integral de todos los armazones que necesitamos para desarrollar nuestra actividad. Históricamente nosotros hemos realizado un 25% de esa producción, mientras que el resto la hacían empresas externas; sin embargo, en 2023 cambiamos de estrategia y comenzamos a internalizar en mayor medida este proceso, hasta situar esa ratio aproximadamente en un 50%-50%, continuamos del mismo modo en el año 2024. Es importante entender esto a la hora de realizar el volumen de consumo de unos materiales y otros. Dicho esto, procedemos con las explicaciones.

El 99% de la madera que utilizamos para nuestros armazones es madera de pino gallego. El 1% restante es haya, que se utiliza de manera puntual en algunos modelos. Hemos obtenido la certificación PEFC. En los siguientes gráficos podemos observar el consumo y los residuos generados por la madera en los últimos años:





Iniciamos ahí un plan de crecimiento en nuestra carpintería, llegando a aumentar nuestra fabricación interna de armazones entre un 30 y un 40%, de ahí el aumento de consumo.

Respecto a los residuos, solo tenemos datos de 2021 en adelante. En el año 2024 vemos que se han disparado, pero manteniéndose en proporción al aumento del consumo. La madera es un material muy irregular, ya que nunca sabes su estado real hasta que abres el paquete. Hay veces que, debido al estado del paquete, solo puedes aprovechar un

30% de la madera, y otras veces esa cifra puede llegar al 65%. Pero como decimos, se trata de algo muy irregular que da lugar a los picos que observamos.

En cuanto a la segunda vida los residuos de madera, estos se destinan a crear los siguientes productos:

- Tableros aglomerados, que utilizamos nosotros mismos también para la elaboración de armazones. En este caso la madera se tritura y se pega para obtener el tablero.
- Pellet, que utilizamos como combustible para la calefacción de la fábrica y las oficinas. En las nuevas instalaciones dispondremos de un sistema de calefacción que podrá alimentarse directamente con astillas (madera triturada), por lo que nos ahorraremos un proceso productivo para poder darle una segunda vida a nuestros residuos de madera.
- En un porcentaje muy pequeño también se utilizan estos residuos como leña. Principalmente se destina para el uso particular de nuestros trabajadores.

## **PLÁSTICO**

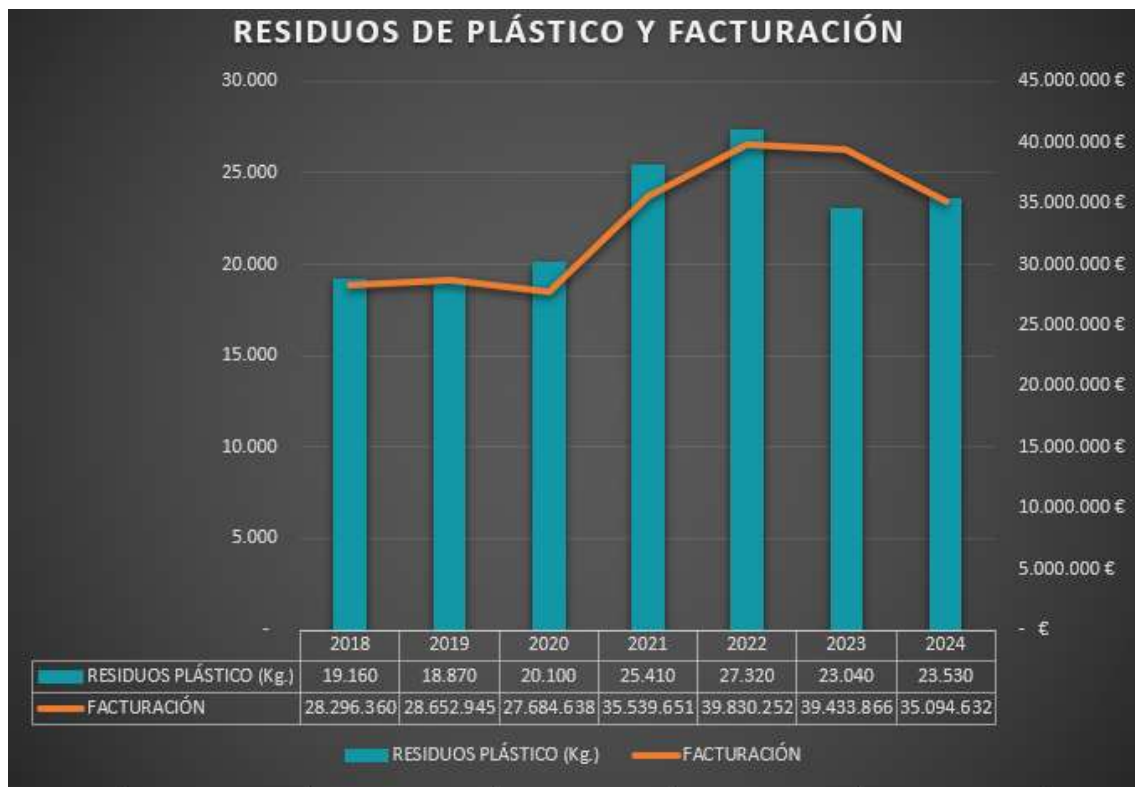
El plástico lo utilizamos fundamentalmente para el embalaje de nuestros sofás., así como para algunas piezas puntuales, como ganchos de unión. Antiguamente prácticamente el 100% de nuestros productos se embalaban en plástico; en la actualidad cada vez utilizamos más embalajes de cartón. Al igual que indicamos en el informe anterior en 2024 cerca del 30% de nuestra producción se ha embalado en cajas de cartón; estos cambios se empezaron a introducir en 2015.

Respecto a los residuos de plástico que generamos, estos son reciclados en su totalidad. En nuestro caso, el plástico que tiramos se utiliza para crear granzas, a partir de las cuales se puede generar nuevamente plástico. En la siguiente imagen podemos ver el aspecto que tiene este material.



En la siguiente tabla vemos los residuos de plástico que hemos generado.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
RESIDUOS PLÁSTICO (Kg.)	19.160	18.870	20.100	25.410	27.320	23.040	23.530



## TELA

Uno de nuestros principales problemas a nivel de residuos durante años ha sido la tela. En las máquinas de corte siempre se han juntado 3 tipos de materiales: plástico, la propia tela y papel poroso. Tanto el plástico (que va sobre la tela), como el papel (que va por debajo) cumplen la función de evitar que la tela se mueva para que las piezas se corten en la medida exacta. En la siguiente imagen se puede observar cómo es el funcionamiento de las máquinas de corte.



La mesa tiene una cinta transportadora que va llevando el taco de tela hacia el operario. En el trayecto, la máquina va cortando las piezas que previamente se le han marcado desde el ordenador, de tal forma que el trabajador tiene que, por un lado, ir retirando las piezas que se van cortando y, por otro, depositar en el contenedor los retales de plástico, papel y tela.

En la imagen se ve como hay un único contenedor, en el que se están depositando restos de papel, tela y plástico por igual.

Esto suponía un problema, ya que, a pesar de que los 3 elementos son reciclables, debido a la velocidad a la que va la máquina de corte y a las limitaciones de espacio, era muy complicado separarlos, ya que el cortador invertiría más tiempo en separar las piezas y cambiar la basura que en cortar tela.

Después de meses de trabajo e investigación, nos informaron de que el TST (tejido sin tratar), que nosotros utilizábamos para algunos artículos, podía ser reciclado junto a la tela. Esto nos llevó a pensar la idea de sustituir el papel poroso por TST.

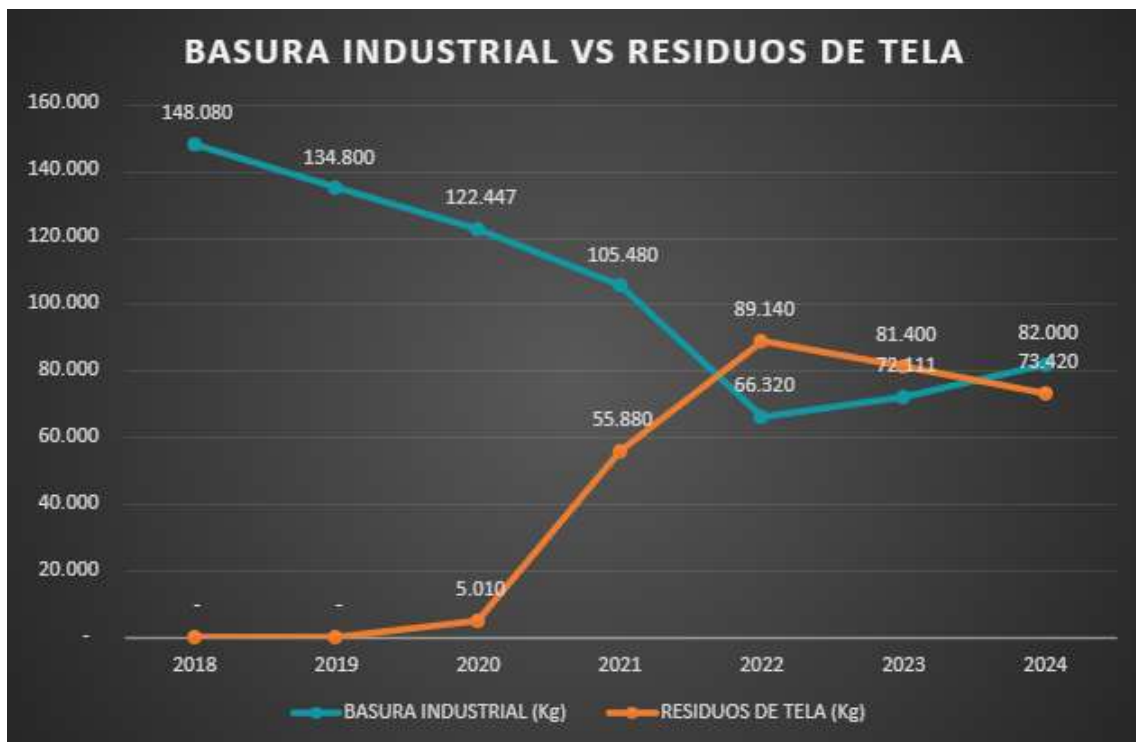
El cambio costó mucho, ya que el TST no daba la misma sujeción que el papel. Sin embargo, a pesar de las dificultades, nos autoimpusimos no dar marcha atrás con este cambio, lo que nos obligó a dar lo mejor de nosotros para poder afianzarlo.

Finalmente, tras meses de pruebas y una serie de modificaciones en nuestras máquinas, conseguimos que esta mejora fuera factible. Esto nos permitió reducir de 3 a 2

componentes; ahora sí que era viable separar por un lado plástico y por otra tela y TST. Finalmente pudimos poner en marcha el cambio en junio de 2021. En la siguiente imagen podemos ver cómo estamos separando actualmente los distintos restos.



En el siguiente gráfico podemos ver cómo, gracias a esta innovación, hemos conseguido reducir significativamente el volumen de basura industrial que generamos a la par que aumentábamos los residuos de tela, que son totalmente reciclables.





Este cambio de tornas en la generación de residuos se ha realizado mientras que el consumo de tela evolucionaba al ritmo de la facturación de la empresa.



Nota: los datos de consumo de tela se dan en metros lineales.

### **PROYECTO DE RECICLADO INTERNO 100%**

Uno de los proyectos más ambiciosos que tenemos a largo plazo es el de reciclado interno 100% de nuestros residuos. La idea consiste en buscar una segunda vida dentro de la propia empresa a los residuos que generamos de todas las materias primas que utilizamos (goma espuma, fibra, madera, cartón, etc.). Es algo que ya hacemos a pequeña escala, por ejemplo, con algunos residuos de goma, que son utilizados para el embalaje de algunos productos (ver foto de la página 30). Sin embargo, con este proyecto queremos ir más allá.

Estamos hablando de adquirir maquinaria que nos permita transformar los residuos que generamos para poder emplearlos en nuestra actividad diaria.

Este proyecto ya lo expusimos en el EINF del año 2022. Seguimos trabajando para su puesta en marcha, si bien debemos entender que requiere de inversiones muy elevadas, así como de la adecuación de maquinaria pesada y de nuestras instalaciones para comenzar a dar pasos.

Ya estamos haciendo pruebas con una empresa italiana para desarrollar una máquina que nos permita generar un picado de goma muy pequeño para que nos pueda servir de relleno para algunos de nuestros modelos. El picado que generan las máquinas que hay actualmente en el mercado es demasiado voluminoso y no da el nivel de calidad que exigimos en nuestra marca.

También estamos en conversaciones con un proveedor para obtener una trituradora de madera que pueda separar, mediante un imán, restos de metal para evitar que se mezclen los residuos. Con esta máquina, podríamos empezar a generar combustible

para alimentar la caldera de una de nuestras naves, que se encuentra preparada para funcionar con astillas (actualmente funciona con pellet).

### **ENFOQUE DE LA ECONOMÍA CIRCULAR POR PARTE DE LA EMPRESA**

Hay un aspecto importantísimo en nuestra filosofía en el que hemos ido entrando de forma natural, casi sin darnos cuenta y que cada día que pasa nos vamos dando cuenta de la enorme importancia que va a ir teniendo en el presente y futuro próximo.

Muchas empresas ven el tema de la Sostenibilidad como una carga más para las empresas, un lío enorme de burocracia que complica todo aún más. No se dan cuenta de algo muy sencillo, que es que los residuos industriales son materia prima que estamos tirando a la basura. Material de embalaje sobredimensionado es materia prima que pagamos y que estamos malgastando. Un volumen excesivo en nuestros productos no es solo castigar el planeta con una mayor emisión de CO2 a la atmósfera, es también un aumento del coste en el transporte.

En este camino hemos desarrollado multitud de innovaciones, como dar una segunda y tercera vida a pequeños residuos de goma que utilizamos de protección para accesorios y que al llegar al cliente final le aconsejamos la utilización para limpiar vajillas, el coche o incluso el cuerpo. O nuestro sistema de Embalaje Cero para instalaciones en las que no utilizamos ningún embalaje o le diseño de embalaje reutilizable. O como hemos creado productos de menor tamaño para poder dar usos a tableros sobrantes de otros modelos. O como reutilizamos para nuevos envíos todas las cajas que recibimos.

En este proceso natural hemos desarrollado y patentado distintos sistemas constructivos que nos están permitiendo reducir a la mitad muchos de nuestros productos y permitir un montaje en la mayoría de los casos sin herramientas.

Se trata de utilizar el concepto de Ecodiseño. A la hora de plantear cada nuevo proyecto tenemos en cuenta toda una lista de condicionantes que nos puedan permitir crear un producto en el que optimicemos la cantidad de materia prima utilizada, que generemos la menor cantidad de residuos posibles, que intentemos reutilizar los residuos generados, que necesitemos la menor cantidad posible de energía para su fabricación y que esta sea sostenible y que pueda durar muchos años en casa del usuario final.

Muchos productos que se pasean por delante nuestro con la etiqueta de sostenibles, son de mala calidad y tienen una vida muy corta. No es lo mismo un sofá que dura 2 años que uno que dura 20. Imaginemos si lo comparamos con uno que pueda durar 50 años o 100. Si además el día que deba ir a un vertedero son fácilmente separables los distintos componentes, estamos consiguiendo un claro ejemplo de economía circular.

Y este es el camino en el que nos encontramos ahora mismo. Porque dentro de este concepto de Ecodiseño hemos desarrollado ya varios sistemas constructivos que nos van a permitir multiplicar la vida de nuestros productos de forma casi infinita. Se trata de los proyectos de núcleos intercambiables.

Hemos diseñado varios sistemas constructivos en los que las piezas que más se deforman con el uso pueden ser reemplazables fácilmente, pero además se ha diseñado de forma que estos elementos tienen una construcción muy sencilla y por tanto un precio muy asequible que es que debe llevar al usuario final a optar por reemplazar estos núcleos en vez de tirar y comprar uno nuevo. Es muy habitual que muchas veces la compra de nuevos componentes sea tan cara que la mayoría de los usuarios opten por comprar



un producto nuevo en vez de actualizar el actual. Si no tiene precios razonables y si no es fácil de reemplazar, no estaremos consiguiendo el objetivo propuesto.

El último paso que hemos dado en esta cadena de Economía circular es el próximo lanzamiento de una web en la que se pueden adquirir estos componentes, núcleos intercambiables, nuevos rellenos o fundas para poder volver a tener por un precio razonable el sofá como nuevo, bien el usuario original o bien un nuevo usuario que haya adquirido de segunda mano uno de nuestros sofás.

Estamos consiguiendo contribuir a un modelo mucho más racional y sostenible en el que no dejamos escapar ninguna posibilidad de mejora de nuestro Medio Ambiente. Partiendo desde el diseño del producto hasta facilitar a los usuarios finales para que puedan multiplicar la vida de nuestros productos de forma casi infinita.

No solo damos una segunda vida al 99,97% de nuestros residuos, estamos reduciendo año tras año la cantidad de residuos mediante los procesos de ecodiseño, estamos reduciendo el embalaje utilizado y el volumen en el transporte y además estamos permitiendo multiplicar la vida de nuestros productos, ya resistentes y duraderos de por sí, pero que ahora además están diseñados para intercambiar de forma sencilla y económica los componentes que más se pueden estropear con el uso. Además, que los distintos componentes sean fácilmente separables el día que le llegue su fin.

Y además lo hemos enfocado no como una carga para la empresa sino todo lo contrario, el camino lógico para ser además más competitivos.

### **ACCIONES PARA COMBATIR EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS**

En Fama Sofás no llevamos ninguna acción específica dentro de este campo, ya que no estamos relacionados ni directa ni indirectamente con esta industria. Hasta el momento tampoco hemos participado en ninguna campaña con organizaciones enfocadas en este ámbito, ya que pensamos que podemos aportar más en otro tipo de actividades en las que podemos tener un mayor impacto.

### **GESTIÓN DE LOS RESIDUOS AGUAS ARRIBA Y AGUAS DEBAJO DE NUESTRA CADENA DE VALOR**

Para nosotros es fundamental alargar al máximo posible la vida útil de cada materia prima o de cada artículo que participa en nuestro proceso productivo, incluyendo aquellos que nos llegan de nuestros proveedores y los que nosotros enviamos a nuestros clientes.

En el caso de los proveedores, intentamos reutilizar los embalajes con los que nos envían nuestros productos para así evitar generar más residuos. Cuando hablamos de clientes, siempre que podemos utilizamos embalajes retornables que nos permitan, por un lado, no generar residuos y por otro no consumir más elementos de embalajes.

Por ejemplo, cuando realizamos un montaje en una instalación, utilizamos fundas de tela y embalajes de madera para, una vez en el sitio, quitar los embalajes y echarlos al mismo camión para que nos lo traigan de vuelta a nuestras instalaciones. Hoy en día esto solo podemos hacerlo en operaciones en las que nosotros gestionemos el transporte y el montaje.

Tenemos un proyecto que consiste en desarrollar embalajes retornables para nuestros productos más vendidos, y utilizarlos con aquellos clientes a los que hacemos entrega

todas las semanas, para que así no tengan que mantener dichos embalajes mucho tiempo en sus almacenes.

Esto ya lo estamos haciendo en montajes que realizamos nosotros mismos, como pueden ser los stands de ferias o instalaciones de Fama Solutions. En algunos casos hacemos embalajes de madera que pueden retornar a fábrica para ser usados nuevamente, y en otros utilizamos cajas que, en lugar de tirarlas, las traemos de vuelta a nuestras instalaciones para darles un segundo uso. Esto último lo hicimos, por ejemplo, en el montaje del Hospital 12 de octubre de Madrid, en el que se llegaron a reutilizar más de 400 cajas.

### 7.3 USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS

Realizar un uso adecuado de los recursos es fundamental para optimizar el rendimiento económico de la compañía y para reducir su impacto en el medio ambiente. Desde Fama Sofás siempre insistimos en este punto: a medio-largo plazo, una mejor gestión de los recursos acaba siendo siempre beneficioso, ya que optimizas el uso de todos los recursos de los que dispones y, en la mayoría de los casos, puedes obtener ingresos vendiendo los residuos que generas (siempre que se separen adecuadamente).

El tema de los residuos ya lo hemos analizado, por lo que ahora vamos a centrarnos en el uso que hacemos de los recursos energéticos.

Nuestra intención es durante el año 2025 realizar la auditoria energética, pedimos presupuesto y nos pidieron datos para poder llevarla a cabo, no obstante, tenemos que pasar primero la huella de carbono y después la energética. Este proceso lo vemos que analiza el uso de energía en nuestra organización e identificara las mejoras y oportunidades de ahorro en cada área.

