

FOTICOS

Memoria Plan de Responsabilidad Social de Aragón



RESPONSABILIDAD SOCIAL DE ARAGÓN



ÍNDICE

CARTA DEL CEO	3	2.2 Satisfacción del cliente.....	24	4.3 Clasificación y evaluación.....	37
HISTORIA	4	2.3 Innovación en los productos y servicios.....	25	4.4 Interacción.....	38
1. FOTICOS	10	2.4 Transparencia informativa.....	26	5. SOCIAL	39
1.1 La Organización.....	11	3. PERSONAS	27	5.1 Compromisos adquiridos.....	40
1.2 Estructura Organizativa.....	14	3.1 Compromisos adquiridos.....	28	5.2 Impacto social.....	41
1.3 Internacionalización.....	15	3.2 Responsabilidad con la plantilla.....	29	5.3 Alineación de proyectos con la estrategia.....	42
1.4 Ética e integridad.....	16	3.3 Igualdad de oportunidades.....	30	5.4 Transparencia con el entorno.....	43
1.5 Código ético y de conducta.....	17	3.4 Conciliación.....	31	5.5 Canales de comunicación.....	44
1.6 Grupos de interés.....	18	3.5 Formación y fomento.....	32	6. MEDIO AMBIENTE	45
1.7 Plan estratégico RSC.....	19	3.6 Seguridad y salud.....	33	6.1 Impacto social.....	46
1.8 Compromiso con la RSC.....	21	4. PROVEEDORES	34	6.2 Estrategia.....	47
2. CLIENTES	22	4.1 Compromisos adquiridos.....	35	6.3 Gestión medioambiental.....	48
2.1 Compromisos adquiridos.....	23	4.2 Compras responsables.....	36	6.4 Comunicación ambiental.....	49

CARTA DEL CEO



Este 2022 ha sido un año lleno de cambios y de nuevos retos, como siempre.

En este sentido, estamos muy satisfechos y agradecidos al Señor, primeramente, porque nos ha bendecido con mucho trabajo y evitando accidentes en todo el año. Hay que tener en cuenta que la plantilla llegó a ser de 160 personas, tenemos un parque de más de 350 máquinas diferentes y trabajamos en diferentes soportes (crista, madera, plástico, metacrilato, aluminio, telas y muchos más). Además, no olvidamos las particularidades que tuvimos a final de año en nuestra Campaña de Navidad, la cual fue nefasta, debido a los ataques cibernéticos que sufrimos y que como consecuencia hicieron que tuviéramos más de un millón en pérdidas de facturación.

No obstante, el resultado del año 2022 finalmente ha sido bueno, las cifras finales podemos darlas por buenas.

Quiero aprovechar para dar gracias a toda la plantilla de Foticos, que ha sido profesional y ha sabido transformarse camaleónicamente en medio de nuevos proyectos y nuevos mercados.

Quiero agradecer también a mis hijos Sara, Elisabet, Salomón y Dani (están aquí a una, detrás de la cara visible de Foticos), siempre tan fieles y trabajadores.

En general, se ha trabajado duramente para que en 2023 podamos seguir creciendo en nuevos productos (nuevos servicios).

Gracias a todos los que sumáis en Foticos y ¡toda la gloria al Señor!

Jesús Fernández
CEO Foticos



HISTORIA

Foticos es una empresa dedicada desde 1984 al mundo de la imagen y de los regalos personalizados. Con un modelo productivo muy diferente, respaldado por la dedicación de la dirección de la empresa y la valiosa implicación del personal. Foticos se sitúa como referente en el sector tanto de la personalización como de la venta online.

En la actualidad, Foticos cuenta con más de 1.655 distribuidores europeos y un catálogo de más de 1.000 productos personalizados en diferentes soportes.

Comercializa regalos personalizados en 10 idiomas a través de 19 e-commerces: 13 internacionales y 6 nacionales. El 1 de julio de 2020 llevó a cabo un rebranding, sustituyendo la marca “Regalos Personales” (activa desde 2005) por la marca “Wanapix”, con la intención de internacionalizar su identidad corporativa. Actualmente, Foticos trabaja en el mercado español, alemán, francés, portugués, italiano, irlandés, británico, neerlandés, danés, suizo, checo y polaco.

Otra área de negocio son los productos personalizados para grandes compañías. Foticos ha trabajado para algunas empresas como Amazon, Carrefour, Universal, Pepsi, Hero Baby, PhotoWeb, HP o Facebook.

Las instalaciones se ubican en la localidad de Cuarte de Huerva (Zaragoza). En ellas se encuentran las oficinas centrales con sus distintos departamentos: Gerencia, Administración, Recursos Humanos, Atención al Cliente, Sistemas, Marketing, Desarrollo, Jurídico, Diseño, Almacén, Impresión, Producción y Logística.

1984



2000
nuevo local 700m

2010
1ª nave en Cuarte
2.500m

2014
venta por Europa



2018
Adquisición naves vecinas
16.500m

2020
Regalos Personales se transforma en
Wanapix, el inicio de una nueva etapa.



1990



2005



2012
venta online



2016
naves de Cuarte
(actual) 10.000m

2019
unificamos nuestras webs
internacionales en una sola marca



2021
Presentamos el proyecto de
construcción de las nuevas instala-
ciones: aplicación de producción,
zonas de coworking al aire libre,
Museo Foticos, parking, etc.



1980-1990

En el año 1984, dos jóvenes emprendedores dieron comienzo a un proyecto común llamado Foticos: Jesús Fernández, con una trayectoria como jefe de ventas en una empresa del sector; y Eva Vázquez, nacida en una familia de amplia tradición y dedicación a la fotografía durante generaciones.

Todo comenzó en una céntrica tienda de servicios fotográficos equipada con las últimas tecnologías en revelados y tratamiento de imagen capturada y los métodos más innovadores de captación e implantación en el comercio de Zaragoza de entonces.

1990-2000

En muy poco tiempo pasó a extenderse al resto de España, llegando en tan sólo 10 años (1994) a estar presente con aproximadamente 50 tiendas (fórmula de franquicia) y facturar unos 3.000.000€.

Una paulatina disminución del crecimiento hizo prever que la fotografía, en su formato conocido, estaba comenzando un rápido retroceso, y se atisbaba ya una nueva etapa a la que era necesario adelantarse. De este modo, Foticos llegó al año 1996 incorporando nuevos servicios y consiguiendo un definitivo asentamiento como empresa líder en el sector fotográfico y de imagen, quedando totalmente patente la solidez de la empresa.

En 2005 la empresa contaba con unas instalaciones propias de más de 700 m² para fabricación, con una capacidad de mutación y de generar nuevos mercados y negocios, resultando una empresa adaptable y preparada para seguir innovando, para encontrar fórmulas ilimitadas que no caducasen en el tiempo ni en el diseño.

2000-2010

Llegó la personalización: cada producto fabricado era diferente, único, cada pedido era diseñado por el receptor de modo que la posibilidad de acertar con el artículo ofertado era prácticamente absoluta.

El antiguo concepto del negocio, el revelado químico, pasa a representar una pequeña parte casi simbólica en la empresa. La personalización a partir de 2005, llega a ser de un 93% del negocio. En los tres años siguientes, se pasó de atender las necesidades de fabricación y asesoramiento de 50 tiendas (franquiciados) a cubrir 2.000 tiendas (libres asociadas) bajo la marca “Regalos Personales”.

2010-2013

En 2011, se vio la necesidad de ampliar el mercado, se incorporaron nuevas fórmulas instauradas y aceptadas en la sociedad actual como son las tiendas virtuales, “outlets” y “shoppings”, clubs de fútbol, entre otros.

Desde los entonces 2.500m² la empresa continuaba fabricando e investigando (i+d) para estar siempre a la vanguardia de nuevas tendencias, de posibles decadencias y así anticiparse a las demandas del mercado, pudiendo ofrecer la mejor opción antes de que alguien pueda necesitarla.

Con un equipo de 40 personas y viendo la espectacular progresión se ultimaban preparativos para dar el salto a nivel internacional ya que la amplia experiencia, seriedad y solidez adquirida por la empresa así lo vaticinaba.



PARA QUIÉN



POR OCASIÓN



REGALOS BARATOS

Desde **2,50 €**

2013-2016

Este fue el periodo de mayor revolución en la empresa. El crecimiento fue espectacular con el esperado salto internacional, lo que permitía atraer a clientes de más de 33 países diferentes.

La mentalidad de la empresa empezaba a cambiar en todos los sentidos. Se vio la necesidad de invertir, no sólo en maquinaria, innovación, investigación, sino también en ambiente laboral. Fue necesario que toda la plantilla (además de la dirección de la empresa) adquiriese un compromiso de respeto, esfuerzo, profesionalidad, apoyo... propiciando así una base sólida para crecer como empresa corporativa y humanamente.