#### **ENERGÍA ELÉCTRICA**

A cierre de 2024 Fama Sofás funciona en dos fábricas al mismo tiempo, ambas de 20.000m<sup>2</sup> aproximadamente; en las dos disponemos de placas fotovoltaicas, lo que nos permite disponer de un pool energético ecológicamente sostenible. Al encontrarnos en la Región de Murcia, al sureste de España, al cabo del año disponemos de muchas horas



de sol, llegando a tener luz natural desde las 8:00 hasta las 19:00 en buena parte del año.

NOTA: FACTORÍA 2 (LA NUEVA)



NOTA: FACTORÍA 1 (LA DE SIEMPRE)

El consumo total entre las dos instalaciones ha sido el siguiente:

Consumo (kW/h)	2022	2023	2024
<b>TOTAL</b>	<b>960.129</b>	<b>1.275.336</b>	<b>1.354.460</b>

La diferencia entre un año y otro se explica porque en el año 2022, solo estuvimos funcionando a pleno rendimiento en las dos naves a partir del mes de septiembre.

Para mejorar en este ámbito, tenemos abierto un proyecto de mejora consistente en instalar molinos de viento destinados a generar energía para nuestro autoconsumo. Se trata de unos molinos de viento diferentes a los que estamos acostumbrados a ver; hoy en día todavía no podemos asumir esa inversión, pero esperamos que en un plazo de 3-5 años si será viable. Esto nos permitirá probablemente superar el 50% de electricidad generada a partir de fuentes renovables.

Durante el año 2024 hemos estado en conversaciones con varias empresas relacionadas con este tipo de tecnología, pero ninguna nos ha presentado una solución que nos parezca válida. Por ello, probablemente iniciemos conversaciones con una empresa con la que hemos colaborado desde hace décadas para tratar de desarrollar una tecnología novedosa que se adapte a nuestras necesidades.

Probablemente en el año 2025 veamos avances significativos en este campo, y quizá en 2026 ya dispongamos de algún aerogenerador en nuestra planta.

### **AGUA**

El consumo de agua en 2024 ha sido de 1086m<sup>3</sup>. en 2023 el consumo fue de 1101m<sup>3</sup>. Se ha consumido un 10% más que el año anterior. Nosotros no utilizamos agua para fines industriales; el 100% se ha utilizado con fines sanitarios.

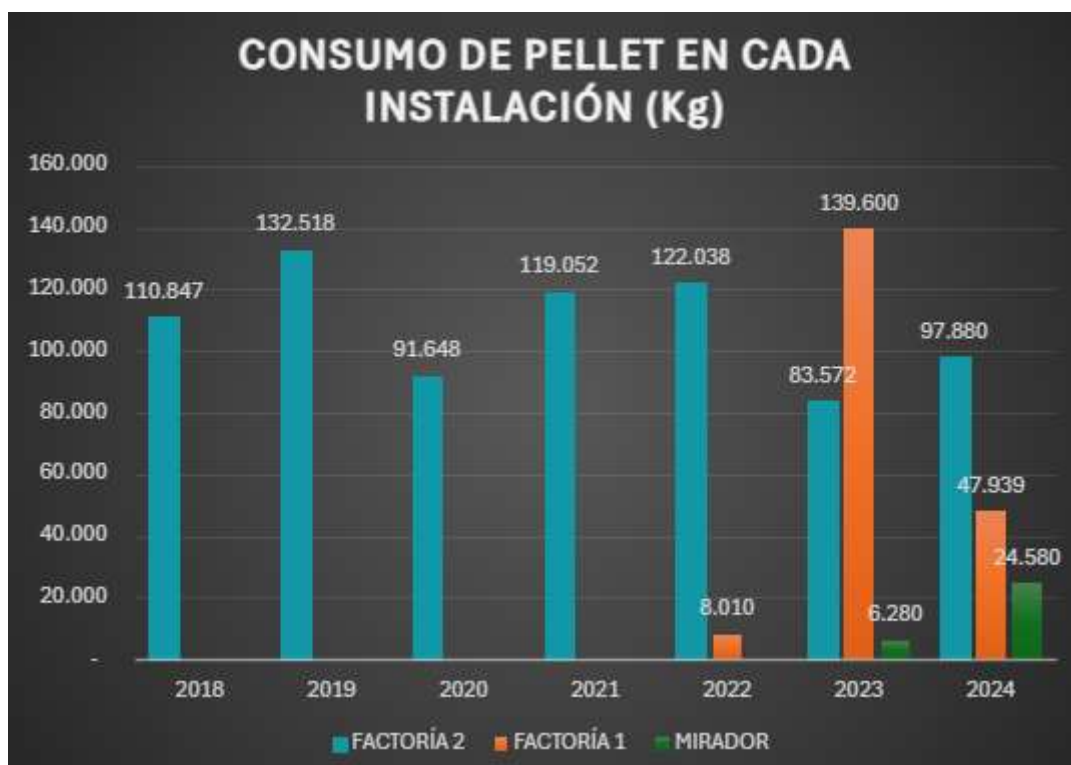
### **CALEFACCIÓN**

Ambas factorías se encuentran calefactadas en su totalidad. Hace años, cuando solo estábamos en una fábrica, la calefacción funcionaba con gasoil, sin embargo, en el año 2014 dimos el cambio para que pudiera funcionar con pellet.

De esta manera conseguíamos dos cosas: dar una segunda vida a nuestros residuos de madera, que ahora pasaban a ser utilizados como combustible, y reducir nuestro impacto en el medio ambiente, ya que el gasoil proviene del petróleo, lo que acarrea una serie de efectos negativos a nivel ecológico, desde la extracción a las emisiones que genera.

En la factoría 2 hemos ido un paso más allá, y hemos preparado nuestro sistema para que pueda funcionar directamente con astillas, por lo que ni siquiera tendremos que transformar nuestros residuos en pellet, sino que únicamente los trituraremos. En un plazo de 3 años esperamos poder hacer la inversión para comprar la trituradora de madera que necesitamos.

En el siguiente gráfico podemos observar la evolución del consumo de pellet que hemos tenido:



En total, en el año 2024 el consumo de pellet ha sido de 170.399 Kg.

### **COMBUSTIBLE PARA EL TRANSPORTE**

Otra fuente de energía importante para nosotros es el gasoil. A cierre de 2024, todos los vehículos de nuestra flota funcionan con este combustible, excepto una furgoneta que adquirimos este año que es 100% eléctrica.

MARCA	MODELO
MITSUBISHI	MONTERO
VOLVO	FM9 42 260
VOLVO	FH 420
LECIÑENA	REMOLQUE
VOLVO	FHB3C/U3XA4F
LECITRAILER	REMOLQUE
VOLVO	CC P 770
LECITRAILER	REMOLQUE/R2EC
NISSAN	ATLEON
CITROËN	JUMPY 120 ATLANTE
MERCEDES	VIANO
MERCEDES V	220 D L 7G-TRONIC
PEUGEOT	NUEVO EXPERT COMBI
PEUGEOT	EXPERT COMBI 2
VOLVO	PC 772
LECITRAILER	REMOLQUE/R2EC
IVECO	ML120EL25P
VOLVO	TODOTERRENO XC90
SEAT	LEON
BMV	X1
RENAULT	MASTER 2,3 Dci FURGONT L3H3 3500
PEUGEOT	e-EXPERT ELÉCTRICO
MERCEDES	V 220
TOYOTA	ELEVADOR SERIE 33776
TOYOTA	ELEVADOR SERIE 11344
TECNOCAR	ELEVADOR SERIE 60021

El consumo total de todos estos vehículos durante el año 2024 ha sido de 123.666 litros, un 6,4% más que el año anterior. El consumo de ad blue ha sido de 5.543 litros.

El consumo de recursos en el año 2024 ha sido:

Agua 578m³

Pellet 170.399kg

Gasoil 122.394

## 8. POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS

A cierre de 2024, Fama Sofás está compuesta por una plantilla de 248. La plantilla media durante el año ha sido de 258,52 personas. A continuación, especificaremos una serie de datos que nos permitirán comprender mejor la estructura que tiene el equipo de Fama Sofás. Los campos que vamos a analizar son:

- Género y Plan de Igualdad
- Edad
- Nacionalidad
- Clasificación profesional y remuneraciones medias
- Modalidad de contratos
- Altas y bajas

### **GÉNERO Y PLAN DE IGUALDAD**

Para arrancar con este epígrafe, vamos a explicar la política que tiene nuestra empresa respecto al género a la hora de las contrataciones.

Para nosotros, si un candidato es hombre o mujer, nos es indiferente, ya que únicamente nos fijamos en sus cualidades a la hora de realizar el trabajo para el que se le está seleccionando. Dependiendo del tipo de trabajo, le damos más peso a unas cualidades que a otras.

Por ejemplo, si buscamos un perfil técnico, a la hora de seleccionar a alguien nos vamos a basar en su formación, su experiencia y aspectos más subjetivos que tratamos de detectar en las entrevistas, como su capacidad de trabajo en equipo, su capacidad de autoorganizarse, etc. En este caso el género no influiría para nada, ya que nos fijamos en aspectos puramente cualitativos en los que tanto hombres como mujeres pueden alcanzar el mismo potencial.

Sin embargo, por el tipo de empresa que somos, en la que buena parte de la plantilla es personal de producción, la fuerza física es un aspecto fundamental. Esto nos lleva a que todos esos puestos estén ocupados mayoritariamente por hombres, ya que a la hora de desempeñar el trabajo su rendimiento va a ser más elevado que el de una mujer. Hablamos de puestos como el tapizado, la carga de camiones, el montaje de sofás relax, etc., en los que se levanta mucho peso de manera continua y en los que hay que ejercer un nivel de fuerza muy elevado.

GÉNERO	2022	% sobre el total 2022	2023	% sobre el total	2024	% sobre el total
HOMBRES	187	69%	181	67%	166	67%
MUJERES	83	31%	89	33%	82	33%
TOTAL	270	100%	270	100%	248	100%

A continuación, vamos a desgranar más estos datos para entender porque se da esta situación en nuestra empresa. En el siguiente gráfico observamos el porcentaje de empleados que tenemos en oficina y en fábrica.



Esto lleva a que el personal de planta sea mayoritariamente masculino, lo que hace que en el global el porcentaje de hombres en plantilla sea más alto. En el siguiente cuadro vemos las cifras a cierre de 2024.

Dentro del personal de fábrica, la distribución por sexos es la siguiente:





A continuación, vamos a desglosar más estos datos para entender porque se da esta situación en nuestra empresa. En el siguiente gráfico observamos el porcentaje de empleados que tenemos en oficina y en fábrica en el año 2024.



FÁBRICA	2022	% sobre el total 2022	2023	% sobre el total 2023	2024	% sobre el total 2024
Hombres	159	74%	152	72%	140	71%
Mujeres	56	26%	60	28%	56	29%
Total	215	100%	211	100%	196	100%

Conforme la tecnología avanza, cada vez somos capaces de integrar más maquinaria que nos permite reducir la carga física de muchos de los puestos de trabajo. No obstante, hay tareas que son difíciles de mecanizar, por lo que es de esperar que esta proporción se mantenga más o menos similar durante los próximos años.

En oficina, sin embargo, la diferencia es mucho menos acusada. Las cifras son:

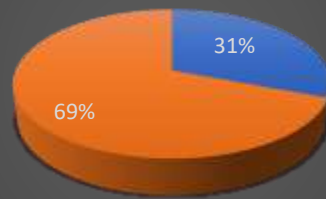
OFICINA	2022	% sobre el total 2022	2023	% sobre el total 2023	2024	% sobre el total 2024
Hombres	27	53%	29	50%	26	50%
Mujeres	26	47%	29	50%	26	50%
TOTAL	52	100%	59	100%	52	100%

En este caso podemos observar que la cifra es mucho más paritaria, es un 50 – 50. Nosotros sometemos exactamente al mismo proceso de selección tanto a hombres como a mujeres, y en base a los resultados acabamos eligiendo a la persona más preparada.



En algunos departamentos, como el comercial o el administrativo, el número de mujeres es mucho más alto que el de hombres, mientras que en producción o en calidad es a la inversa. Luego tenemos departamentos en los que prácticamente están a la par, como desarrollo de producto o marketing.

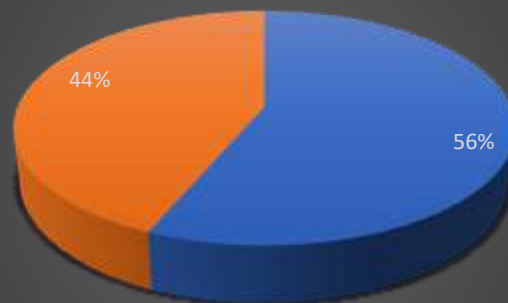
### DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO EN LA OFICINA COMERCIAL 2024



■ Hombres ■ Mujeres

OFICINA COMERCIAL	Nº	%
Hombres	4	31%
Mujeres	9	69%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

### DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO EN LA OFI. TÉCNICA 2024



■ Hombres ■ Mujeres

OFICINA TÉCNICA	N.º	%
Hombres	22	56%
Mujeres	17	44%
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

En conclusión, podemos decir que, si bien existe una diferencia significativa entre la cantidad de hombres y mujeres que trabajan en nuestra compañía, a nuestro modo de ver ésta se encuentra totalmente justificada, ya que atiende a razones de peso que se pueden argumentar utilizando la lógica.

En mayo de 2021 presentamos nuestro Plan de Igualdad entre mujeres y hombres para el periodo 2021-2025. Este documento es público, e internamente hicimos llegar a toda la plantilla un resumen de este para que conocieran sus aspectos más importantes.

En él, reflejamos la situación en la que se encuentra la empresa en este ámbito, los avances que ha habido en los últimos años y los objetivos que pretende alcanzar al cumplimiento de este. Estos eran:

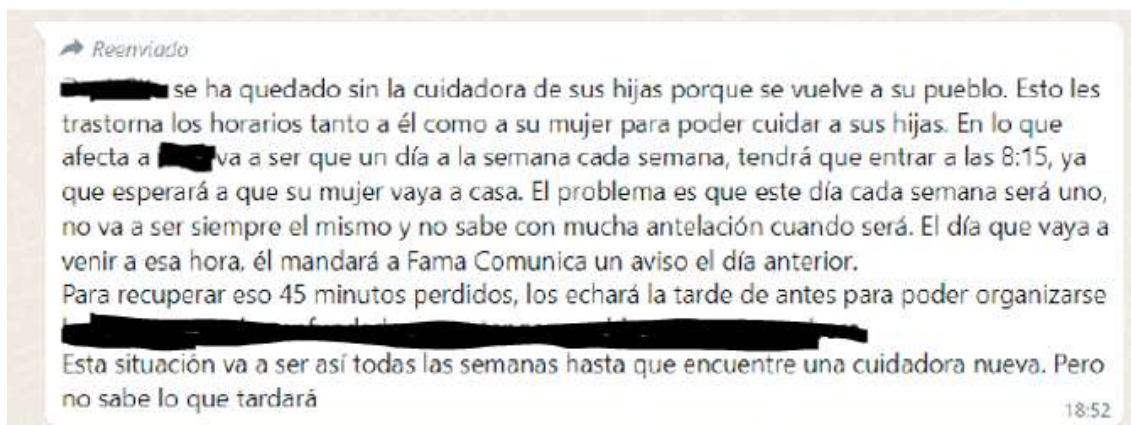
- Garantizar el acceso a todas las medidas de conciliación a toda la plantilla de Fama Sofás.
- Introducir mejoras en los sistemas productivos, tanto tecnológicas como ergonómicas, que puedan reducir la carga física, permitiendo así que cada vez más mujeres realicen tareas que hasta el momento han sido desarrolladas fundamentalmente por hombres.

En diciembre de 2022 hicimos un diagnóstico del plan de igualdad y podemos decir que vamos en la buena dirección, si bien debemos entender que se trata de cambios importantes que no se pueden conseguir de la noche a la mañana. El primer punto es el objetivo más ambicioso y, si bien a cierre de 2022 el 100% de las reducciones de jornada siguen siendo mujeres, lo cierto es que sí que hemos visto ciertos avances.

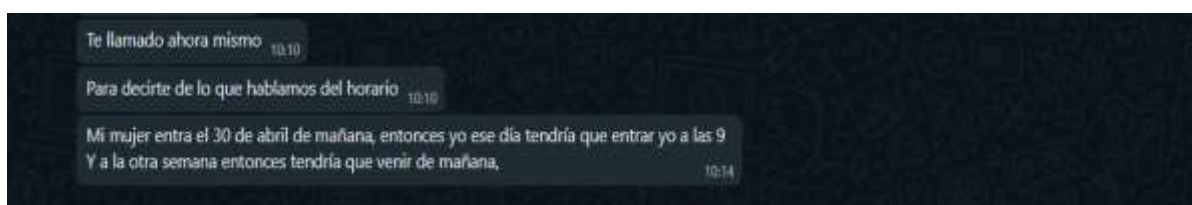
Cada vez son más los padres que, sin reducir su jornada, modifican su horario para llevar o recoger a los niños del colegio, a sus actividades extraescolares, etc. También damos total facilidad para que, cuando surja algún imprevisto, los hombres también tengan la facilidad para ausentarse del trabajo y atender a sus necesidades familiares para que así esa carga no recaiga siempre sobre la mujer.

Es más, en el caso de que los dos cónyuges trabajen en la empresa (algo bastante habitual), cuando tienen un hijo hablamos con los dos para hacerles ver que no todo el peso tiene que recaer sobre la mujer, y que nosotros les vamos a dar a ambos la flexibilidad que necesitan para atender a las necesidades familiares.

En la siguiente imagen vemos una captura de un mensaje enviado por el responsable de recursos humanos al responsable de producción, comunicándole que un trabajador va a tener que ausentarse debido a una emergencia familiar:



Otro ejemplo de un padre que adapta su horario de trabajo. A su mujer no le permiten realizar cambios en su horario y antes de que pida un cambio su mujer en su trabajo, han decidido que sea el padre quien adapte horario de trabajo, para el cuidado de sus hijos. Este irá rotando cada semana con un horario diferente, adaptándose al turno que lleve su mujer, para poder conciliar su vida laboral con el cuidado de sus hijos.



A cierre de 2024 disponemos de más de 90 horarios diferentes, que permiten a cada trabajador, dentro de las posibilidades de la empresa, adaptar su horario laboral lo mejor posible a su situación personal. Esto es especialmente difícil en los horarios de fábrica, ya que la producción es una cadena y, para ser lo más productivos posible, tenemos que intentar que todos los operarios coincidan la mayor parte del tiempo en fábrica.

En total, cerramos el año 2024 con 92 personas con horario especial, es decir, el 37% de la plantilla.



De estas 92 personas, 58 son mujeres y 34 hombres.

TRABAJADORES CON HORARIO ESPECIAL	2022	%	2023	%	2024	%
Hombres	28	36%	35	38%	34	37%
Mujeres	50	64%	57	62%	58	63%
TOTAL	62	100%	92	100%	92	100%



Como podemos observar, a pesar de que en la empresa trabajan 166 hombres, solo 34 (el 37%) tienen horario especial, mientras que, en el caso de las mujeres, que son 58, (el 63%) tienen horario especial. Este es un dato del que somos conscientes y en el que año a año intentamos mejorar. Si echamos la vista unos años atrás, el porcentaje de hombres que modificaba su horario para atender labores familiares era del 0%, por lo que podemos decir que de manera progresiva estamos consiguiendo alcanzar nuestro objetivo.

El segundo punto hacía referencia a las mejoras que podemos introducir en el proceso productivo para que, aquellos puestos que hoy requieren de una elevada fuerza física, y que por lo tanto cubren hombres casi en su totalidad, puedan ser desempeñados también por las mujeres.

Hay algunas tareas, como el tapizado y el enfundado, que por su componente artesanal es muy difícil que podamos desarrollar maquinaria que permita reducir la fuerza física que se debe ejercer para llevarlas a cabo correctamente, sin embargo, otros trabajos, como el pegado de armazones o algunas tareas de carpintería, sí que tenemos previsto introducir nueva maquinaria que permita reducir la fuerza física que realizan nuestros empleados.

En esta línea ya se ha producido un avance en el año 2022 y 2023, que explicamos en los anteriores informes. Este año hemos introducido una nueva máquina, también en la sección del pegado, que nos está permitiendo emplear a mujeres en una sección en la

que siempre había predominado la presencia de hombres. Se trata de un rodillo de pegado, cuyo funcionamiento permite reducir considerablemente la carga física de trabajo que siempre ha habido en esta sección.

El plan de igualdad también recoge el protocolo de actuación en caso de acoso sexual, el cual se comparte con todos los trabajadores en su primer día en la empresa, ya que también se incluye en el manual de bienvenida.

Además de esto en el año 2024 incluimos en nuestra web un nuevo canal de denuncias, este sirve tanto para temas de acoso sexual, laboral, como para temas de clientes, proveedores, o a cualquier persona que tenga relación con Fama Sofás, y acceda a nuestra página web. Es una herramienta anónima, en cumplimiento de la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción.