Una mayor implicación familiar hizo que la empresa, a pesar de crecer y aumentar en personal, fuese cada vez más familiar compartiendo momentos muy entrañables que hacen historia.

2016-2019

El día 13 de junio de 2016 se inauguraron las nuevas instalaciones. Ese verano se llevó a cabo el traslado de la empresa. Las nuevas instalaciones cuentan con más de 500 m² de zonas de ocio destinadas a la plantilla y sus familias.

Fue necesario un cambio en el modelo productivo para alcanzar la consolidación de la empresa en el sector de la personalización y venta online. A lo largo de 2018 se adquirieron las naves colindantes a las instalaciones que suman en total casi 6.200 m².

En 2019 debido a que Foticos es fiscalmente considerada como gran empresa, pasa a estar sujeta a una serie de nuevas obligaciones fiscales, contables y sociales, entre otras. Precisamente por este hecho, Foticos está desde entonces sometida al proceso de auditoría externa.



2020-ACTUALIDAD

El año 2020 fue un año marcado por una pandemia mundial que supuso un desafío a todos los niveles para las empresas. Foticos contribuyó desde la aprobación del estado de alarma a la lucha contra la pandemia, realizando donaciones de mascarillas reutilizables (40.901 unidades), tan necesarias en los primeros momentos de escasez, a diferentes instituciones (Gobierno de Aragón, Ayuntamiento de Cuarte de Huerva), hospitales (San Juan de Dios y Clínico Universitario Lozano Blesa), residencias, fundaciones y asociaciones. Mientras muchas empresas se veían obligadas a cerrar sus puertas Foticos fue declarada como empresa de actividad esencial el 30 de marzo de 2020, lo que le permitió mantener la actividad. Con estas medidas, Foticos consiguió una vez más adaptarse a un cambio tan importante a todos los niveles permitiendo a la sociedad (tanto a nivel nacional como internacional) afrontar la pandemia con productos personalizados y de gran calidad, a precios realmente competitivos.

Igualmente en 2020 se iniciaron los primeros pasos en la integración de la Inteligencia Artificial en diferentes departamentos.

Foticos consiguió, a nivel de recursos humanos, mantener el 100% de los puestos de trabajo de su plantilla e incluso incrementó su plantilla durante 2020. Es más en cuanto a personal Foticos ha crecido de 2020 a 2021 en un 30% (en media).

El 1 de julio de 2020 se realizó el cambio de marca de Regalos Personales a Wanapix en España. Por tanto, en 2021 la marca Wanapix está presente en 12 países: España, Alemania, Francia, Italia, Portugal, UK, Irlanda, Austria, Bélgica, Países Bajos, Suiza, Dinamarca. Como adelanto, en 2022 Foticos ha ampliado sus mercados hacia República Checa y Polonia.

En 2021 Foticos afianzó su compromiso energético con la implantación de paneles solares en sus instalaciones. De esta manera se promociona el autoconsumo a través del uso de las energías renovables.

En la actualidad se han adquirido unas naves contiguas a las instalaciones dada la necesidad de espacio que se estaba dando gracias al incremento constante en la producción. De esta manera se han destinado dichas naves para el uso de almacén y el espacio ahora libre se ha destinado a la ampliación de otras zonas productivas. Se ha adquirido nueva maquinaria para incrementar el rendimiento en la producción y la calidad del trabajo desempeñado por la plantilla. Todos estos cambios organizativos han conllevado la planificación de nuevos protocolos y planes; cabe destacar el plan de estructura orgánica empresarial, donde se recoge la cadena de mando en la empresa.

También en noviembre de 2022 se celebró la primera convención *Wanacon* en las instalaciones. Se trata de un evento donde se exponen los nuevos retos de la empresa, las estrategias previstas y se hace una evaluación de las acciones realizadas a lo largo del año.



1. FOTICOS

1.1 LA ORGANIZACIÓN

Foticos S.L.

Carretera de Valencia Km.7.2

Cuarte de Huerva (Zaragoza)

Email: rrhh@foticos.com

Teléfonos de contacto: 615933102

Web: www.foticos.com

Periodo: Ejercicio 2022

Actividad principal: Ecommerce / Personalización productos

Tamaño de la organización: 102 personas (media 2022)

Nombre del gerente de la organización: Jesús Fernández Fernández.

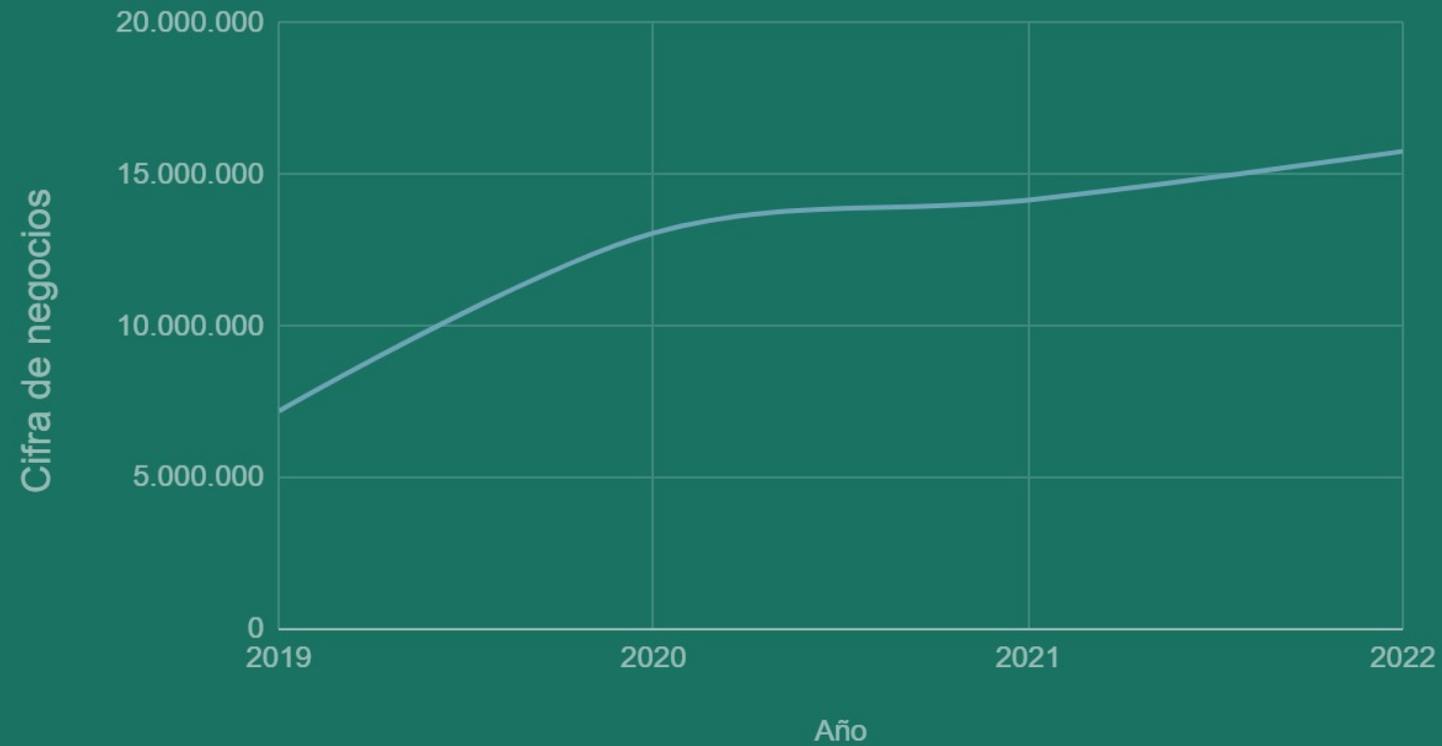
Datos de contacto con la organización: Joselin Rengifo Pereira (jrengifo@foticos.com)

Grupos de interés: plantilla, clientes, proveedores, administraciones públicas y sociedad en general.