En el año 2024 no se ha registrado ninguna denuncia.

[Aviso legal](#)[Privacidad](#)[Política de cookies](#)[Canal de denuncias](#)

<https://www.fama.es/inicio-es>

## **EDAD**

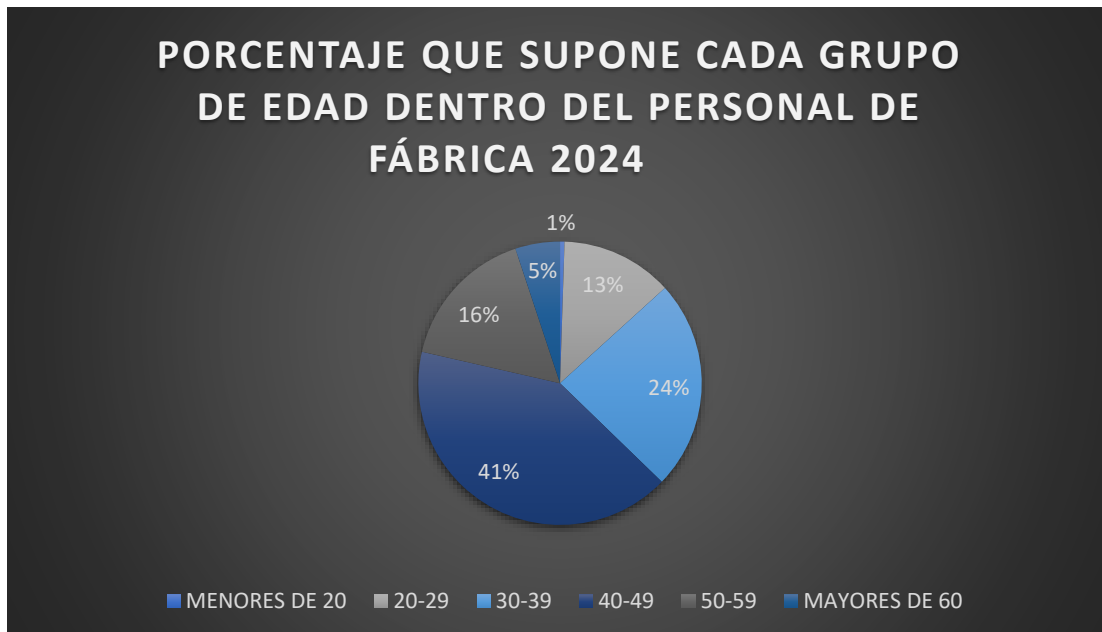
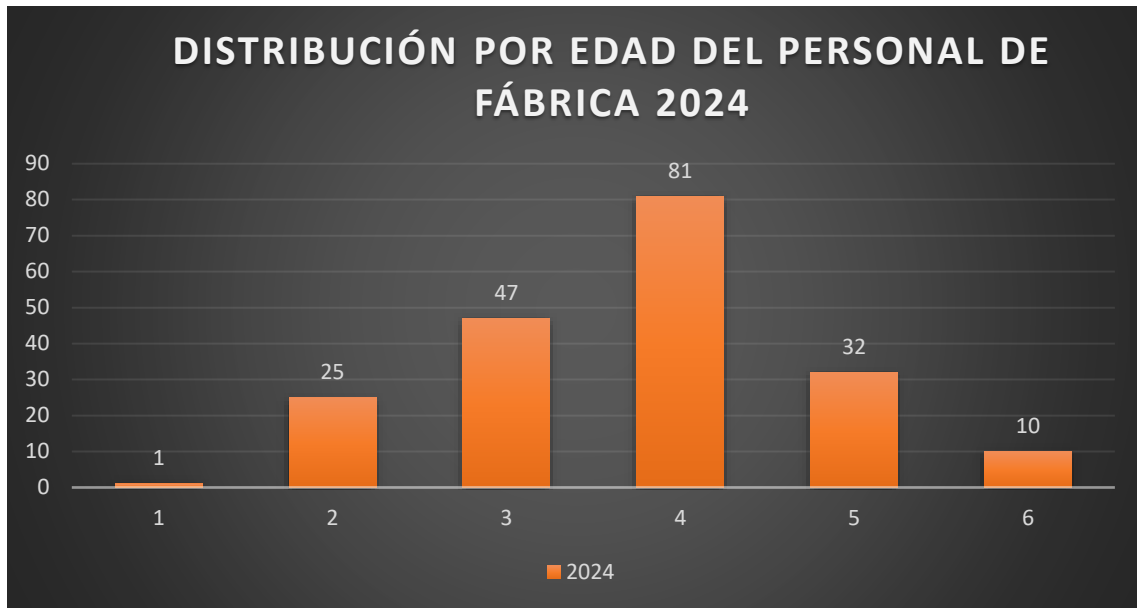
Para analizar este punto separaremos a la plantilla en cinco grupos de edad:

- Menores de 20 años. (Grupo 1)
- Entre 20 y 29 años. (Grupo 2)
- Entre 30 y 39 años. (Grupo 3)
- Entre 40 y 49 años. (Grupo 4)
- Entre 50 y 59 años. (Grupo 5)
- Mayores de 60 años. (Grupo 6).

También haremos una distinción entre el personal de fábrica y el de oficina.

Las 196 personas que forman el equipo de fábrica se distribuyen según su edad en los siguientes grupos:





En primer lugar, es importante resaltar en este apartado que, en Fama Sofás, por nuestra política de contratación, nunca contratamos a trabajadores menores de 18 años. Aunque la legislación en España permita trabajar a partir de los 16, internamente hemos decidido establecer el mínimo en los 18. Lo reflejamos en nuestro manual de bienvenida que se da en todas las incorporaciones y en nuestra página web, que está a disposición de cualquier personal.

## POLÍTICA DE CONTRATACIÓN

En Fama Sofás tenemos un compromiso absoluto con los Derechos Humanos. Rechazamos explícitamente prácticas laborales tales como la explotación infantil, esclavitud, trabajos forzados o cualquier abuso que vulnere los derechos de las personas trabajadoras.

Apostamos por la contratación permanente, creando empleos fijos y de calidad. Normalmente, solemos hacer contratos indefinidos desde el primer momento, estableciendo un periodo de prueba (con duración en función del puesto), para comprobar si funciona bien la relación y si la carga de trabajo se estabiliza. Solemos sentarnos a los 4 meses para ver si todo va bien y también para trasladarte los aspectos positivos y negativos que vemos en ti y si pensamos que la relación laboral puede funcionar.

En caso de que adoptemos la decisión de que no continuemos la relación contractual, te explicamos las causas.

Por política de empresa, no realizamos contrataciones a personas menores de 18 años.

A nivel salarial y de actividad, nos regimos por el Convenio Regional de la Madera y el Mueble de la Región de Murcia

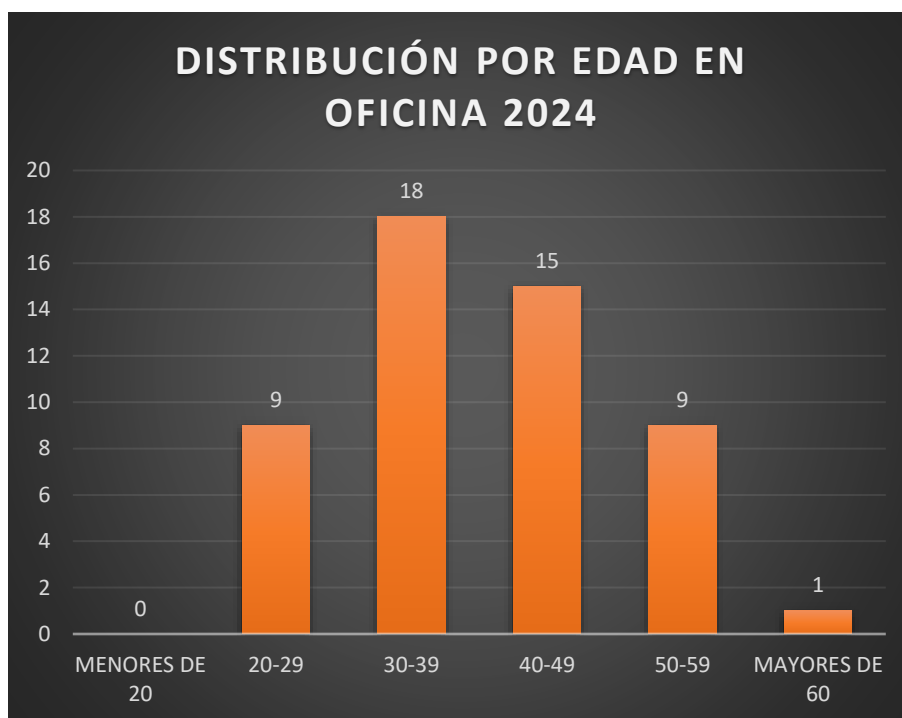
Un dato imprescindible para adjuntar el curriculum en nuestra página web a posibles ofertas de trabajo es la fecha de nacimiento, si la persona que desea logarse no cumple la mayoría de edad, directamente no le deja incluir ningún archivo.

Un dato imprescindible para adjuntar el curriculum en nuestra página web a posibles ofertas de trabajo es la fecha de nacimiento, si la persona que desea logarse no cumple la mayoría de edad, directamente no le deja incluir ningún archivo.

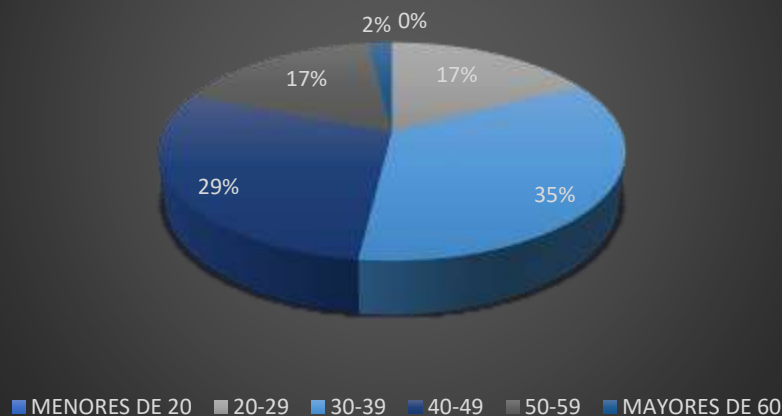
En el gráfico podemos observar que no existe una gran acumulación en ningún grupo de edad, lo que indica que el personal se encuentra bastante repartido. Nuestra política de contratación es siempre a largo plazo, ya que nuestros procesos son complejos y requieren de amplios procesos de formación; para nosotros no tiene sentido contratar a una persona con el objetivo de despedirlo a los 4 meses, ya que en ese periodo todavía no habrá sido capaz de dar su 100%.

Afortunadamente los últimos años hemos conseguido mantener una carga de trabajo estable, lo que nos permite trabajar de esta manera. Esta baja rotación de personal ayuda a entender por qué tenemos en nuestra planta de producción tantos empleados con más de 40 y de 50 años, algo que no es habitual.

En el caso de la oficina, la distribución es la siguiente:



## PORCENTAJE QUE SUPONE CADA GRUPO DE EDAD EN EL PERSONAL DE OFICINA 2024



### Distribución Grupos:

- Grupo 1 – menor de 20 años
- Grupo 2 – entre 20 y 29 años
- Grupo 3 – entre 30 y 39 años
- Grupo 4 – entre 40 y 49 años
- Grupo 5- entre 50 y 59 años
- Grupo 6 – Mayores de 60 años

En oficina la distribución es bastante similar a la de fábrica. En estos puestos la edad de contratación suele estar siempre por encima de los 25 años, ya que en la mayoría de los puestos se requiere una formación académica que los trabajadores suelen acabar entre los 22 y 23 años. A partir de ahí, la política de contratación es siempre a largo plazo, por lo que conforme pasan los años los trabajadores de esta área comienzan a pasar a los siguientes rangos de edad.

Desde el año 2015 el crecimiento en oficina (sobre todo en oficina técnica) ha sido exponencial, por eso el grupo más numeroso es el de 30-39 años. Los trabajadores que entraron en esos años hoy ya han sobrepasado los 30. Afortunadamente nuestro personal de oficina sigue aumentando cada año, por eso el segundo grupo más importante es el de trabajadores entre 40 y 49.

El personal con más de 40 y más de 50 años lo forman, en la mayoría de los casos, personas que ya llevan muchos años con nosotros, algunos de ellos más de 30, cuando la empresa tenía un tamaño muy inferior al actual. Los únicos que superan los 60 años en la actualidad son los propietarios de la compañía.

### **NACIONALIDAD**

Extraer datos acerca de la nacionalidad de nuestros empleados para nosotros no aporta valor. A la hora de la selección solo se tiene en cuenta si la persona reside

legalmente en España, a partir de ahí, el proceso de selección es exactamente el mismo para un extranjero que para alguien nacido en España.

No obstante, siguiendo las directrices de la Ley 11/2018, procedemos a mostrar los datos referentes a este tema.

A cierre de 2024, de los 248 empleados que tiene Fama, 14 han nacido fuera de España. De estos 14, todos ellos han adquirido la nacionalidad española. Estos son los países de procedencia:



ECUADOR	PARAGUAY	REPÚBLICA DOMINICANA	BOLIVIA	COLOMBIA	BÉLGICA	NIGERIA
7	1	2	1	1	1	1

12 de ellos (el 85%) provienen de Latinoamérica, sobre todo de Ecuador. Se trata de algo totalmente lógico, ya que a pesar de la distancia los vínculos culturales que nos unen son evidentes. De los dos restantes, una procede de Bélgica y otra de Nigeria. Tenemos 7 nacionalidades diferentes.

### CLASIFICACIÓN PROFESIONAL Y REMUNERACIONES MEDIAS

Para hablar de la clasificación profesional y las remuneraciones de nuestros empleados utilizaremos de guía las categorías profesionales que establece el Convenio de la Madera, por el cual nos regimos. La tabla salarial para 2024 es la siguiente:

TABLA SALARIAL 2024							
GRUPO		CATEGORIAS	REMUNERACION ANUAL S/PLUS ASISTENCIA	SALARIO DIA- MES	PLUS ASISTENCIA MES	PLUS TRANSPORT E MES	PAGA EXTRA SIN ANTIGÜEDAD
I	TECNICO	INGENIEROS LICENCIADOS	23,118,90	1,599,76	55,70	15,75	1,866,39
II	TECNICO	INGENIEROS TECNICOS TITULADOS GRADO MEDIO TITULADOS SUPERIORES	22,465,31	1,554,16	54,44	15,75	1,813,19
III	EMPLEADO	JEFE OFICINA OFICIAL 1º ADMINISTRATIVO	21,701,86	1,500,90	52,94	15,75	1,751,06
	OPERARIO	ENCARGADO		49,34	52,94	15,75	1,726,90
IV	OPERARIO	OFIC. TRAZADOR PREPARADOR OFIC. 1ª, TUISTA 1ª, ASERRADOR GALERISTA CONDUCTOR 1ª	19,788,09	44,95	49,21	15,75	1,573,25
	EMPLEADO	OFIC. 2ª ADMINISTRATIVO REPRESENTANTE		1,367,38	49,21	15,75	1,595,28
V	OPERARIO	OFICIAL 2ª TUISTA 2ª ESPECIALISTA CONDUCTOR 2ª	18,979,83	43,10	47,65	15,75	1,508,50
	EMPLEADO	GUARDA, VIGILANTE		1,310,99	47,65	15,75	1,529,49
VI	OPERARIO	AYUDANTE	17,742,62	40,26	45,25	15,75	1,409,10
	EMPLEADO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO TELEFONISTA		1,224,67	45,25	15,75	1,428,78
VII	OPERARIO	PEON	17,630,32	40,00	45,03	15,75	1,400,00

Respecto al año 2024, el salario de convenio se incrementó un 3,75%.

Como podemos observar, no se trata de un convenio muy elevado, por ello, en Fama Sofás habitualmente añadimos complementos en nómina que pueden ir de los 50€ a los 300€ brutos mensuales, con el fin de dar a los trabajadores una remuneración acorde con el valor que aportan a la empresa. De esta manera ganamos un poco de flexibilidad respecto a lo que nos ofrece el convenio.

A esto hay que añadir los complementos que se hace a algunos empleados en los meses de julio y diciembre. Se trata de un variable que se les otorga a aquellos empleados con un nivel de responsabilidad alto en la empresa; es un premio que damos para reconocer el esfuerzo que se hace día a día durante todo el año.

Teniendo en cuenta estos complementos en nómina y los variables que se dan en julio y diciembre, el salario bruto promedio de Fama Sofás es el siguiente: 12,33 €/h. Si

aplicamos ese salario por hora para una persona que trabaja 1.752 horas anuales, obtenemos que el salario bruto promedio sería de 21.094,55€

Nosotros no utilizamos todas las categorías que ofrece el convenio, sino que lo sintetizamos para que se adapte mejor a nuestras necesidades. Para el personal de fábrica, las categorías son (de menor a mayor):

- Peón
- Ayudante
- Oficial de 2ª
- Oficial de 1ª
- Encargado

Para trabajadores que se encuentran fuera de planta haciendo trabajos de transporte:

- Conductor de 2ª
- Conductor de 1ª

Para el personal de oficina es:

- Auxiliar administrativo
- Oficial Administrativo de 2ª
- Oficial Administrativo de 1ª
- Investigador de 2ª
- Arquitecto
- Ingeniero técnico

En el caso de los investigadores, se trata de una figura legal fuera del convenio que sirve para incentivar la contratación de personal enfocado al I+D dentro de la empresa. El salario es el mismo que el de un oficial administrativo de 2ª, pero en este caso la empresa se ahorra el pago de los seguros sociales. Para poder acceder a esta figura la compañía debe demostrar que el personal que está adscrito a esta figura dedica su jornada laboral a I+D.

En la siguiente tabla vemos la distribución por categorías que tenemos en la empresa.

**TOTAL, EMPRESA 2024**

CATEGORIA	2023	%	2024	%
PEÓN	38	14%	29	12%
AYUDANTE	95	35%	74	30%
OFICIAL DE 2ª	58	22%	71	29%
OFICIAL DE 1ª	8	3%	8	3%
ENCARGADO	2	1%	2	1%
CONDUCTOR DE 2ª	8	3%	8	3%
CONDUCTOR DE 1ª	6	2%	6	2%
AUXILIAR ADMTVO.	0	0,0%	4	2%
OFICIAL ADMTVO DE 2ª	39	15%	25	10%
OFICIAL ADMTVO DE 1ª	4	1%	12	5%
INVESTIGADOR DE 2ª	8	3%	8	3%
ARQUITECTO	1	0,4%	0	0%
INGENIERO TÉCNICO	1	0,4%	1	0%
TOTAL	268	100%	248	100%



Para nosotros es fundamental que la categoría del empleado vaya acorde con su nivel de responsabilidad dentro de la empresa. Pensamos que en este aspecto el convenio es mejorable, ya que apenas ha cambiado en los últimos 40 años, no obstante, nos permite trabajar cómodamente y remunerar a las personas en función del valor que aportan a la compañía.

Para desglosar este análisis, vamos a analizar el personal de fábrica por un lado y el de oficina por otro.

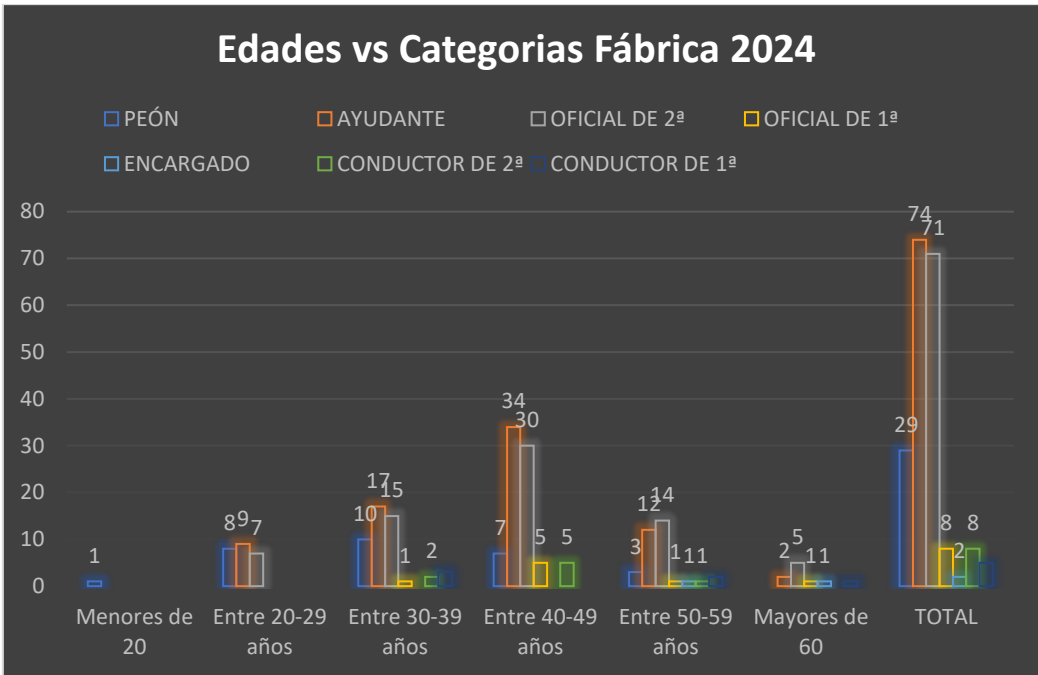
En fábrica somos 196 empleados, 140 hombres y 56 mujeres. Entre los 140 hombres, las categorías son las siguientes:

**HOMBRES FÁBRICA 2023 vs 2024**

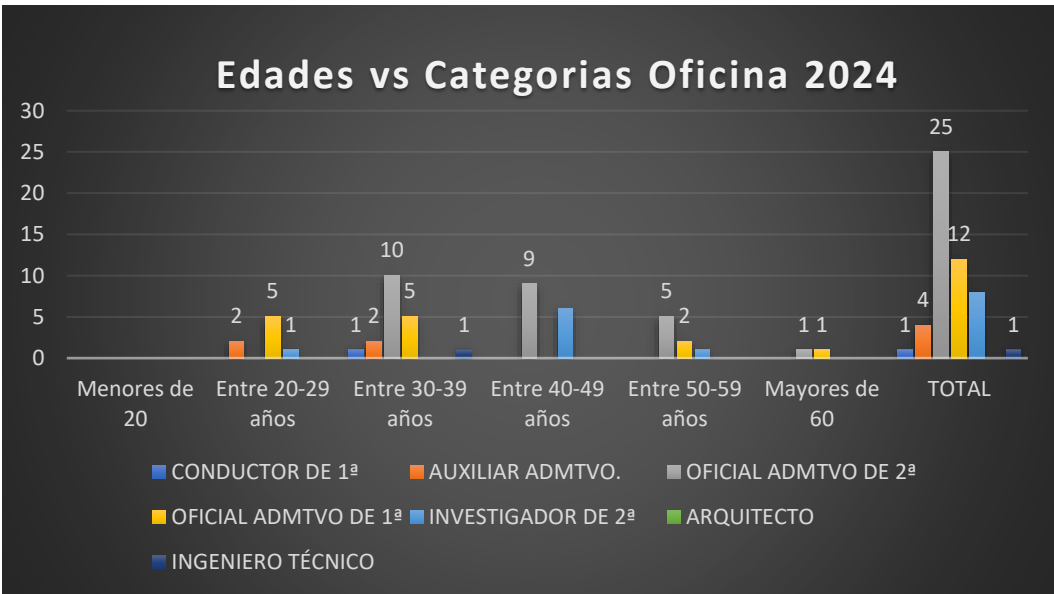
CATEGORIA	2023	%	2024	%
PEÓN	31	20%	25	18%
AYUDANTE	57	38%	41	29%
OFICIAL DE 2ª	44	29%	54	39%
OFICIAL DE 1ª	6	4%	6	4%
ENCARGADO	2	1%	2	1%
CONDUCTOR DE 2ª	8	5%	8	6%
CONDUCTOR DE 1ª	4	3%	6	4%
TOTAL	152	100%	140	100%

Para mostrarlo todavía más claro hemos desglosado entre categorías de fábrica y oficina y por edades en su conjunto. En la siguiente tabla se muestran las categorías que hay en fábrica por edades en el año 2024 y seguidamente en oficina. La categoría más alta que tenemos en fábrica es la de ayudante entre 40 y 49 años, esto se debe a las nuevas incorporaciones que se han contratado con baja experiencia, y que en este año han pasado de peón a Ayudante.

EDADES vs CATEGORIAS y Genero FABRICA 2024	Menores de 20	Entre 20-29 años	Entre 30-39 años	Entre 40-49 años	Entre 50-59 años	Mayores de 60	TOTAL
PEÓN	1	8	10	7	3		29
AYUDANTE		9	17	34	12	2	74
OFICIAL DE 2ª		7	15	30	14	5	71
OFICIAL DE 1ª			1	5	1	1	8
ENCARGADO					1	1	2
CONDUCTOR DE 2ª			2	5	1		8
CONDUCTOR DE 1ª			3		2	1	5

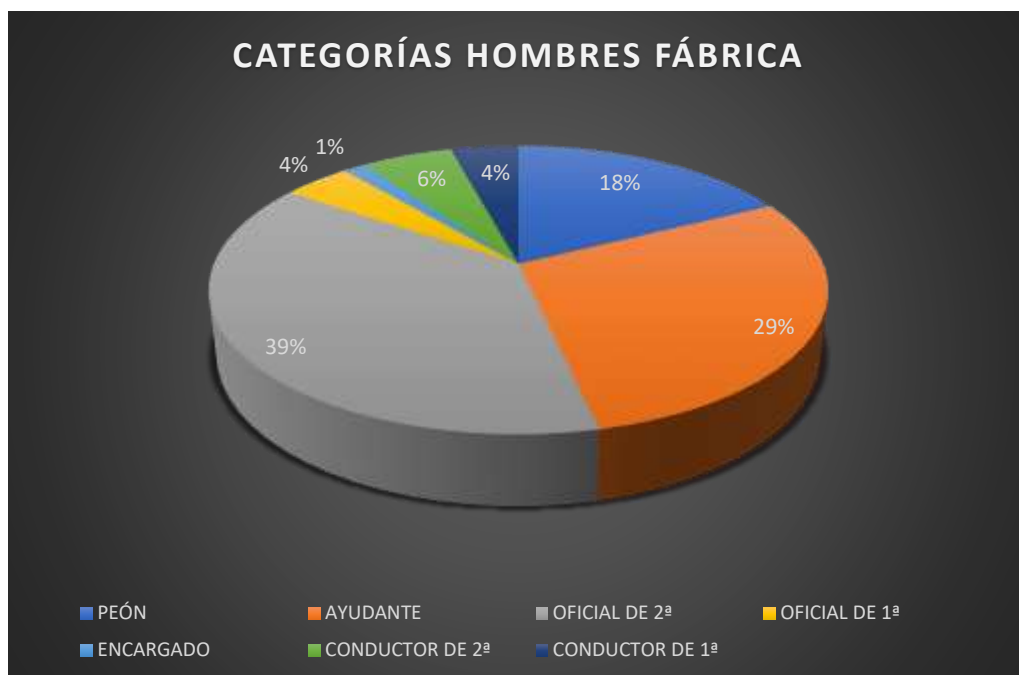


EDADES vs CATEGORÍAS Oficina 2024	Menores de 20	Entre 20-29 años	Entre 30-39 años	Entre 40-49 años	Entre 50-59 años	Mayores de 60	TOTAL
CONDUCTOR DE 1ª			1				1
AUXILIAR ADMTVO.		2	2				4
OFICIAL ADMTVO DE 2ª			10	9	5	1	25
OFICIAL ADMTVO DE 1ª		5	5		2	1	12
INVESTIGADOR DE 2ª		1		6	1		8
ARQUITECTO							0
INGENIERO TÉCNICO			1				1

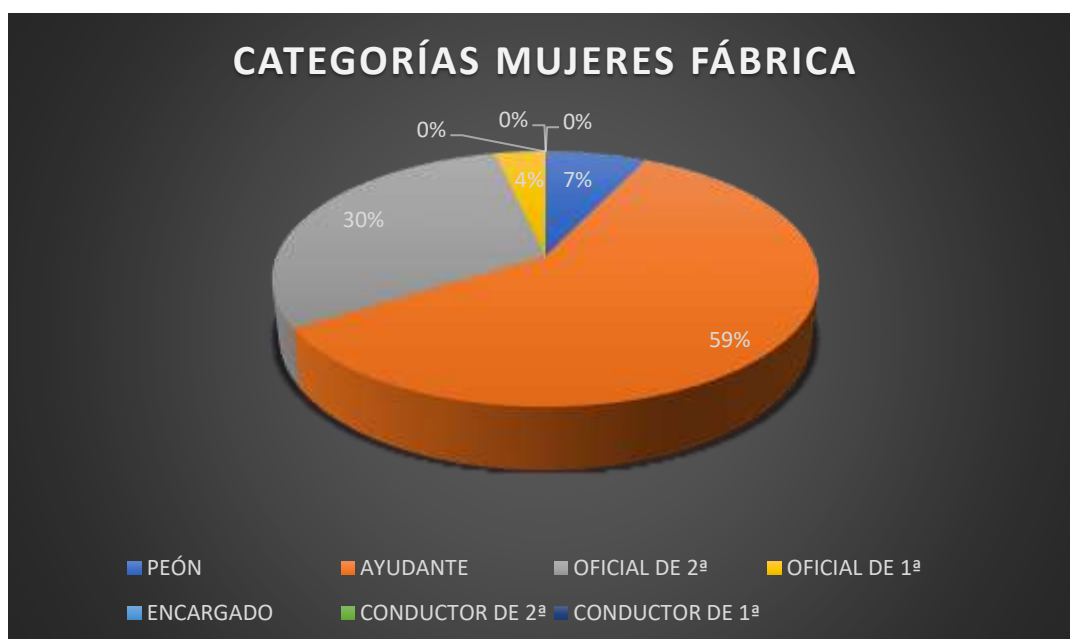


La categoría más alta de oficina es la de Oficial Administrativo 2ª, entre 30 y 39 años.

Respecto al salario medio de los hombres que trabajan en fabrica es 12,32€/hora.



En el caso de las mujeres de fábrica la distribución es la siguiente:



**MUJERES FÁBRICA 2023 vs 2024**

CATEGORIA	2023	%	2024	%
PEÓN	7	12%	4	7%
AYUDANTE	38	63%	33	55%
OFICIAL DE 2ª	13	22%	17	28%
OFICIAL DE 1ª	2	3%	2	3%
ENCARGADO	0	0%	0	0%
CONDUCTOR DE 2ª	0	0%	0	0%
CONDUCTOR DE 1ª	0	0%	0	0%
TOTAL	60	100%	56	21%

Dentro de este grupo el salario promedio es de 12,12 €/hora.

Ahora pasamos a ver los puestos de oficina. Antes de empezar, debemos recordar que los dos propietarios de la compañía, Félix y Manuela no aparecen en las estadísticas que vamos a ver a continuación. Dicho esto, en primer lugar, vemos a los hombres:

**HOMBRES OFICINA**

CATEGORIA	2023	%	2024	%
AUX. ADTVO.	1	4%	2	7%
OFICIAL ADTVO. 2ª	15	54%	8	29%
OFICIAL ADTVO. 1ª	1	4%	5	18%
INVESTIGADOR 2ª	8	29%	8	29%
INGENIERO TÉCNICO	1	4%	1	4%
ARQUITECTO	0	0%	0	0%
CONDUCTOR DE 1ª	2	7%	2	7%
TOTAL	28	100%	26	100%

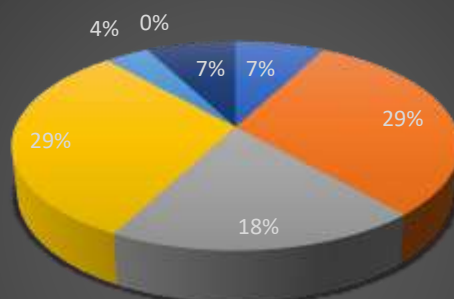
Entre los hombres que trabajan en oficina, el salario medio es de 13,68€/hora.

Y en segundo lugar las mujeres:

**MUJERES OFICINA**

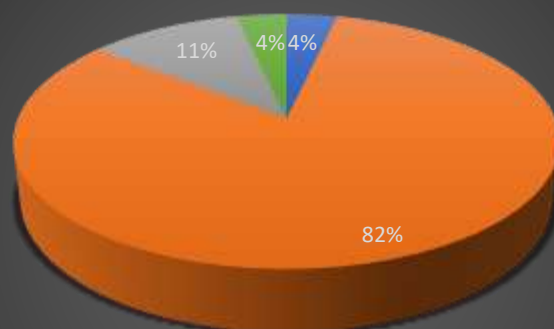
CATEGORIA	2023	%	2024	%
AUX. ADTVO.	1	4%	2	7%
OFICIAL ADTVO. 2ª	23	82%	17	61%
OFICIAL ADTVO. 1ª	3	11%	7	25%
INVESTIGADOR 2ª	0	0%	0	0%
INGENIERO TÉCNICO	0	0%	0	0%
ARQUITECTO	1	4%	0	0%
CONDUCTOR DE 1ª	0	0%	0	0%
TOTAL	28	100%	26	100%

### CATEGORÍAS HOMBRES OFICINA 2024



■ AUX. ADTVO.      ■ OFICIAL ADTVO. 2ª      ■ OFICIAL ADTVO. 1ª  
 ■ INVESTIGADOR 2ª      ■ INGENIERO TÉCNICO      ■ ARQUITECTO  
 ■ CONDUCTOR DE 1ª

### CATEGORÍAS MUJERES OFICINA 2024



■ AUX. ADTVO.      ■ OFICIAL ADTVO. 2ª      ■ OFICIAL ADTVO. 1ª  
 ■ INVESTIGADOR 2ª      ■ INGENIERO TÉCNICO      ■ ARQUITECTO  
 ■ CONDUCTOR DE 1ª

### AÑO 2024

	HOMBRES FÁBRICA	MUJERES FÁBRICA	HOMBRES OFICINA	MUJERES OFICINA
<b>SUELDO/HORA PROMEDIO 2024</b>	12,32€	11,70 €	13,24 €	13,10 €

## AÑO 2023

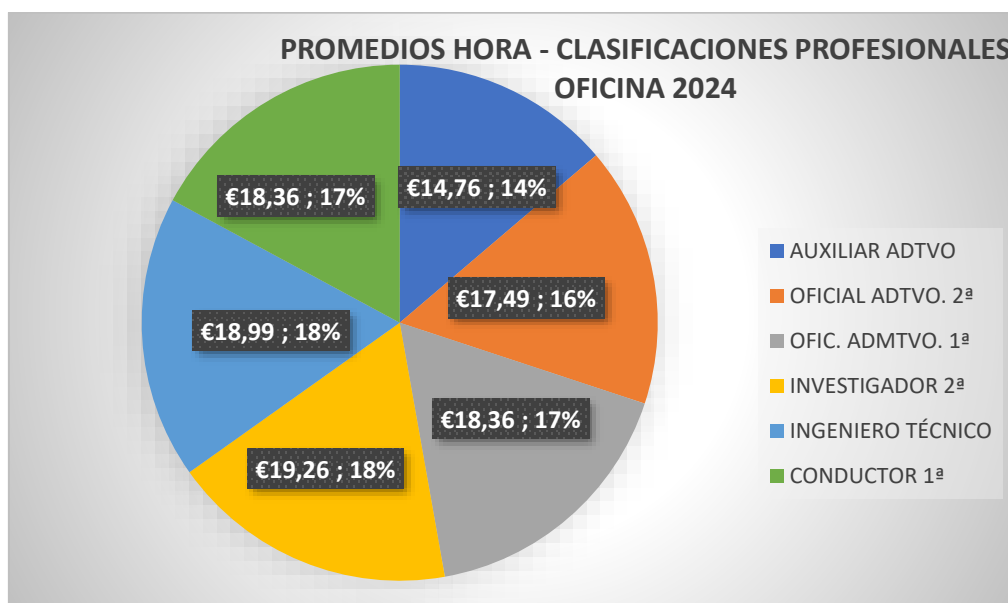
	HOMBRES FÁBRICA	MUJERES FÁBRICA	HOMBRES OFICINA	MUJERES OFICINA
SUELDO/HORA PROMEDIO	12,26 €	11,60 €	14,87 €	14,41 €

Con respecto a la comparativa con los datos salariales del año anterior 2023, vemos que en fábrica ha subido el promedio sueldo/hora, sin embargo, el promedio salarial de oficina ha disminuido, aunque se iguala en hombres y mujeres más que el año anterior, esto se debe a los incentivos que la empresa da en junio y diciembre, que en diciembre del 2024 no se dieron por la situación financiera por la que estaba pasando la empresa, ya que gran parte de los incentivos son de personal de oficina. El objetivo de la empresa es conseguir los objetivos de facturación que nos hemos marcado para en el próximo 2025 poder volver a dar los incentivos anuales, además de mejorar los salarios.

Dentro de fábrica, vemos que la brecha salarial es de un 5,3%, y en la oficina de un 1%, en ambos casos favorables a los hombres. Se trata de una diferencia muy reducida, y que se explica atendiendo a factores muy pormenorizados de cada caso particular.

Respecto a los salarios de los directivos, la empresa ha decidido no compartir esos datos, ya que, al tratarse de una empresa familiar, las dos únicas personas con el rango de directivo son los dos propietarios, y exponer aquí sus remuneraciones violaría su privacidad.

Respecto a los salarios por rango de edad, preferimos no compartir esa información, ya que pensamos que no aporta gran información. Normalmente en nuestra empresa las condiciones salariales mejoran con el paso de los años, por lo que puede ser que, una persona de 40 años que lleve 15 años con nosotros tenga mejor salario que una persona de 50 que solo lleva 1 año con nosotros. Por ello preferimos omitir estos datos, ya que podrían dar lugar a confusión.



## **MODALIDAD DE CONTRATOS**

Nuestra política de contratación ha sido siempre a largo plazo. Como empresa nuestra filosofía es ofrecer puestos de trabajo dignos y estables, ya que para nosotros es fundamental que el trabajador esté a gusto y comprometido con la empresa para que así nos ayuden a mejorar y a crecer.

Otra razón por la que nos gusta contratar a largo plazo es porque consideramos que nuestros trabajadores tienen que ser los mejores, y para ello necesitan periodos de formación amplios. De nada nos sirve estar rotando en un mismo puesto con diferentes personas cada 5 meses, ya que para cuando quisiera empezar a rendir a buen nivel tendríamos que despedirlo y comenzar de cero el proceso de formación.

Como explicamos en el informe de 2023, tras la entrada en vigor de la última reforma laboral, todos los contratos deben ser desde el inicio fijos. Dado que la temporalidad en nuestro sector no es excesivamente elevada, no hacemos ningún uso de los contratos fijos discontinuos ni de la contratación a través de ETT.

Este incremento de la rigidez laboral, unida a la estabilización de la entrada de pedidos durante el año 2024, ha reducido drásticamente el ritmo de contratación que habíamos alcanzado entre los años 2020 y 2022. Ya en el informe del pasado ejercicio explicamos las razones por las que pensábamos que esta nueva normativa no beneficiaba ni a empresas ni a trabajadores.

Por otro lado, tenemos a 26 personas de la plantilla (un 10%) trabajando con jornada reducida. De entrada, nosotros contratamos siempre a personas a jornada completa, sin embargo, algunos trabajadores, cuando ya llevan un tiempo con nosotros, solicitan una reducción de jornada por motivos personales (cargas familiares, formación, etc.), y siempre que esté bien justificado la empresa se la concede.

Este hecho se enmarca en nuestra política de flexibilidad horaria, como veremos más adelante en este informe.

## **CONTRATACIÓN DE PERSONAS DISCAPACITADAS**

El número de personas discapacitadas que trabajan en Fama Sofás asciende a 7, todas ellas con una discapacidad reconocida igual o superior al 33%. La Ley General de discapacidad exige para empresas de nuestro tamaño que al menos un 2% de la plantilla media anual lo compongan personas que cumplan esa condición, por lo que a cierre de 2024 cumplimos con ese cupo.

De las 7 personas que componen esta lista, 5 son hombres y 2 mujeres.

## **BAJAS EN PLANTILLA**

Para nosotros todos los despidos son una decepción. Como explicamos anteriormente, nuestra política de contratación es a largo plazo; tenemos una rotación de personal muy baja y, afortunadamente, en los últimos años nuestra carga de trabajo se ha mantenido más o menos estable durante todos los meses del año.

Sin embargo, como hemos ido exponiendo a lo largo de todo el informe, en el año 2024 el sector del hogar ha sufrido una reducción significativa a nivel de pedidos. Esto nos ha llevado a tener que hacer algunos reajustes, sobre todo a nivel de producción, con el



fin último de que la empresa siguiese siendo viable y se pudiera mantener el mayor número de puestos de trabajo posible.

Por suerte, debido a la estructura de nuestra cadena de producción, hemos podido reubicar a mucha gente en otros puestos de fábrica (a algunos de forma temporal y a otros de forma permanente), sin embargo, hay casos en los que, tanto por falta de pedidos como por cuestiones disciplinarias, nos hemos visto obligados a realizar despidos.

En concreto, el balance de este año han sido 12 contrataciones y 31 bajas. De las bajas, 12 han sido despidos, 12 bajas voluntarias, 4 jubilaciones, y 1 defunción por enfermedad común.