CIFRAS FINANCIERAS

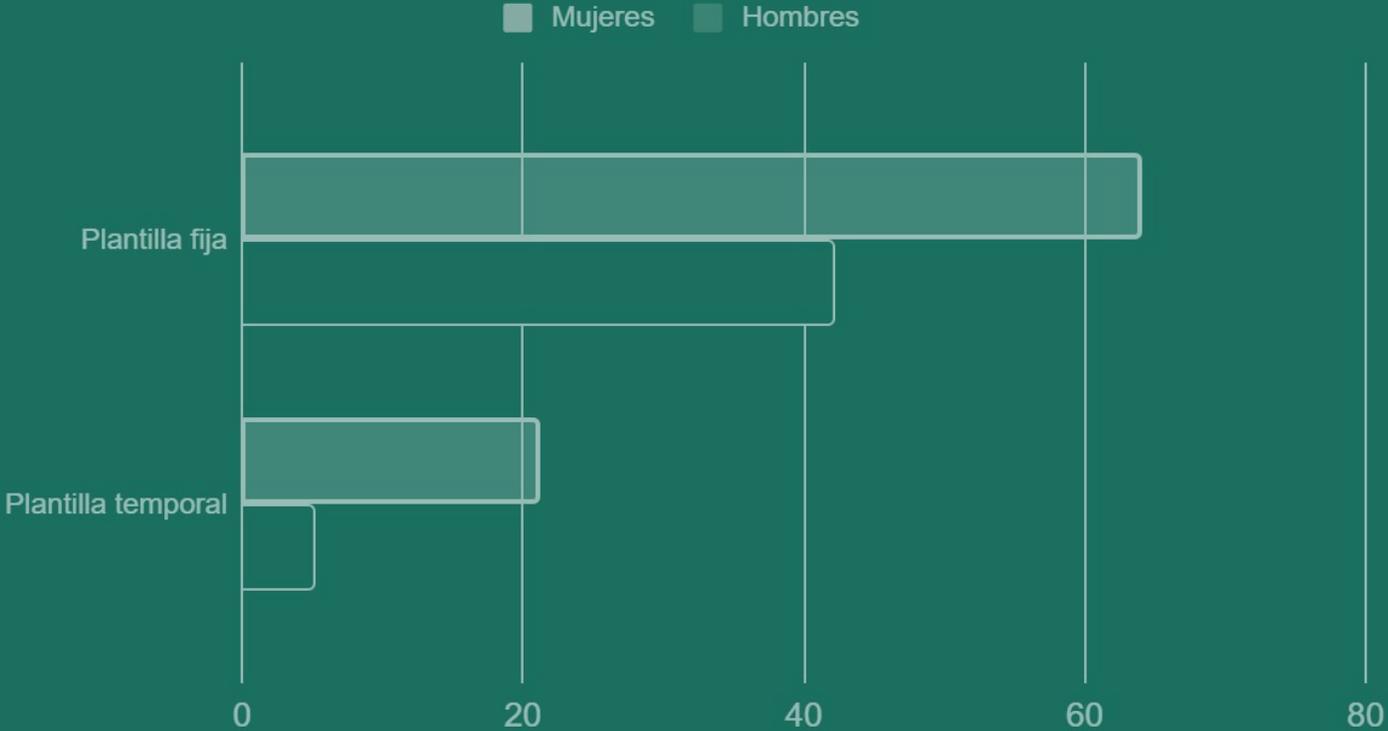
Evolución de la cifra de negocios (2019 - 2022)



DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN



Plantilla de Foticos 31/12/2022



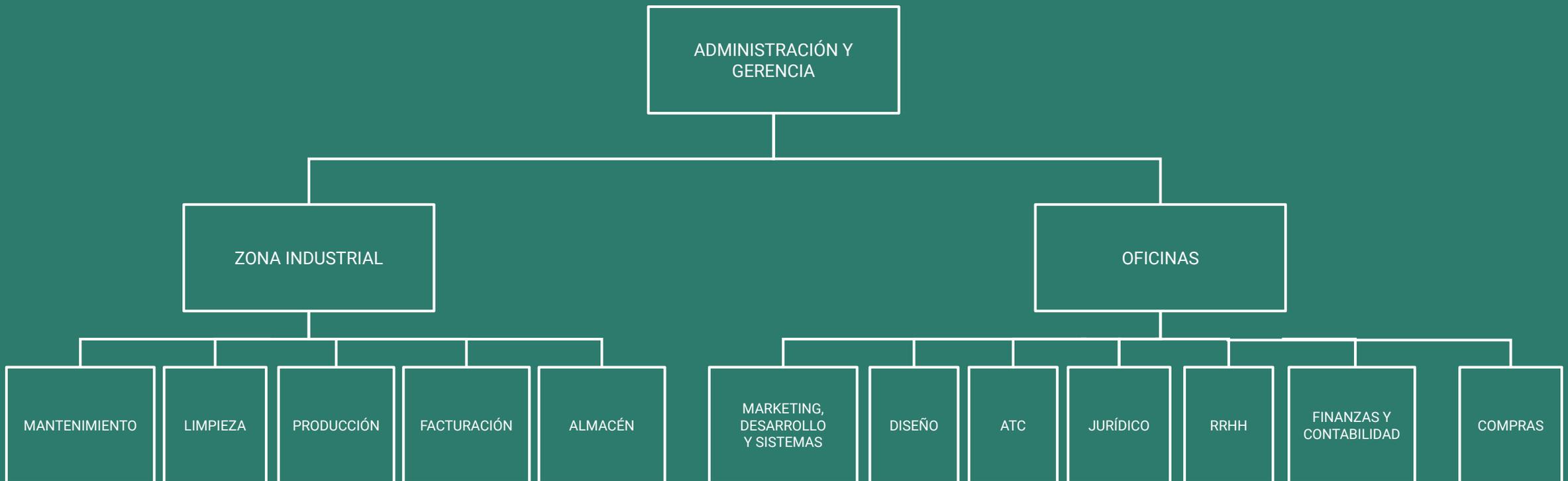
1.2 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La Dirección General está formada por: Jesús Fernández Fernández y Eva Vázquez Vela, fundadores de Foticos S.L en el año 1984.