De las 31 bajas, 23 han sido hombres (74,20%) y 8 mujeres (25,80%).

De los 12 despidos del año 2024, 9 han sido hombres 75%, y 3 mujeres de fábrica 25%.



Si lo clasificamos por categoría profesional, tenemos los siguientes datos de despidos:

- Peón: 4
- Ayudante: 6
- Oficial 2ª ADMTVO: 2

El resto de las bajas como ya hemos citado anteriormente han sido 20, 12 bajas voluntarias, 3 excedencias voluntarias, 4 jubilaciones y 1 defunción por enfermedad común.



En el año 2023 hubo 15 despidos, 14 hombres (93,3%) y 1 mujer (6,67%).

- Peón: 6
- Ayudante: 8
- Oficial de 2º: 1

Sí comparamos el año 2023 con el 2024, hemos disminuido los despidos un 3%. Esto se debe a la bajada de facturación que hubo en el año 2023 y a la burbuja de la que veníamos en el año 2022.

## 8.1 ACCIONES ENFOCADAS A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE NUESTROS EMPLEADOS

Para Fama Sofás sus trabajadores son fundamentales, por ello hemos impulsado una serie de acciones que les permiten mejorar su calidad de vida en muchos aspectos, desde reducir el precio de sus cestas de la compra hasta mejorar la conciliación laboral y familiar. A continuación, iremos enumerando todas estas iniciativas:

### Guardería y ludoteca laboral

Este es el proyecto más ambicioso que hemos llevado a cabo en Fama Sofás en este ámbito. En el año 2015 inauguramos nuestra guardería-ludoteca con el objetivo de ayudar a los trabajadores con hijos pequeños, y tras 9 años en funcionamiento podemos afirmar que ha sido todo un éxito.

Por las mañanas damos servicio de guardería para niños de 0 a 3 años, y por las tardes pueden venir niños de hasta 12 años, ayudando así a los padres que por la tarde quieren venir a trabajar, pero no tienen alguien con quien dejar a sus hijos.

Lo que hacemos con este servicio es facilitar a los padres y madres la tan difícil conciliación laboral y familiar, ya que no tienen que desplazarse hasta un centro para dejar y recoger a sus hijos, sino que los deja en el mismo puesto de trabajo. El horario que tiene la guardería es el mismo que el laboral, dando al trabajador la posibilidad de ir más desahogado, y, por último, el coste económico que tiene la guardería para el trabajador es de media un 50% más barato que el que puede encontrar en el resto de las guarderías locales de Yecla.

Cuando el proyecto arrancó en 2015, disponíamos solo de 1 educadora y 4 niños. A cierre de 2024, tenemos 3 educadoras y una maestra de educación infantil a jornada completa (llegando a reforzar con una cuarta o incluso quinta en ciertas épocas del año) y 26 niños matriculados en la guardería (horario de mañana). Por las tardes pueden llegar a haber hasta 70 niños de entre 4 y 12 años.

### **Flexibilidad horaria**

Tenemos dos horarios generales:

1. De 7:30 a 13:20 por las mañanas, parando media hora para desayunar, y de 15:20 a 18:00 por las tardes.
2. De 7:30 a 12:50 por las mañanas, parando media hora para desayunar, y de 14:50 a 18:00 por las tardes.

Partiendo de esto, pasamos a explicar cómo desde Fama Sofás tratamos de moldear los horarios en función de las necesidades de los trabajadores y de la empresa.

A cierre de 2024 disponemos de más de 90 horarios diferentes, que permiten a cada trabajador, dentro de las posibilidades de la empresa, adaptar su horario laboral lo mejor posible a su situación personal. Esto es especialmente difícil en los horarios de fábrica, ya que la producción es una cadena y, para ser lo más productivos posible, tenemos que intentar que todos los operarios coincidan la mayor parte del tiempo en fábrica.

A partir de aquí, siempre buscamos el mejor punto de entendimiento con el empleado para que las dos partes salgamos ganando. Por ejemplo, muchos padres y madres tienen la posibilidad de salir de 8:30 a 9:30 para ir a sus casas, vestir a sus hijos, llevarlos al colegio y volver; luego esta hora se puede recuperar de la manera más cómoda para el trabajador ( viniendo media hora antes por la mañana y saliendo media hora más tarde, quedándose al medio día, etc.). También hay trabajadores que, dependiendo el día de la semana, llevan un horario u otro, tratando así de adaptarnos lo mejor posible a sus obligaciones fuera del trabajo. Estos son solo dos ejemplos de los muchos que se nos presentan en una plantilla de 248 personas, donde cada una de ellas tiene sus necesidades personales.

Tenemos muchos casos en los que el horario varía únicamente entre 10 y 20 minutos en la entrada o la salida. Puede parecer poco, pero para muchas personas es la diferencia entre ir corriendo a todos sitios e ir algo más desahogados y llegar bien a todo.

En total, cerramos el año con 92 personas con horario especial, es decir, el 34% de la plantilla.

De estas 92 personas, 58 son mujeres y 34 hombres.

TRABAJADORES CON HORARIO ESPECIAL	N.º	%
Hombres	34	37%
Mujeres	58	63%
TOTAL	92	100%

Como podemos observar, a pesar de que en la empresa trabajan 166 hombres, solo 34 (el 20,48%) tienen horario especial (si bien el año anterior era solo un 15%), mientras que, en el caso de las mujeres, que son 82, 58 (el 70,73%, frente al 61% del año pasado) tienen horario especial. Este es un dato del que somos conscientes y en el que año a año intentamos mejorar. Si echamos la vista unos años atrás, el porcentaje de hombres que modificaba su horario para atender labores familiares era del 0%.

Desde la empresa se anima a que no sean siempre las madres las que tengan que reducir o cambiar su horario laboral para poder cumplir con las tareas familiares, buscando que los padres se impliquen cada vez más en el cuidado de los hijos y así las cargas familiares se repartan de manera más equitativa. Por ello nos hemos marcado este punto como el más importante dentro de nuestro Plan de Igualdad. Nos queda mucho camino por recorrer, pero creemos que estamos yendo en la dirección correcta.

### **PROGRAMA MÁSTER DE LA VIDA**

El programa máster de la vida es una idea que surgió hace unos años, cuando estábamos contemplando la posibilidad de darle algún tipo de ayuda a los hijos de los trabajadores que fueran a empezar la universidad o que estuvieran ya en ella. Finalmente, vimos que la mejor fórmula no era simplemente darles dinero u ofrecerles algún tipo de bono para el alquiler o el material que fueran a necesitar.

Tras darle muchas vueltas, pensamos que la mejor forma en la que podíamos ayudar a estos jóvenes era dándoles un trabajo en el mes de julio en la fábrica. Las razones por las que llegamos a esta conclusión son las siguientes:

- Les permitía ganar dinero trabajando en un mes en el que no tienen clase.
- Les enseñaba lo duro que es el trabajo, lo que les permite sobre todo valorar el enorme esfuerzo que hacen sus padres levantándose todos los días a trabajar para que a ellos nunca les falte de nada.

Para la empresa, tener un mes trabajando a una persona que no tiene experiencia y que sabemos que en poco tiempo se va a ir, no supone nada, sin embargo, para muchos padres, el que sus hijos los puedan ver trabajando, valoren su esfuerzo y se sientan orgullosos de ellos no tiene precio. Así es como nos lo han trasladado muchísimos empleados, por lo que podemos afirmar que estamos ante uno de los mayores aciertos de nuestra historia.

En 2022 fueron 11 los jóvenes que se han adherido a este plan, todos hijos de trabajadores tanto de fábrica como de oficina.

Desafortunadamente, en 2023 y 2024 la desaceleración de la entrada de pedidos entre los meses de marzo y junio nos obligó a suspender en este ejercicio esta actividad. Como empresa no veíamos ético tener que despedir a parte de la plantilla por falta de trabajo y, al mismo tiempo, contratar de manera temporal a hijos de trabajadores.

Esperamos poder volver a retomar el máster de la vida en el próximo año 2025.

## **PLAN DE FORMACIÓN CORPORATIVA**

Desde la empresa siempre tratamos de fomentar la formación tanto interna como externa de nuestros empleados.

En el caso de la formación interna, la enfocamos a trabajadores que busquen ampliar sus conocimientos acerca de las tareas que ya desempeñan en la empresa, con el objetivo de que sean más productivos. En estos casos los cursos los financia enteramente la empresa y se realizan en horario laboral. También damos formación sobre riesgos laborales para que cada operario sea consciente de todos los peligros que puede conllevar su puesto y de cómo prevenirlos.

En 2024 se han impartido 897 horas de formación, es decir, 3,61h/empleado. Aquí incluimos tanto formación interna como externa. Dentro de la formación externa, incluimos cursos de CAP para conductores, formación de montadores, formación en inteligencia artificial, trabajos en altura, entre otros.

Para esta estadística no hemos tenido en cuenta la categoría profesional de los empleados que han recibido la formación, ya que pensamos que no es relevante. Como empresa no nos fijamos en la categoría profesional que tiene un empleado de cara a financiarle o no una formación, simplemente nos fijamos en el interés mostrado por el empleado y en si la formación será de la calidad suficiente.

## **SEGURO DE SALUD**

En abril de 2022 pusimos en marcha un seguro sanitario financiado por la empresa. La empresa con la que trabajamos es ASISA, y el producto al que nos hemos acogido es "ASISA Grandes Cuentas". El funcionamiento es el siguiente:

Cuando el trabajador cumple su primer año trabajando con nosotros, automáticamente se le activa el seguro, y el pago de póliza se le incluye en su nómina; es decir, que su salario sube automáticamente en el valor de la póliza tras los 12 primeros meses (remuneración en especie).

Al mismo tiempo, todos los trabajadores pueden incluir a sus cónyuges e hijos en el seguro pagando la prima a través de su salario. Esto es una gran ventaja, ya que los familiares pueden acceder al seguro al mismo coste que nuestro trabajador; además, existe un doble beneficio, ya que, al ser un concepto de retribución flexible, la cuota del seguro para familiares no cotiza en el IRPF, por lo que el coste es aún más bajo.

Este tipo de pólizas, cuando se contratan a título individual, son más caras que cuando se contratan a través de una empresa como la nuestra, por lo que damos acceso a las familias a que accedan a cuidados médicos de primer nivel a un precio reducido.

Se trata de un seguro que da amplias coberturas, ofreciendo servicios de asistencia básica, pruebas diagnósticas (ginecología, urología, cardiología, psiquiatría, etc.), técnicas especiales de tratamiento (quimioterapia, radioterapia, diálisis, etc.), hospitalización, trasplantes y prótesis e implantes.

A cierre de 2024, tenemos contratadas un total de 296 pólizas, de las que 64 son para familiares de los trabajadores que se pagan a través de sus nóminas.

### **BENEFICIOS POR SER TRABAJADOR DE FAMA**

En último lugar, ofrecemos a nuestros empleados una serie de ventajas a las que acceden solo por trabajar con nosotros. Estos beneficios consisten en descuentos en establecimientos y comercios locales que ayudan a reducir el coste de la cesta de la compra de los trabajadores, pudiendo tener así una situación financiera más sólida.

Por ejemplo, se ofrecen descuentos en productos de óptica, tiendas de ropa, gimnasios y la ITV, entre otros. Esta iniciativa también fomenta el comercio local, algo fundamental para dinamizar la economía de nuestro municipio.

En el año 2024, un beneficio que hemos incluido para los empleados es una escuela de robótica en nuestras propias instalaciones para niños entre 6 y 16 años, dándoles la oportunidad de que desde pequeños aprendan a trabajar con este tipo de maquinaria, lo que sin duda les dará una ventaja competitiva el día de mañana en el mundo laboral.

Se imparte los viernes por la tarde de 15:15h a 18:15h, asisten 25 alumnos. (Solo hijos de empleados de Fama).

Se trata de un proyecto en colaboración con otra empresa yeclana y con una academia de Murcia que lleva más de una década formando a jóvenes en este ámbito.



### **DESCONEXIÓN DIGITAL DEL TRABAJO**

El 31 de marzo de 2023 elaboramos nuestro protocolo de desconexión digital, cumpliendo así con lo establecido por el artículo 88 de la Ley Orgánica 3/2018. Este plan fue distribuido al 100% de la plantilla para que sean plenamente conscientes de él.

En nuestro manual de bienvenida también especificamos que, fuera del horario, el móvil del trabajo podemos tenerlo incluso apagado, es más, verbalmente siempre recomendamos dejarlo en el puesto para no tener que llevarlo a casa y así evitar su uso

en momentos en los que el empleado no tiene por qué estar pendiente de asuntos laborales.

## **CONCLUSIÓN**

En resumidas cuentas, lo que queremos reflejar en este apartado es que este tipo de iniciativas, que en el corto plazo pueden parecer antieconómicas, en el largo plazo acaban siendo beneficiosas para la empresa. Esto es así porque los trabajadores son sin duda el activo más importante de cualquier organización, por lo que, si dentro de nuestras posibilidades somos capaces de ayudarles a mejorar la conciliación de su vida personal y profesional, estamos seguros de que el trabajador acabará estando más implicado y dará siempre lo mejor de sí.

## **8.2 PREVENCIÓN, SALUD Y ABSENTISMO LABORAL**

### **PREVENCIÓN LABORAL**

En Fama pensamos que la prevención laboral juega un papel fundamental en la calidad de vida del empleado. La vida profesional es muy larga, y nuestra obligación debe ser que los empleados lleguen a su jubilación en buen estado físico para poder disfrutar de la última etapa de su vida.

Esto no son solo palabras bonitas; somos conscientes de que el trabajo en planta requiere una carga física elevada, por lo que es nuestro deber es dar a los trabajadores, dentro de nuestras posibilidades, las herramientas necesarias para que puedan realizar el menor esfuerzo físico posible. Esto implica desde el desarrollo nueva maquinaria a pequeñas mejoras que eviten que el operario haga de manera repetitiva determinados movimientos (como agacharse a levantar peso) que a la larga pueden pasarle factura.

Un ejemplo de máquina que hemos desarrollado para reducir el esfuerzo físico es nuestro "pulpo" una máquina de aspiración que permite levantar sin apenas esfuerzo bultos que pesan más de 200Kg. En las siguientes imágenes podemos observar su funcionamiento.





Esta herramienta nos permite almacenar sofás en altura sin necesidad de que el trabajador este toda su jornada laboral cargando con bultos pesados.

Otra herramienta que ya hemos generalizado es el uso de mesas elevables, lo que permite a cada operario ajustarla a la altura que necesite en cada momento en función de la tarea que esté desempeñando.

En el año 2024 diseñamos una herramienta para los tapiceros que reduce el esfuerzo físico a la hora de tapizar la tela. Es una prensa que chafa el módulo para que de la persona no realice esfuerzo a la hora de meter la tela y tapizar el sofá. De este modo reducimos muchísimo el esfuerzo físico, por lo que disminuimos la carga física y las bajas laborales por sobreesfuerzos en el puesto de trabajo.

Aunque lo hayamos diseñado nosotros, tenemos el marcado C.E., manual de instrucciones y certificado de conformidad de la máquina.



La formación acerca de la prevención y la salud dentro del trabajo empieza el primer día. Hasta el momento esa formación se daba de forma verbal, pero a finales de 2022 hemos preparado un manual de prevención y salud que, a partir de 2023 empezamos a enviar de forma personal por correo electrónico a todos los trabajadores que pasen a formar parte de nuestra plantilla.

Otro documento que facilitamos vía correo electrónico es la información que debe conocer el empleado acerca de su puesto de trabajo específico. Por ejemplo, en el caso de una persona que entra a la carpintería, se le envía un dossier con los riesgos que conlleva el puesto y los equipos de protección y prácticas que debe llevar a cabo para minimizarlos. Además de enviarles el calendario laboral, para que conozca todos los festivos del año actual.

Por ley, todos los trabajadores que empiezan a trabajar con nosotros deben asistir a un curso de prevención laboral de 2 horas de duración. El curso se imparte por un técnico especialista ajeno a la empresa. En nuestro caso, el servicio de prevención con el que trabajamos es "Valora Prevención". A su vez, si un trabajador cambia de puesto dentro de fábrica, antes de iniciar la actividad siempre se le da una formación específica sobre la prevención de riesgos que tiene que llevar a cabo en ese puesto específico mediante el servicio de prevención de Valora. Para gestionar esto, los responsables de producción y los de recursos humanos disponen de un grupo de WhatsApp específico para ello, pudiendo así controlar siempre los movimientos de personal que se hacen dentro de la planta de producción.

Respecto a los equipos de protección ("EPI"), nosotros les proporcionamos todos los necesarios al empleado, incluso algunos de ellos, como los tapones para oídos, se los hacemos a medida para que se adapten lo mejor posible a cada uno. También disponemos de una máquina expendedora a través de la que cualquier trabajador, introduciendo su DNI, puede conseguir cualquier EPI que necesite en cada momento.

Cada máquina esta señalizada con los EPI que necesita, para que así cualquier operario que la vaya a utilizar tenga la información de los elementos de protección que debe utilizar.

En el manual de bienvenida que damos a todos nuestros empleados incluimos planos de nuestras instalaciones en los que se indican todas las salidas de emergencias para casos de incendio, y anualmente realizamos simulacros para asegurarnos de que todos los miembros de la plantilla saben cómo actuar ante cualquier emergencia.

Dentro de nuestro servicio de prevención incluimos un servicio de fisioterapia gratuito. A pesar de que intentamos poner todos los medios para que los trabajadores no deban hacer un esfuerzo excesivo, siempre surgen dolencias o lesiones derivadas del desgaste. Y no solo los trabajos de producción. también existen evidencias de que las personas que trabajan muchas horas seguidas delante del ordenador pueden tener dolencias cervicales.

La empresa con la que trabajamos es *Kayas Salud Integral*, una clínica privada de fisioterapia con gran reputación ubicada en nuestra localidad. En la siguiente tabla mostramos el número de tratamientos que hemos ido teniendo desde la puesta en marcha del servicio.

	Nº TRATAMIENTOS	PLANTILLA MEDIA	Tratamientos/persona
AÑO 2017	212	162	1,31
AÑO 2018	245	175	1,40
AÑO 2019	304	180	1,69
AÑO 2020	256	193	1,33
AÑO 2021	326	235	1,39
AÑO 2022	459	256	1,79
AÑO 2023	445	264	1,69
AÑO 2024	413	258	1,60



Como vemos, los trabajadores hacen bastante uso de él, lo que nos muestra que les aporta valor.

Desde la dirección de la empresa insistimos mucho a todo el personal en la importancia de la prevención, es decir, que no se esperen a que una molestia acabe derivando en una lesión para entonces ponerse en tratamiento. Muchas veces, si la dolencia se trata a tiempo y de la manera correcta, los plazos pueden ser muchos más cortos y la recuperación más sólida.

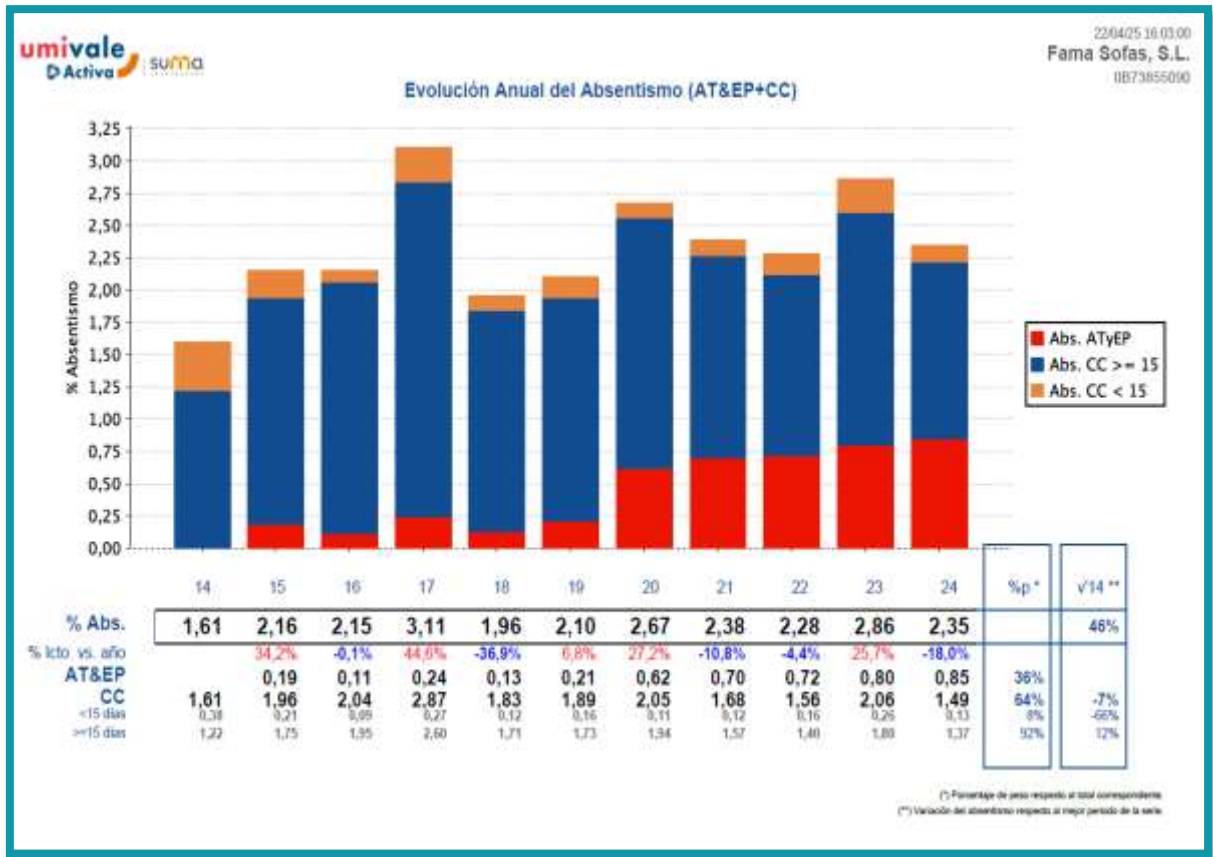
Esta clase de medidas nos han ayudado a mantener unos datos de absentismo mejores que los de la media del sector, como veremos a continuación.