La dirección mantiene una comunicación fluida y de seguimiento con los responsables de departamento para la toma de decisiones, la mejora continua en procesos, servicios y/o productos.

La capacidad de liderazgo, compromiso y comunicación de los responsables, hace que no haya fisuras dentro de la empresa y así, esta vaya en la dirección correcta.

A continuación se muestra un organigrama general; dentro de cada área se pueden encontrar diversos departamentos.



1.3 INTERNACIONALIZACIÓN

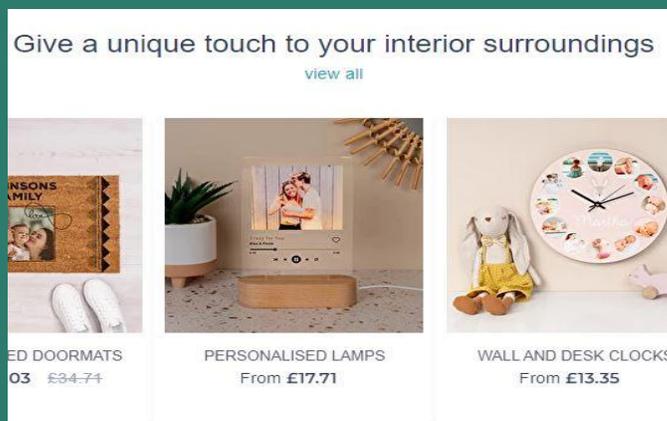
Foticos ha destacado desde sus inicios por su capacidad de adaptación al cambio y su arrojo para abordar nuevos proyectos. La irrupción de la fotografía digital supuso todo un reto que la empresa consiguió transformar en una oportunidad de crecimiento, apostando por la venta online tanto en España como fuera de nuestras fronteras.

El proceso de internacionalización de la empresa comenzó en marzo de 2014 con la creación de las primeras webs internacionales. Desde entonces, Foticos ha ido adaptando progresivamente su proceso productivo en aras de esta internacionalización. El año 2020, marcado por la pandemia, no fue una excepción. Foticos supo hacer frente a la adversidad y consiguió encontrar nuevos nichos de mercado para seguir creciendo en plantilla y cifra de negocios. Por primera vez las exportaciones de bienes y servicios superaron las ventas nacionales, concretamente, el 51,83% de la facturación del negocio procedía de los mercados internacionales.

Actualmente Foticos cuenta con varios distribuidores europeos muy fuertes, principalmente en Francia, aunque ha decidido apostar por la venta online al cliente final con 19 e-commerces en 10 idiomas (en 2022 se han añadido el checo y el polaco).

En 2020 se completó el proceso de rebranding iniciado en el verano de 2019 con las webs internacionales.

Este proceso de rebranding es de especial importancia, dado que supuso un gran incremento en el número de pedidos, especialmente en las webs internacionales, generando más del 50% de los ingresos online de la empresa.