### **ABSENTISMO LABORAL**

A continuación, vamos a analizar los datos de absentismo y siniestrabilidad en 2024. Aunque de consecuencias menores, tenemos que lamentar un accidente en carpintería, que en julio se atrapó los dedos en la Vitap y ha perdido la yema de una de las falanges, hoy en día ya se ha reincorporado a su puesto de trabajo.

Al margen de eso, podemos valorar los datos como bastante buenos ya que, en general, hemos reducido el absentismo en días no trabajados y seguimos por debajo de la media en el sector a pesar de ser una de las empresas más grandes.

Vamos a hacer un análisis completo de todos los datos



En el gráfico podemos observar que nuestro índice de absentismo está bastante contenido, sin embargo, vemos que ha crecido respecto a los dos años anteriores.

En el año 2024, el índice de absentismo de nuestro sector fue del 3,97%, por lo que estamos 1,5 puntos por debajo. Esto también refleja el gran nivel de compromiso que tienen los empleados con la empresa. Estos datos se extraen del CNAE- Fabricación de muebles.

(\*)Sector CNAE: 31 - Fabricación de muebles (6483 trab.)

(\*\*) Datos promedio del total de la población asegurada en umivale Activa

Fuente:

En el siguiente cuadro podemos observar las distintas causas por las que se ha generado ese absentismo:

	Contingencias Comunes (CC)	Accidentes de trabajo	Enfermedades profesionales	Total, días de baja
<b>Año 2024</b>	1449 días	743 días	84 días	2.276 días

En 2024 hemos tenido un total de 2.276 jornadas de absentismo, frente a las 2.652 del ejercicio 2023, es decir, 376 días menos.

Reducimos los índices generales de 2023 que fueron 376 jornadas, sin embargo, hemos crecido en accidentes de trabajo y también en días perdidos por esta causa, 594 días en 2023 frente a 743 días en 2024. También reducimos los datos de absentismo por

enfermedades profesionales. Esto en horas equivale a 18.208 horas, hemos bajado en horas de absentismo con respecto al año pasado 3.008.

Estos datos nos permiten ver que nuestras políticas de prevención funcionan, por lo que en los próximos años continuaremos profundizando en ellas con el fin de seguir obteniendo tan buenos resultados

A modo resumen, adjuntamos una imagen en la que aparecen especificados todos los datos en referencia al absentismo.

umivale

Activa

suma

04/03/25 16:25:56

Fama Sofas, S.L.

0873855090

Informe de evolución

(excluidos los procesos COVID) (desglosado por género)

Periodo	22	23 % var.	24 % var.	sector *	umivale Activa**
Plantilla media	263	271 3,0	265 -2,2		
<b>Total</b>					
Total bajas nuevas	85	98 50,8	76 -22,4		
Incidencia (por mil)	246,91	361,29 46,3	286,61 -20,7	328,42	379,15
Jornadas perdidas	2.187	2.832 29,5	2.276 -19,8		
Absentismo (%)	2,28	2,86 25,7	2,35 -18,0	3,98	4,37
Repetidores (%)	6,5	12,9 99,8	11,7 -9,4	10,3	9,5
Bajas repetidores (%)	50,8	57,1 12,6	64,5 12,8	59,1	61,1
<b>AT</b>					
Total bajas nuevas	13	9 -30,8	15 66,7		
En centro de trabajo	11	7 -36,4	14 100,0		
Recatías		1	1		
In itinere	2	1 -50,0			
In misión					
Incidencia (por mil)	49,38	33,18 -32,8	66,57 70,5	52,58	32,12
Jornadas perdidas	323	564 83,9	743 25,1		
Absentismo (%)	0,34	0,60 78,5	0,77 27,5	0,56	0,37
<b>EP</b>					
Total bajas nuevas		2	2		
Incidencia (por mil)		7,37	7,54 2,3	1,54	0,42
Jornadas perdidas	365	196 -46,3	84 -67,1		
Absentismo (%)	0,38	0,20 -47,9	0,09 -66,3	0,02	0,01
<b>CC</b>					
Total bajas nuevas	52	87 67,3	59 -32,2		
Incidencia (por mil)	197,53	320,74 62,4	222,50 30,6	274,30	346,61
Jornadas perdidas	1.499	2.042 36,2	1.449 -29,0		
Absentismo (%)	1,56	2,06 32,2	1,49 -27,6	3,41	3,99

(\*) Datos CMRZ: 31 - Población de sueldos (2019 base)

(\*\*) Datos proceden del total de la población asegurada en umivale Activa

(\*) Fuente: CNR2. 31 - Fabricación de muebles (BB09 trade)  
(\*\*) Datos provistos del total de la población asegurada en umivale Activa.

Para finalizar, segregaremos estos datos entre los hombres y las mujeres de la plantilla.

umivale

Activa

suma

04/03/25 16:25:58

Fama Sofas, S.L.

08173855090

Por género

Por género AT Con baja	23						24						%Variación	
	Nºtrab	% Bajas	I.I.(%)	J.Perd.	Abs		Nºtrab	% Bajas	I.I.(%)	J.Perd.	Abs	I.I.	Abs.	
Hombre	182	67,2	7	38,5	567	0,85	178	67,2	13	73,0	692	1,06	89,9	24,9
Mujer	89	32,8	2	22,5	27	0,08	87	32,8	2	23,0	51	0,16	2,3	91,4
Resto	0	0,0	0	0,0	0	0,00	0	0,0	0	0,0	0	0,00		
Total	271	100,0	9	33,2	594	0,60	265	100,0	15	56,6	743	0,77	70,4	27,6

% Variación plantilla: -2,2

% Variación plantilla: -2,5



umivale

Activa

suma

04/02/25 16:26:24

Fama Sofas, S.L.

0873855090

Por género

Por género AT Sin Baja		23				24				%Variación	
		N°trab.	%tot	AT Sin	I.I.(%)	N°trab.	%tot	AT Sin	I.I.(%)		I.I.
Hombre		182	67,2	47	258,2	178	67,2	32	179,8		-30,4
Mujer		89	32,8	14	157,3	87	32,8	11	126,4		-19,6
Resto		0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0		
Total		271	100,0	61	225,1	265	100,0	44	166,0		-29,2

% Variación plantilla: -2,2

umivale

Activa

suma

04/02/25 16:26:28

Fama Sofas, S.L.

0873855090

Por género

Por género CC	23							24							%Variación	
	N°trab	%	Bajas	I.I.(%)	J.Perd.	Abs		N°trab	%	Bajas	I.I.(%)	J.Perd.	Abs	I.I.	Abs.	
Hombre	182	67,2	63	346,2	1.485	2,23		178	67,2	36	202,2	1.026	1,58	-41,6	-29,2	
Mujer	89	32,8	24	269,7	557	1,72		87	32,8	21	241,4	409	1,28	-10,5	-25,8	
Resto	0	0,0	0	0,0	0	0,00		0	0,0	2	0,0	12	0,00			
Total	271	100,0	87	321,0	2.042	2,06		265	100,0	59	222,6	1.449	1,49	-30,8	-27,8	

% Variación plantilla: -3,2

umivale

Activa

suma

Por gravedad

04/02/25 16:26:30

Fama Sofas, S.L.

0873855090

Por gravedad AT Con baja	23				24				%Variación	
	Bajas	%tot	J.Perd.	%tot	Bajas	%tot	J.Perd.	%tot	Bajas	J.Perd.
Leve	8	88,9	127	21,4	15	100,0	526	70,8	87,5	>100
Grave	1	11,1	467	78,6	0	0,0	217	29,2	-100,0	-53,5
Fallecimiento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		
Total	9	100,0	594	100,0	15	100,0	743	100,0	66,7	25,1

% Variación plantilla: -2,2

Enfermedades Profesionales a cierre de 2024

Son 8 mujeres y 5 hombres

Matias Garcia Juan	2021275586	01-09-21	01-09-21	28-02-23	*	609	EP Con Baja	02/11/21	Hombro
Mª Carmen Gil Bañon	2022714604	20-10-22					EP Sin baja	19/12/22	Codo, Sistémica
Mª Isabel Calvo Palao	2022783542	24-11-22					CC	23/12/22	Hombro
Mª Angeles Muñoz Forte	2023072981	09-02-23	19-04-23	31-05-23		42	EP Con Baja	01/03/23	Sistémica
Maria Gracia Castillo Constan	2023088101	17-02-23	01-03-23	04-06-23		95	EP Con Baja	01/03/23	Sistémica
Maria Gracia Castillo Constan	2023507524	27-10-23	03-04-24	02-06-24		60	EP Con Baja	20/12/23	Sistémica
Maria Gracia Castillo Constan	2023548254	22-11-23					EP Sin baja	20/12/23	Sistémica
Raul Martínez Palao	2024119877	26-02-24					EP Sin baja	25/04/24	Sistémica
Eva Maria Rivera Mejia	2024255087	14-05-24					CC	31/05/24	Mano
Maria Del Mar Soriano Polo	2024313210	13-06-24	13-06-24	07-07-24		24	EP Con Baja	05/07/24	Sistémica
Jose Manuel Eze Campos Muñoz	2024386332	24-07-24	03-02-25			1	EP Con Baja	22/08/24	Codo
Jose Manuel Eze Campos Muñoz	2024491409	01-10-24					EP Sin baja	28/01/25	Codo
Jose Fco. Garcia Juan	2025048851	23-01-25					EP Sin baja	28/01/25	Codo



### 8.3 RELACIONES SOCIALES ENTRE LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES

El órgano a través del cual se comunican la empresa y los empleados es el Comité de Empresa en el que se encuentran representantes de las dos partes.

A cierre de 2024, el Comité dispone de 13 representantes de los trabajadores (11 para los empleados de fábrica y 2 para los de oficina). A su vez, tres de ellos son los delegados de prevención. De los 13 representantes de los trabajadores, el 6 están en nombre del sindicato USO y los otros 7 en nombre de CC.OO. Las elecciones tienen lugar cada 5 años, habiendo sido las últimas el 16 de octubre de 2024. En nuestro caso, los empleados de fábrica votan a sus representantes y los de oficina a los suyos.

Por normativa legal, el comité debe reunirse de manera trimestral, y al cabo de cada reunión se levanta un acta en el que se establecen por escrito todos los acuerdos a los que se han llegado. Los temas que se debaten en el comité son aquellos que afectan a ambas partes, como el calendario laboral, peticiones específicas de los trabajadores, información y explicaciones acerca de los despidos o de las amonestaciones por escrito, etc.

El 100% de los trabajadores de Fama Sofás están adheridos al Convenio de la Madera de Murcia.

## 9 INFORMACIÓN RELATIVA AL CUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS HUMANOS

Fama Sofás es una empresa comprometida con los derechos humanos, sin embargo, como organización, nuestra capacidad de influir a nivel nacional e internacional en este ámbito es prácticamente nula.

Como hemos explicado previamente, el 100% de nuestra actividad se desarrolla en España, por lo que en materia de derechos humanos nos regimos enteramente por la legislación laboral, medioambiental y mercantil de dicho país, en el que el respeto por los derechos humanos está garantizado.

En el punto 8 de este informe especificamos las acciones que, como empresa, ejercemos para mejorar la calidad de vida de las personas más próximas a la organización. Más allá de esto, nuestro reducido tamaño no nos permite influir mucho más allá del ámbito local o regional.

En el caso de que dentro de nuestra empresa se vulnera algún derecho humano, como la discriminación racial, cultural o de cualquier otra índole, tenemos los mecanismos necesarios para, desde el departamento de recursos humanos, poner fin a esa situación y exigir responsabilidades a quien haya cometido la falta. Durante el año 2024 no hemos tenido ningún caso de discriminación de ninguna índole, ni vulneración de derechos fundamentales.

## 10. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

Actualmente en Fama Sofás no disponemos de ningún plan específico a este respecto. Somos una empresa familiar, con un accionariado muy simple que, además, se

encuentra totalmente alineado con la dirección, ya que propietarios y directivos son las mismas personas.

Prácticamente el 100% de nuestras operaciones comerciales van dirigidas hacia clientes privados, por lo que apenas tenemos interacción con la administración pública.

Este y otros motivos nos han hecho que todavía no hayamos establecido un protocolo claro a este respecto, sin embargo, somos conscientes de que cada vez somos una empresa más grande, lo que nos lleva a estar más expuestos a riesgos de este tipo. Durante el año 2024 no hemos tenido casos de corrupción o soborno.

Por ello, nos ponemos como objetivo la elaboración de un plan para la lucha contra la corrupción y el soborno con el objetivo de cubrir nuestras espaldas y evitar que en el futuro tengamos problemas derivados de este ámbito, nuestra idea es ponerlo en marcha en el año 2025.

## 11 . IMPACTO DE FAMA SOFÁS EN LA SOCIEDAD

Yecla es una localidad de 35.957 habitantes. Se trata de un municipio que cuenta con un sector industrial fuerte, enfocado sobre todo al sector del mueble, tanto para el hogar como para el mundo del contract, si bien cada vez está diversificando más su tejido empresarial con empresas de colchonería, textil, etc.

Dentro de este entorno, Fama Sofás se ubica como una de las empresas más grandes del sector tanto por número de trabajadores como por facturación. A cierre de 2024, damos empleo de manera directa al 0,7% de la población de nuestra localidad, a lo que hay que sumar el volumen de trabajo que generamos indirectamente para nuestros proveedores locales y regionales. Esto nos pone en una posición muy importante, en la que tenemos la posibilidad de servir tanto a las demás empresas como al resto de la comunidad de ejemplo.

A nivel de recursos humanos, buscamos ser una empresa modelo. Esto no es un decir, en el punto anterior hemos detallado muchas de las cosas que hacemos para mejorar las condiciones de vida de nuestros empleados. Lo que buscamos es hacer ver al resto de empresas que un modelo como el nuestro es viable. Esto beneficiaría enormemente al sector y en concreto a las empresas de Yecla, ya que tendríamos mayor capacidad de atraer talento a nuestra ciudad.

A continuación, vamos a detallar algunas de las acciones que llevamos a cabo para contribuir con nuestra localidad y su entorno para poder mejorar el nivel de vida de sus habitantes.

### **DEPORTE LOCAL**

Desde nuestra posición siempre hemos colaborado para fomentar ciertas actividades que consideramos positivas para nuestro entorno, entre ellas, el deporte. Desde el año 2004 hemos sido patrocinadores del club Red Deportiva Yecla (RDY), que tiene equipos de baloncesto, vóley ball y Trail de montaña, ayudándoles a recaudar fondos para que los equipos pudieran salir adelante.

Esta primera colaboración tuvo lugar debido a que uno de los fundadores del club es el responsable de recursos humanos de la empresa; por ello, nos propuso ayudar para sacar el proyecto adelante y hoy, 18 años después, podemos decir que ayudamos a que esta gran iniciativa se consolidara y haya seguido creciendo.

Con los equipos de la RDY hemos utilizado tanto la marca Fama como Famaliving.



En la temporada 2019/2020 pasamos a colaborar también como patrocinador oficial con el Club de Natación Yecla<sup>12</sup>. En este caso la marca que se mostraba en el equipamiento deportivo era HomebyFama, nuestro punto de venta online. Nuestro trabajo aquí, al igual que con el club RDY, consistía en aportar recursos para que el equipo pudiese costearse las equipaciones, viajes, etc.

<sup>12</sup> Fuente: <https://www.fama.es/noticias/fama-patrocinador-del-club-natacion-yecla#:~:text=Fama%20contin%C3%BAa%20por%20su%20apuesta,complementos%20para%20el%20hogar%2C%20HomebyFama.>





A parte de la colaboración con estos dos clubs, que se encuentran federados y compiten a lo largo de toda la temporada, también participamos en eventos puntuales de cross, triatlón y duatlón. En este caso hacemos tanto aportaciones dinerarias como, sobre todo, de materiales. Por ejemplo, desde nuestro equipo de diseño gráfico se encargan de diseñar la cartelería, que luego se imprimen con nuestra maquinaria.

En múltiples ocasiones se han sorteado productos nuestros (sillones normalmente) para los corredores, animando así a que la gente se apunte. Fama ayuda en todos estos actos porque son los propios trabajadores, que participan en ellos, los que animan a la empresa a que lo hagan. Siempre hemos escuchado las peticiones de nuestros empleados, y cuando vienen de este ámbito, intentamos ayudar en la medida de lo posible.



En la siguiente imagen podemos ver las imágenes del podio del “Cross de la Virgen”, una carrera que se organiza a nivel local todos los años. En ella vemos los sillones que se adjudicaron para los participantes que acabaron en el primer, segundo y tercer puesto.



### **AYAC**<sup>13</sup>

Otra actividad en la que colaboramos es en la edición de libros escritos por autores yeclanos.

En particular, estamos especialmente orgullosos de haber participado, junto a la Asociación de Yecla de Afectados por el Cáncer (AYAC), en la edición del libro *Todas cuentan: 24 cuentos ilustrados sobre mujeres yeclanas*<sup>14</sup>, escrito por Marta López Juan y en el que participó una de nuestras trabajadoras.

<sup>13</sup> Fuente: <https://ayac.es/>

<sup>14</sup> Fuente: <https://www.fama.es/noticias/nuevo-libro-con-la-colaboracion-de-fama>



Se trata de un libro que recopila, en formato de cuento, la historia de 24 mujeres yeclanas que han llegado a lo más alto de sus carreras profesionales. Estamos hablando de doctoras, artistas, maestras, emprendedoras y, en concreto, se relata la historia de una trabajadora de Fama a la que se le presentó un cáncer muy duro. En el cuento nos explica como con su lucha diaria consiguió salir adelante, y a día de hoy participa en distintas maratones a nivel nacional, demostrando así un claro ejemplo de superación.

Para nosotros es un orgullo participar en un libro de esta envergadura, que pensamos que puede ayudar a muchas niñas a perseguir sus sueños y, sobre todo, a muchas personas a no rendirse cuando se le presentan situaciones complicadas en su vida.

La colaboración con AYAC no se queda solo en este libro. La comunicación con ellos es constante, y siempre estamos disponibles para sacar adelante cualquier proyecto. Otro ejemplo es la "Marcha Solidaria", una carrera en la que sorteamos un sillón entre todos los participantes, incentivando así a que paguen la inscripción, cuyo importe va íntegramente para las arcas de la asociación.

### **PROYECTO AMPY<sup>15</sup>**

Otra de las acciones que mayor gratificación nos ha dado ha sido nuestro proyecto AMPY. AMPY<sup>16</sup> es la Asociación de Minusválidos Psíquicos de Yecla; su trabajo consiste en dar todas las facilidades posibles a las personas que padecen algún tipo de discapacidad, ayudándoles tanto a ellos como a sus familias.

<sup>15</sup> Fuente: <https://www.fama.es/blog/ampy-concede-la-distincion-de-socio-de-honor-a-fama-sofas>

<sup>16</sup> Fuente: <https://politicasocial.yecla.es/contacto-entidades-locales/a-m-p-y/>



La mejor manera en la que podíamos ayudarles es haciendo lo que mejor se nos da: desarrollándoles mobiliario que se adapte a sus necesidades y les permita mejorar su calidad de vida.

Uno de los productos que les hemos desarrollado es un sillón relax que se puede emplear como silla de ruedas. También dispone de power light, un mecanismo que ayuda a los usuarios a levantarse sin apenas esfuerzo. Otro elemento que les diseñamos fue una mesa con forma semicircular, que facilita al auxiliar poder atender a los distintos pacientes desde un mismo punto.





Otra de las acciones que llevamos a cabo fue decorar sus instalaciones con cartelería y vinilos que aportaban más calidez al centro.

La colaboración con esta asociación es continua, y siempre estamos dispuestos a ayudar dentro de nuestras posibilidades. Por ello desde AMPY decidieron condecorarnos como socios de honor en el año 2015, algo que lucimos con mucho orgullo.

Nuestra política como empresa es ayudar en todo lo que podamos a las personas que realmente lo necesitan. Nuestros recursos no son infinitos, pero pensamos que este tipo de acciones repercuten positivamente en nuestro entorno más cercano, por lo que para nosotros siempre merecen la pena.

### **ASPAJUMIDE**

Otra gran asociación con la que colaboramos activamente es ASPAJUMIDE, las Asociación de Padres Jumillanos de Niños con Discapacidad.

En este caso, nuestra aportación consiste en donarles los peluches que hacemos con nuestros residuos de fibra, para que ellos puedan venderlos y así conseguir fondos para financiar su actividad.

Estos peluches pueden encontrarse en múltiples puntos de venta que, al igual que nosotros, han decidido colaborar también con esta asociación.



### **LIBRO ARTE DE VER EL ARTE**

Este libro nace de un inspirador proyecto educativo en nuestra ludoteca, desencadenado por una exposición de la colección de telas Arty el año pasado. A través de esta iniciativa, exploramos el arte desde múltiples perspectivas, permitiendo a nuestros alumnos plasmar sus emociones y visiones tanto en pintura como en escritura.

El resultado fueron asombrosas creaciones que reflejan el espíritu y el talento de cada joven artista. Nos sentimos tan conmovidos por la belleza y el significado de estas obras que decidimos darles vida en las páginas de un libro, con un propósito aún más grande: ayudar a otros.

Cada compra de «El arte de ver el arte» es un acto de amor y solidaridad. Todos los beneficios obtenidos de su venta serán destinados íntegramente a Juega terapia, una fundación dedicada a transformar la vida de niñas y niños enfermos de cáncer, haciendo de los hospitales un lugar mágico a través del poder curativo del juego. Con tu apoyo, no solo valoras el arte y la educación, sino que también brindas esperanza y alegría a quienes más lo necesitan.



### **DONACIONES**



C/ Narciso Yepes S/N  
Apartado Postal 331  
30510 YECLA (Murcia)  
Telf. 968 795417

*Don Pedro Ángel Sandoval Pérez, con NIF 74310909-W, en calidad de Presidente de AMPY "Asociación de Personas con Discapacidad Intelectual de Yecla" con sede social en C/ Narciso Yepes, S/N y CIF G-30124929, declarada de utilidad pública por orden del Ministerio de Interior de fecha 18/04/2012 y acogida a la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo conforme establece el art. 16 de dicha ley*

*CERTIFICA haber recibido de FAMA SOFAS, S.L.U. con domicilio en DR. BARRAQUER I ROVIRALLA, S/N - PARAJE LAS ARTESILLAS, P.O. BOX 41 30510 YECLA (MURCIA) y CIF B-73855090 cantidad de //7.210,12€/ el día 29/02/2024 en concepto de donativo **EN ESPECIE** de carácter irrevocable con la siguiente finalidad:*

*Cumplimiento de los fines propios de la entidad establecidos en sus estatutos.*

*Todo lo cual certifico a los efectos previstos en la Ley 49/2002 de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de incentivos fiscales al mecenazgo.*



*En Yecla a 29 de febrero de 2024*

*G 30124929*

*C/ Narciso Yepes s/n. - Aptdo. 331  
30510 Yecla (Murcia)*

*Fdo. Pedro Ángel Sandoval Pérez.*

#### ASOCIACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL DE YECLA – AMPY

CIF. G30124929. Entidad sin ánimo de lucro dedicada al servicio y atención de personas con discapacidad intelectual y sus familias. Inscrita en el Registro Nacional de Asociaciones en la Sección 1ª número 610960. Fecha de constitución 1 de Agosto de 1985. Adaptada a la Ley Orgánica 1/2002 de 22 de marzo con fecha 10 de mayo de 2004 y declarada de Utilidad Pública el 18 de abril de 2012





ASOCIACIÓN PARA LA REHABILITACIÓN DE PROBLEMAS CON EL  
ALCOHOL, LAS DROGAS Y OTRAS CONDUCTAS ADICTIVAS.  
C/ CAMINO REAL Nº 76 BAJO YECLA (MURCIA)  
TELÉFONO: 651649243 / 968750012  
[www.ary-yecla.es](http://www.ary-yecla.es)

## CERTIFICADO DE DONACIONES

D. Salvador Pérez Lorenzo con DNI: 74343580-J en calidad de presidente de la Asociación para la Rehabilitación de problemas con el Alcohol, las Drogas y otras Conductas Adictivas (A.R.Y) con sede en C/ Camino Real nº 76, bajo de Yecla (Murcia) y CIF G-30299176,

### CERTIFICA:

Haber recibido de **FAMA SOFÁS S.L.U.**, con domicilio en C/Dr. Barraquer I Roviralta, S/N – Paraje Las Artesillas P.O. Box 41, 30510, Yecla (Murcia), la cantidad de //531,19 €/€// el día 24 mayo de 2024 en concepto de donativo de carácter irrevocable con la siguiente finalidad,

Impresión de tarjetas para citas, revistas, trípticos y folletos A4-boletines para el cumplimiento de los fines propios de la entidad establecidos en sus Estatutos.

Y para que conste ante quien proceda firmo la presente en Yecla a 24 de mayo de 2024.

Salvador Pérez Lorenzo  
Presidente de ARY  
74343580J



Luis Miguel Andrés Rodríguez, secretario del Patronato de la FUNDACIÓN ISAAC PERAL PARA LA PROMOCIÓN Y EL DESARROLLO TECNOLÓGICO E INDUSTRIAL DE LA REGIÓN DE MURCIA, inscrita en el Registro de Fundaciones de la Región de Murcia con el número 195, y CIF G73981169, con arreglo al Título II de la ley 49/2002, Régimen Fiscal de las Entidades sin Fines Lucrativos,

### **CERTIFICA**

1.- Que FAMA SOFÁS, S.L., con número de identificación fiscal B-73855090 con fecha 12/06/2024 efectuó la donación de 3.500,00 € (tres mil quinientos euros) correspondiente al año 2024; dicha cantidad fue entregada con carácter de donación voluntaria e irrevocable, lo que se comunica a la donante.

2.- Que las donaciones recibidas por FUNDACIÓN ISAAC PERAL PARA LA PROMOCIÓN Y EL DESARROLLO TECNOLÓGICO E INDUSTRIAL DE LA REGIÓN DE MURCIA se emplean para el cumplimiento de los fines establecidos en sus estatutos.

Y para que conste y a los efectos previstos en la Ley 49/2002 de 23 de diciembre de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, expido y firmo digitalmente el presente certificado en Murcia, en la fecha de la firma electrónica.

Firmado por \*\*\*2719\*\* LUIS  
MIGUEL ANDRES (R: \*\*\*\*8116\*)  
el día 13/06/2024 con un  
certificado emitido por AC  
Representación



C/ Narciso Yepes S/N  
Apartado Postal 331  
30510 YECLA (Murcia)  
Telf. 968 795417

*Don Pedro Ángel Sandoval Pérez, con NIF 74310909-W, en calidad de Presidente de AMPY "Asociación de Personas con Discapacidad Intelectual de Yecla" con sede social en C/ Narciso Yepes, S/N y CIF G-30124929, declarada de utilidad pública por orden del Ministerio de Interior de fecha 18/04/2012 y acogida a la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo conforme establece el art. 16 de dicha ley*

**CERTIFICA haber recibido de FAMA SOFAS, S.L.U. con domicilio en DR. BARRAQUER I ROVIRALLA, S/N - PARAJE LAS ARTESILLAS, P.O. BOX 41 30510 YECLA (MURCIA) y CIF B-73855090 cantidad de //6.538,29€/ el día 01/07/2024 en concepto de donativo **EN ESPECIE** de carácter irrevocable con la siguiente finalidad:**

*Cumplimiento de los fines propios de la entidad establecidos en sus estatutos.*

*Todo lo cual certifico a los efectos previstos en la Ley 49/2002 de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de incentivos fiscales al mecenazgo.*

En Yecla a 01 de julio de 2024

  
Asociación de Personas con Discapacidad Intelectual de Yecla  
G 30124929  
C/ Narciso Yepes, s/n. - Aptdo. 331  
30510 Yecla (Murcia)  
Fdo. Pedro Ángel Sandoval Pérez.

#### ASOCIACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL DE YECLA – AMPY

CIF. G30124929. Entidad sin ánimo de lucro dedicada al servicio y atención de personas con discapacidad intelectual y sus familias. Inscrita en el Registro Nacional de Asociaciones en la Sección 1ª número 610960. Fecha de constitución 1 de Agosto de 1985. Adaptada a la Ley Orgánica 1/2002 de 22 de marzo con fecha 10 de mayo de 2004 y declarada de Utilidad Pública el 18 de abril de 2012



Don Enrique Barbero Rodríguez con DNI nº 11821913M en calidad de Director de Accem con CIF G-79963237 y domicilio en calle Magallanes,3. 8ª planta, 28015 de Madrid, inscrita en el Registro Nacional de Asociaciones con el nº 97.521.

Certifica:

1. Que Accem se encuentra incluida entre las reguladas en el Artículo 16 del Capítulo I del Título III de la ley 49/2002
2. Que se ha recibido la siguiente donación con carácter irrevocable:

Donante: Fama Sofás SL

CIF/NIF: B73855090

CCAA: Murcia

Objeto de la donación: Donación en especie de Mobiliario para los dispositivos de Accem en Murcia

Importe: 8.108,91€

Fecha: Ejercicio 2024

A los efectos previstos en el artículo 24 de la Ley 49/2002 de Régimen Fiscal de las Entidades sin Fines Lucrativos y de los Incentivos Fiscales al Mecenazgo

En Madrid, a 02 de Agosto de 2024



Fdo. Enrique Barbero Rodríguez

Director de Accem





C/ Médico Pedro Herrero, 1 Bajo A  
03006 Alicante

Tel. y Fax: 965 117 019  
E-mail: downalicante@downalicante.org

Doña María Teresa Rodríguez Díaz, con DNI nº 74.342.875- k, en calidad de Presidenta de la Asociación Alicantina Síndrome de Down, con domicilio social en Alicante, C/ Médico Pedro Herrero, 1.- Bajo A, CP 03006 y CIF: G- 53097762.

#### CERTIFICA:

PRIMERO: Que esta Asociación fue constituida el 29-02-1996, y está inscrita en los registros de:

- \* Consellería de Administración pública- Registro de Asociaciones de la Generalitat Valenciana nº 5.170 de la Sección Primera del Registro provincial de Alicante.
- \* Ayuntamiento de Alicante Registro de Entidades de Interés Municipal. Concejalía de Participación Ciudadana.
- \* Consellería de Justicia y Administraciones Públicas.- Registro Autonómico de Asociaciones de la Generalitat Valenciana. Sección Cuarta. Numero Cv-04-037539-A. Inscrita como Entidad de Voluntariado

SEGUNDO: Que según resolución del Ministerio del Interior, fue declarada de Utilidad Pública según Orden de 25/10/2000, nº 14242 y 5170, nacional y provincial respectivos.

TERCERO: Que la Asociación Alicantina Síndrome de Down, tiene reconocidos los beneficios fiscales establecidos en la Ley 49/2002, de 23 de Diciembre, de "Régimen Fiscal de las Entidades sin finalidades lucrativas y de los incentivos fiscales al mecenazgo", dado que ha acreditado ante la Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria el cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 3 de la Ley 49/2002.

CUARTO: Que para ayudar al cumplimiento de las finalidades establecidas en el artículo 5 de los Estatutos FAMA SOFAS S.L.U., con domicilio en YECLA (MURCIA), C/ DOCTOR BARRAQUER I ROVIRALTA, S/N- PARAJE LAS ARTESILLAS- P.O. BOX 41 CP 30510 con CIF B-73855090, ha librado en el día 9 de diciembre de 2024, la cantidad de MIL CIEN EUROS (1100,00 €).

QUINTO: que esta donación tiene carácter de donativo irrevocable y es aceptada como tal, al amparo del artículo 23 de los Estatutos.

Y para que conste, a los efectos de poder gozar de los beneficios fiscales establecidos en el artículo 17 de la Ley 49/2002, de 23 de Diciembre de "Régimen Fiscal de las Entidades sin finalidades lucrativas y de los incentivos fiscales al mecenazgo", libro la presente certificación, como justificante del donativo.

En Alicante, a 9 de diciembre de 2024.

PRESIDENTA

# fundaciónfdi

ENRIQUE ÁLVAREZ ORCAJO, en calidad de Presidente de la Fundación para el Fomento del Desarrollo y la Integración, domiciliada en Madrid, P. de la Castellana, 135 P.7, CP 28026, con C.I.F. G-85967289,

## C E R T I F I C O :

PRIMERO.- Que esta Fundación fue constituida en fecha 25/05/2010, quedando inscrita en el Registro de Fundaciones del Protectorado del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y con el número 1264 en virtud de Orden Ministerial de 25/06/2010 con el nombre de Fundación Deporte Integra. Dicha inscripción ha sido modificada con el cambio de denominación en el Registro de Fundaciones con fecha 18 de Enero de 2018, pasando a llamarse Fundación para el Fomento del Desarrollo y la Integración.

SEGUNDO.- Que dicha Fundación es de tipo "sin fines lucrativos" según Resolución de la Subdirectora General del Protectorado de Fundaciones del Ministerio de Educación.

TERCERO.-Que la Fundación para el Fomento del Desarrollo y la Integración, tiene reconocidos los beneficios fiscales establecidos en la Ley 49/2002, de 23 de Diciembre, de "Régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de incentivos fiscales al mecenazgo".

CUARTO.- Que, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 24 de la Ley 49/2002, y tras haberse recibido la siguiente donación en especie por parte de FAMA SOFÁS SLU, domiciliada en C/DR BARRAQUER I ROVIRALTA SAI, Yecla, Murcia, con C.I.F. 873855090, se expide el presente certificado:

### Detalle del material recibido:

- 1 unidad: Mesa arcón tapizada con tapa de madera.
- 2 unidades: Mesas auxiliares de 70 cm.
- 2 unidades: Somier de 125 x 180.
- 3 unidades: Módulos de 93 cm, modelo URBAN.
- 4 unidades: Sillones con patas de madera.
- 6 unidades: Muebles bandejeros para restaurante.
- 8 unidades: Mesas dobles con tapa de madera y pie de metal para restaurante.
- 10 unidades: Sillas de madera con patas metálicas.
- 10 unidades: Sillas de madera oscura.
- 12 unidades: Sillas de mimbre con estructura metálica.
- 1 unidad: Mesa auxiliar de 96 cm.
- 4 unidades: Módulos de 93 cm.
- 2 unidades: Módulos chasis Long.
- 1 unidad: Juego de muebles para dormitorio.
- 1 unidad: Mueble recibidor salón con puertas de cristal.
- 4 unidades: Sofá de tres plazas.

---

Fundación para el Fomento del Desarrollo y la Integración  
Pº Castellana 135 - 7ª planta - 28046 MADRID





RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

## Donación de mobiliario a la asociación INTRESS de Mallorca

16/01/2024

Fama Sofas y el Instituto de Trabajo Social y Servicios Sociales (INTRESS) de Mallorca han colaborado en un nuevo proyecto en el que se ha donado mobiliario a dos de los centros donde esta entidad mallorquina desarrolla su labor de transformar la sociedad ayudando a distintos colectivos.

El primero de ellos, el Molí d'en Gaspar, situado en Lluçmajor y destinado a personas con discapacidad, y el segundo Casal Ciutat Antiga, localizado en la capital y donde se prestan servicios para personas mayores.

La actuación en ambos centros ha sido la de contribuir con nuestro mobiliario a la construcción de espacios acogedores y cómodos que contribuyan a mejorar la independencia y el bienestar de los usuarios. Tal y como destacan desde INTRESS, "estos nuevos sofás no son solo muebles, sino lugares de encuentro, comodidad y apoyo para todos aquellos que buscan formar parte de nuestra comunidad".

¡Desde Fama Sofas, esperamos que toda la comunidad de INTRESS disfrute del nuevo mobiliario y continúen trabajando en favor de las personas!

## &lt; NOTICIAS



## Premio empresa para Fama en los Premios La Razón Región de Murcia.

22/03/2024

El pasado miércoles 20 de marzo se celebró en el Teatro Romea de Murcia la primera edición de los Premios La Razón Región de Murcia, evento en el que Fama fue galardonada con el premio empresa. Félix López Gil, en representación de la empresa, recibió el galardón de manos del presidente de la Región de Murcia, Fernando López Miras quien fue el encargado de entregar los premios junto a Francisco Marhuenda, director de La Razón, y Andrés Navarro, consejero delegado del medio. Estos premios reconocen la trayectoria, el crecimiento y la dedicación de profesionales y entidades de diversos sectores empresariales, sociales, deportivos y culturales de la Región de Murcia. Para Fama, recibir este reconocimiento es un motivo de orgullo, no solo por el premio en sí, sino también por la relevancia de los demás galardonados.



## &lt; NOTICIAS



## Fama Sofás en el Taller "Cocreation Lab Kids"

03/06/2024

Fama Sofás ha sido una de las empresas participantes en el taller "Cocreation Lab Kids", una iniciativa innovadora que fomenta la creatividad y el ingenio entre estudiantes de educación Primaria en la Región de Murcia. Este evento, organizado por la Consejería de Medio Ambiente, Universidades, Investigación y Mar Menor a través de la Fundación Séneca y la Innspire Foundation, es parte del programa #soySTEM.

## 12. POLÍTICA DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES

Para Fama Sofás los proveedores son un aspecto crucial. Somos una empresa con un sistema productivo muy complejo, en el que destaca la variedad y la personalización de nuestros productos, pero manteniendo unos plazos de entrega razonables (3-4 semanas), y en el que por supuesto la calidad es el factor principal.

Esta forma de trabajar implica que nuestros proveedores sean:

- **Profesionales**: no podemos permitirnos que el nivel de calidad sea bajo, ya que nuestros clientes no lo aceptarían.
- **Ágiles**: el tener una variedad tan alta de productos y unos plazos de entrega tan cortos, obliga a que nuestros proveedores sean capaces de servirnos en plazos razonables.
- **Productivos**: nos encontramos en un sector que cuenta con unos márgenes muy ajustados, por lo que los precios a los que estamos dispuestos a comprar deben

estar siempre muy controlados. Para lograr esto, nuestros proveedores, al igual que nosotros, deben preocuparse de optimizar sus respectivas plantas de producción para que puedan ofrecernos productos que, por un lado, nosotros podamos asumir su coste y, por otro, que a ellos les sirva para rentabilizar sus propias empresas.

Si estas condiciones no se dan, es muy complicado que mantengamos una relación con ellos a largo plazo.

El siguiente factor al que damos más importancia es la cercanía. Tener los proveedores a una distancia razonable de nuestras instalaciones es clave, ya que reduce los costes de transporte y, sobre todo, nos permite tener mayor capacidad de reacción ante los imprevistos del día a día.

La cercanía es importante sobre todo en aquellos proveedores con los que desarrollamos prototipos mano a mano; por ejemplo, en el caso de los armazones metálicos, nosotros no tenemos maquinaria ni conocimientos para trabajar el metal, por lo que, cuando desarrollamos algún producto con este material, necesitamos ir muy de la mano con nuestros proveedores. En este caso, estar en la misma localidad facilita mucho que miembros de su equipo se desplacen a nuestras instalaciones para poner información en común.

Es por esto por lo que la mayoría de nuestros proveedores se encuentran en Yecla, si bien en algunos casos nos tenemos que ir a otros lugares de España o, en el caso de algunas materias primas, tenemos que acudir al mercado internacional, como es el caso de la goma espuma, que la traemos de Italia e Inglaterra.

En la actualidad, todavía no hemos dado el paso de realizar auditorías éticas o medioambientales a nuestros proveedores. Lo máximo a lo que hemos llegado es a exigirles que algunos de los materiales que nos suministran cumplan con determinadas normativas, como el PEFC en la madera. Siempre hemos intentado predicar con el ejemplo, e intentar que los demás intentasen seguir nuestra estela por su propio pie, sin tener que meternos en la casa de nadie.

Sin embargo, somos conscientes de que cada vez tenemos un mayor tamaño, y de que suponemos un porcentaje muy relevante de la facturación de algunos proveedores; esto nos lleva a asumir la responsabilidad de que, en el corto plazo, debemos implicarnos en que nuestros proveedores mejoren ciertas conductas que, en el medio-largo plazo, les acabaran beneficiando sobre todo a ellos, al igual que ese tipo de políticas también nos han beneficiado a nosotros.

Lo que sí que realizamos son auditorías de calidad a aquellos que consideramos clave. Este estudio se hace dentro del marco de la norma ISO 9001. En el ejercicio 2024 el número total de incidencias de proveedor han sido 133, frente a las 118 que registramos en 2023.

2021 y 2022 fueron años de crecimiento muy acelerado, en el que algunos de nuestros principales proveedores multiplicaron sus fallos debido al rápido aumento de los pedidos, sin embargo, en 2023 tuvimos más estabilidad y eso permitió a nuestros proveedores ser más cuidadosos y dar un servicio de mejor calidad., en el año 2024 continuamos igual.

En 2024 el valor monetario de todos los aprovisionamientos realizados durante el ejercicio ha sido de 18.507.776€.



### 13. POLÍTICAS RELACIONADAS CON EL CLIENTE

En el año 2009, Fama Sofás decidió darle la vuelta a su política comercial. Hasta esa fecha, sobre todo en España, teníamos más de 1.000 clientes, pero la mayoría de ellos con consumos muy bajos. En muchos casos eran distribuidores que tenían solo un modelo nuestro en sus exposiciones, mezclados con sofás de otras marcas y que a penas vendían la marca Fama.

Fue en ese año cuando nos dimos cuenta de que, si de verdad queríamos diferenciarnos, debíamos potenciar nuestra marca. Para ello, decidimos dejar de trabajar con los clientes que menos nos aportaban, y centrarnos en potenciar la marca a través de los distribuidores que estaban dispuestos a apostar por nosotros.

Primero empezamos a montar nuestros propios corners dentro de las tiendas multimarca. Esto nos permitía diferenciarnos del resto de marcas, así como exponer más productos para que el cliente final pudiera verlos y probarlos. Este fue el primer paso; poco a poco nuestros corners fueron creciendo, hasta que llegó el punto que vimos viable montar tiendas que se enfocaran únicamente en nuestra marca, y así fue como surgió Famaliving.

A medida que reducíamos la cantidad de clientes, aumentaban las ventas de los que seguían con nosotros. Tener un número más reducido de clientes nos permitió empezar a cuidarlos más, y esto no hacía más que retroalimentarse. Esto nos llevó a ver que el servicio postventa es clave.

El error que cometen muchas empresas es que ponen todos sus esfuerzos en la venta y, una vez que esta se produce, se lavan las manos y se olvidan del cliente. En Fama le hemos dado la vuelta a esto; nunca nos ha gustado forzar las ventas, nos gustan que nuestros clientes nos elijan porque están convencidos, ahora, una vez que nos escogen, ponemos todos nuestros esfuerzos en mantenerlos.

Por ello, tenemos varias personas en nuestro equipo que se dedican en exclusiva a la gestión de incidencias, con el objetivo, primero, de minimizarlas, y segundo, de arreglar en el menor plazo y de la mejor manera posible todas las que se produzcan. De esta forma, los clientes saben que, aunque haya cualquier problema, nosotros siempre estaremos ahí para respaldarlos.

De entrada, nosotros damos una garantía de 3 años y 6 meses a todos nuestros productos (el mínimo que establece la ley es de 2 años), y garantía de 5 años para los mecanismos relax. Además, damos garantía de por vida tanto del armazón como de la suspensión de asiento. En el caso de que haya alguna incidencia que no esté relacionada con estos dos puntos, si se encuentra dentro de garantía, recogemos el sofá, lo reparamos en fábrica y asumimos los costes. No obstante, si ha pasado el plazo de garantía y, aun así, vemos que la incidencia ha sido generada por un defecto de fabricación, asumimos íntegramente los costes.

En referencia a los materiales que utilizamos en nuestros productos, los que utilizamos principalmente son:

- Madera (pino, DM, aglomerado y contrachapado)
- Fibra o guata
- Goma espuma
- Metal
- Tela
- Piel

Ninguno de estos productos contiene elementos peligrosos o que la ley considere que debamos advertir sobre su uso. En el caso de los procesos productivos, en el año 2015 se eliminó casi al 100% el uso de cola con base disolvente, pasando a utilizar casi en exclusiva cola con base agua.

Siempre adaptamos nuestros productos a la normativa vigente en cada país; por ejemplo, todos los productos que fabricamos para Reino Unido, Irlanda y Estados Unidos, deben disponer de telas y goma espuma ignífugas, con el fin de reducir los riesgos de incendio.

A nivel de incidencias, llevamos un registro interno que nos permite identificar la cantidad y el tipo de incidencias que hemos tenido a lo largo del año. En 2024 el número de incidencias fue de 2.982, frente a las incidencias del año anterior 2023, que fueron 3.226, en el año 2022 las incidencias fueron 3.314; es decir, del año 2022 al 2023 se redujo 2,7% las incidencias de cliente, y del 2023 al año 2024 hemos reducido un 8% las incidencias del cliente 5,3% más que el ejercicio anterior.

Nuestro objetivo en el año 2025 es reducir un 17% menos las incidencias de clientes.

Esta cifra, aunque es demasiado elevada, hay que analizarla en perspectiva: de media, fabricamos unos 550 sofás al día, lo que quiere decir que, al cabo del año, los sofás que hemos producido al cabo de 5,86 días han derivado en incidencia.

Dentro de la categoría de incidencia tenemos un amplio abanico de posibilidades, que pueden ir desde la avería de un mecanismo que lleva en casa del cliente 2 años hasta el olvido por parte de un operario de echar las patas del sofá. Tenemos registradas 149 tipologías de incidencias de cliente distintas, con el fin de tener cada una de ellas muy bien localizadas para así saber cómo proceder de la manera correcta y en el menor tiempo posible.

Evidentemente, desde la empresa tenemos más control de unas que de otras; por ejemplo, podemos establecer muchos controles internos para evitar que un operario no se equivoque a la hora de cortar un cojín en la tela correcta, o de evitar que se olvide de echar los ganchos de unión de un sofá. Sin embargo, si un sofá con mecanismo relax empieza a funcionar de manera incorrecta uno o dos años después de que el cliente lo tenga en casa, no podemos hacer más que traerlo a fábrica y repararlo, ya que cuando salió de fábrica nosotros nos aseguramos de que ese mecanismo funcionara correctamente.

El año pasado expusimos en este informe una serie de mejoras que ya se implementaron para solucionar algunas de las incidencias más sangrantes que teníamos, como el olvido de accesorios. Estas soluciones están funcionando, pero sabemos que tenemos que seguir trabajando en minimizar al máximo posible cualquier tipo de incidencia.

Una de las mejoras más importantes del año 2023 ha sido el control exhaustivo del lanzamiento a producción de los nuevos modelos. Uno de nuestros talones de Aquiles era el gran volumen de incidencias que nos generaban los modelos nuevos durante sus dos primeros meses en el mercado.

En 2023 establecimos un sistema según el cual, las primeras 50 composiciones que salen del modelo nuevo se tapizan, montan y comprueban en el departamento de desarrollo, para así poder detectar cualquier fallo que haya podido haber y, solo cuando estamos 100% de que todo está correcto, lo ponemos en producción en fábrica.

Este nuevo sistema se puso en marcha con el lanzamiento del modelo Héctor, en mayo de 2024. Con este modelo detectamos varios problemas que, de no haber tenido este sistema, le habrían llegado al cliente, por tanto, podemos considerar que esta mejora está teniendo el efecto deseado.

Una vez explicado todo esto, pasamos a hablar de los objetivos. Para 2023 nos impusimos el objetivo de quedarnos en las 1.928 incidencias, sin embargo, hemos acabado muy por encima de ese objetivo. Como aspecto positivo, hay que destacar que las incidencias por falta de componente (cojín, patas, herrajes, etc.), que fueron las más acusadas en 2022, se han reducido en un 25%, lo que demuestra que las mejoras que propusimos han dado sus frutos.

En 2024 en general bajan las incidencias, pero porque ha bajado la producción. La producción ha bajado un 10% y las incidencias un 8%, por lo que, en términos relativos, han aumentado.

Dicho esto, el objetivo para 2025 es no superar las 2.485 incidencias de cliente, es decir, un 17% menos que el año 2024.

En resumen, nuestra política comercial se basa en dos pilares fundamentales:

- La calidad de nuestros productos y nuestros servicios, que es lo que nos permite diferenciarnos de la competencia.
- La honestidad con la que nos dirigimos tanto hacia los distribuidores como hacia el cliente final, asumiendo los errores que cometemos
- 

Hoy en día la gestión de las incidencias se realiza de manera muy manual; nuestro objetivo es informatizar más el proceso, de tal manera que tengamos en tiempo real información acerca de cuándo recibimos el sofá, el estado en el que se encuentra y, sobre todo, si está listo al menos dos días antes de la carga para poder dejar ese hueco en el camión y no ocuparlo con otro bulto. Al mismo tiempo, necesitamos una herramienta que nos permita extraer y analizar datos de manera rápida y efectiva.

Sin embargo, este es uno de los muchos proyectos que tenemos abiertos y, dado que nuestro volumen de incidencias hoy en día no es demasiado elevado, preferimos darle prioridad a otras cosas que pensamos que tienen una mayor urgencia.

En resumen, nuestra política comercial se basa en dos pilares fundamentales:

- La calidad de nuestros productos y nuestros servicios, que es lo que nos permite diferenciarnos de la competencia.
- La honestidad con la que nos dirigimos tanto hacia los distribuidores como hacia el cliente final, asumiendo los errores que cometemos.

## 14. INFORMACIÓN FISCAL AUDITORÍA DE CUENTAS

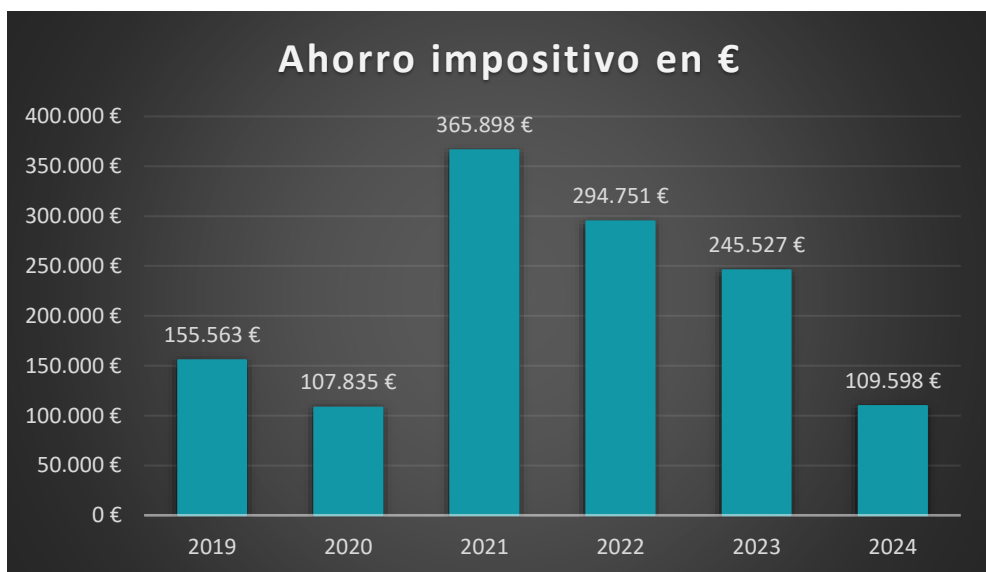
Fama Sofás tiene su sede fiscal en España, y a cierre de 2024 no tiene ninguna sociedad establecida en el extranjero.

En el siguiente cuadro mostramos los pagos efectuados por la empresa a efectos del Impuesto de Sociedades.

Datos reales	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Resultado antes de Impuestos	1.847.231 €	1.830.984 €	2.759.601 €	2.138.469 €	1.857.494 €	781.022 €
Impuestos pagados	306.245 €	349.911 €	324.002 €	239.866 €	218.847 €	85.658 €
Resultado después de impuestos	1.540.986 €	1.481.073 €	2.435.599 €	1.898.603 €	1.638.646 €	695.365 €
% de impuestos pagados	17%	19%	12%	11%	12%	11%

En España el tipo marginal de IS es del 25%. Sin embargo, podemos observar que el tipo medio efectivo que estamos pagando se encuentra por debajo de esta cifra. Esto se explica atendiendo a las deducciones fiscales que obtenemos gracias a las innovaciones tecnológicas y proyectos de I+D que presentamos todos los años.

Este sistema premia a empresas que, como nosotros, llevan la innovación en su ADN, ya que nos permite rebajar nuestra factura fiscal, haciendo así que invertir en estos proyectos sea más rentable. En los siguientes gráficos vemos el ahorro que hemos tenido a través de estas deducciones entre 2019 y 2024.



Dependiendo de la envergadura de cada proyecto, la Administración puede catalogarlo de dos maneras distintas:

- **Innovación tecnológica (IT)**: esta calificación se la dan a los proyectos de un rango más bajo y que no pueden ser protegidos por un modelo de utilidad o una patente. En este caso, la deducción que se puede aplicar la empresa es de un 12% de la inversión realizada.
- **Innovación y Desarrollo (I+D)**: esta es la calificación que te dan para proyectos de mayor envergadura, en los que la innovación se puede proteger mediante modelo de utilidad o patente. En este caso la deducción que se aplica es del 25% sobre el total de la inversión.

En el año 2023 y 2024 solo hemos presentado un muestrario cada año, que eso equivale a IT (12%) Esto es por una inspección que tuvimos además de que estos últimos años han sido más bien malos y no teníamos base suficiente para poder deducirnos tanto.

En el año 2024 hemos recibido en subvenciones 85384€. De esta cantidad, 50.000 euros provienen de una subvención destinada a la inversión en la adquisición de una nueva máquina de embalaje. Obtuvimos 12.536,38 euros como apoyo financiero por nuestra participación en la feria Sprit Meuble de París. Además, también recibimos 22.848 euros en concepto de subvenciones para el registro de patentes y modelos de utilidad tanto nacionales como internacionales durante el mismo año.

En el año 2024 el plano de las donaciones hechas por Fama Sofás a terceros, el montante total asciende a 26988€. Las entidades a las que hemos hecho donaciones son las siguientes:

- **AMPY**: "Asociación de Personas con Discapacidad intelectual de Yecla" En el año 2024 hemos hecho una donación a esta asociación de un valor de **13.748,41€**.
- **ARY YECLA**: Asociación para la Rehabilitación de problemas con el Alcohol, las Drogas y otras Conductas Adictivas (A.R.Y) **531,19€**.
- **ACCEM**: organización sin ánimo de lucro especializada en la atención de personas refugiadas, migrantes y en situación o riesgo de exclusión social. La donación hecha a esta ONG ha sido en especie, en concepto de equipamiento y mobiliario para un edificio. Esta donación se valora en **8.108,91€**.
- **ASOCIACION DE PADRES JUMILLANOS DE NIÑOS DEFICIENTES**: **3269,78 €**
- **DOWN**: Asociación de personas con síndrome de Down, se ha donado una cantidad de **1.100€**.

- **FUNDACIÓN FDI**: Los bienes donados serán destinados al uso doméstico y a la restauración como parte de la ayuda a los afectados por la DANA en la Comunidad Valenciana, ocurrida el 29 de octubre de 2024, a través de la Fundación FDI. Los bienes donados ascienden a una valoración económica total de **19.592,16€**.
- **AYAC**: asociación de Yecla de afectados por el cáncer, de la que ya hemos hablado antes. En este caso el importe de la donación fue de 882,60€. **1.221,1€**.
- **AFEMY**: Asociación de Familiares y Personas con Enfermedad Mental de Yecla. En este caso se realizó una donación en especie por valor de 4.605,93€, los cuales hacen referencia a siete sillones de oficina.
- **Fundación Isaac Peral**: fundación enfocada a la promoción y el desarrollo tecnológico e industrial de la Región de Murcia. En este caso la donación ha sido de 3.500€.

CONTENIDOS DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA				
Contenidos de la ley 11/2018			Estándar utilizado como referencia, total o parcialmente	Página informe
Marco normativo		Marco normativo en el que se ubica el presente informe, que viene a ser la Ley 11/2018 y basándonos en los estándares.	GRI 102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	Pág. 3
Grupos de interés y análisis de materialidad		Enumeración de nuestros principales grupos de interés y descripción de nuestra matriz de materialidad	GRI 102-40 Lista de grupos de interés GRI 102-42 Identificación y selección de grupos de interés GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés GRI 102-47 Lista de temas materiales	Pág. 3-6
Que es Fama sofás y su Modelo de negocio.	Descripción, riesgos e indicadores clave	Presentación de la empresa y de su modelo de negocio, identificación de los principales riesgos, descripción del plan estratégico y estructura de gobernanza	GRI 102-1 Nombre de la organización GRI 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios GRI 102-3 Ubicación de la sede GRI 102-4 Localización de las actividades GRI 102-5 Propiedad y forma jurídica GRI 102-6 Mercados servidos	Pág. 7-29



			<p>GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave</p> <p>GRI 102-18 Estructura de gobernanza</p> <p>Gri 102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités</p> <p>GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados</p>	
Información sobre cuestiones medioambientales	Huella de carbono	Medición del impacto que tienen la emisión de CO2 que genera la compañía	<p>GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)</p> <p>GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)</p> <p>GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)</p>	Pág. 30-34
	Residuos	Cuantificación, clasificación y gestión de los residuos que generamos	GRI 306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	Pág 34-47
	Consumo energético	Cuantificación del consumo energético realizado por la empresa	GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización	Pág. 48-50
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Descripción de los empleados	Sexo, plan de igualdad, edad y nacionalidad de los empleados	<p>GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores</p> <p>GRI 406 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas</p>	Pág. 51-64
	Remuneraciones salariales	Políticas de establecimiento de salarios dentro de la empresa por categoría profesional y por sexo	GRI 405-2 Ratio de salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Pág. 65-72

	Políticas de contratación y despidos	Número de contrataciones y despidos que ha habido durante el ejercicio y políticas a la hora de aplicarlos	GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal	Pág. 73-75
	Medidas de conciliación	Medidas que la empresa ha adoptado para facilitar la conciliación laboral y familiar de las personas que trabajan en Fama Sofás	GRI 401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempos parcial	Pág. 75-77
	Plan de formación corporativa	Formaciones que la empresa financia para que los empleados puedan mejorar sus capacidades	GRI 404-1 Media de horas de formación al año por empleado	Pág. 78-74
	Salud y seguridad	Medidas que la empresa adopta para garantizar la seguridad de los empleados en sus puestos de trabajo y el mantenimiento de una buena salud	<p>GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo</p> <p>GRI 403-3 Servicios de salud en el trabajo</p> <p>GRI 403-6 Fomento de salud de los trabajadores</p> <p>GRI 403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo</p> <p>GRI 403-9 Lesiones por accidente laboral</p> <p>GRI 403-10 Dolencias y enfermedades laborales</p>	Pág. 78-78
	Beneficios por trabajar en Fama Sofas	Ventajas que la empresa ofrece a los empleados por pertenecer a la organización		Pág. 79

Prevención de Riesgos Laborales	Prevención de riesgos laborales	Sistema fundamental en fama sofás, a través se Servicio de Prevención Ajeno de la mano del equipo interno de Fama Sofas		Pág. 80 - 87
	Relaciones sociales entre empresa y empleados	Órganos de comunicación entre los representantes de los trabajadores y de la organización. Descripción y funcionamiento	GRI 402 Relaciones trabajador-empresa	Pág. 88
Información sobre el respeto a los derechos humanos	Políticas de la empresa en referencia al respeto de los derechos humanos	Líneas de actuación de la empresa en el ámbito del respeto por los derechos humanos	GRI 412 Evaluación de derechos humanos	Pág. 88
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Políticas de la empresa enfocadas a evitar la corrupción y el soborno	Líneas de actuación que la empresa ha establecido para evitar casos de corrupción y/o soborno en los que pueda verse afectada	GRI 419 Cumplimiento socioeconómico	Pág. 88- 89
Información sobre la sociedad	Impacto de Fama Sofás en la sociedad	Acciones que la empresa lleva a cabo para intentar mejorar la sociedad que la rodea	GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Pág. 89-107

Política de contratación de proveedores		Aspectos que la empresa tiene en cuenta a la hora de empezar a trabajar con un proveedor, y evaluaciones que se hacen a esos proveedores para ver si están cumpliendo las expectativas	GRI 414 Evaluación social de los proveedores GRI 102-9 Cadena de suministro	Pág. 108-109
Políticas relacionadas con el cliente		Políticas que la empresa lleva a cabo para la correcta gestión de los clientes	GRI 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado para productos y servicios	Pág. 109-111
Información fiscal		Información acerca de impuestos pagados, subvenciones recibidas y donaciones realizadas	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	Pág. 112-118