1.4 ÉTICA E INTEGRIDAD

Es un pilar fundamental en la cultura empresarial de Foticos actuar de forma ética, íntegra y con buenas prácticas. De hecho, la misión de la empresa es ofrecer el mejor servicio de productos personalizados a sus clientes. Para conseguirlo Foticos ofrece productos de gran calidad, apostando por la innovación y la gestión sostenible. El objetivo principal es la fidelización y satisfacción de los clientes.

La Visión de Foticos es ser la empresa referente de personalización de productos tanto a nivel nacional como internacional, basándose en la mejora continua de los procesos y destacando en calidad, servicio, capacidad de respuesta, sostenibilidad y generación de bienestar en las personas.

De forma continua la empresa trabaja e invierte en I+D para estar siempre a la vanguardia de nuevas tendencias y ofrecer la mejor opción antes de que el cliente pueda necesitarla.

EXCELENCIA

TRANSPARENCIA Y
HONESTIDAD

CUIDADO DEL
PERSONAL

INTEGRIDAD Y
EFICIENCIA

RESPONSABILIDAD
SOCIAL

1.5 CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA

En el caso de Foticos, el código de conducta está compuesto por un libro y un catálogo de normas para el buen funcionamiento de la empresa.

El libro está escrito por el CEO, Jesús Fernández, el cual constituye una declaración expresa de los valores, principios y pautas de conducta que guían el comportamiento de todas las personas que conforman Foticos en el ejercicio de su actividad profesional y que constituye un compromiso específico. En él queda clara la razón de ser, la visión, la misión y los valores de la empresa.

Las normas recogen las indicaciones para lograr una buena convivencia y funcionamiento óptimo de la empresa.

Lo más destacable del Código son los siguientes principios:

- Respeto mutuo, sinceridad y transparencia. Foticos asume la responsabilidad de mantener un ambiente de trabajo seguro y respetuoso y libre de conductas abusivas o poco profesionales.
- Prácticas de negocio éticas y responsables. Foticos tiene unas normas internas y política de derecho de admisión de pedidos, mediante la cual se reserva el derecho a rechazar o cancelar pedidos que no cumplan con esta política interna.
- Respeto de los derechos humanos.
- El personal de Foticos tiene una relación muy directa y cercana con los responsables y gerencia lo que facilita la comunicación por lo que cualquier conducta poco ética que se detecte se puede poner en común con los responsables, con gerencia y/o el departamento de recursos humanos.

1.6 GRUPOS DE INTERÉS

Grupo de interés	Vías de comunicación	Frecuencia	Objetivos
Plantilla	Correos electrónicos, comunicado semanal, reuniones informativas, conferencias, eventos.	Comunicado: semanalmente Reuniones informativas y mails: según las necesidades. Conferencia: anual Eventos: 13 de junio, salidas puntuales	Transparencia, integridad y buena comunicación
Clientes	Departamento de ATC, correos electrónicos, reuniones, teléfono, chat, web, comunicado semanal, las redes sociales.	Web: permanentemente Departamento ATC, correos, incidencias, chat y teléfono: diariamente Reuniones y visitas: según las necesidades	Ofrecer el mejor servicio posible. La excelencia es uno de los pilares fundamentales de Foticos.
Proveedores	Atención telefónica, correos electrónicos, reuniones, visitas y asistencias a ferias del sector.	Atención telefónica y correos: diariamente Videoconferencias y visitas presenciales: según las necesidades. Asistencias a ferias: anuales	Conseguir una relación duradera y de calidad.
Sociedad	Ferias, web, eventos.	Constante	Compromiso con el entorno.
Organismos Públicos	Reuniones, acuerdos y convenios.	Ocasionalmente	Cumplir la legislación vigente.



1.7 PLAN ESTRATÉGICO RSC/RSA

Resulta fundamental el establecimiento de determinados valores y cultura responsable en la empresa. Con ello, se busca que dicho compromiso tenga un impacto positivo en el entorno. En este sentido, Foticos desarrolla las siguientes estrategias:



Compromiso con la plantilla y su desarrollo personal y profesional.

Foticos fomenta la transmisión de conocimientos entre el personal y promueve y subvenciona el avance formativo. Se incentiva el desarrollo personal a través de la promoción interna.

Foticos es una empresa familiarmente responsable y sensibilizada con la conciliación familiar.

En Foticos no existe ningún tipo de discriminación. En este sentido, se puede mencionar la equidad en puestos de responsabilidad o la colaboración directa para aportar al fomento de la inclusión social y laboral.

Cultura empresarial basada en valores éticos, en la integridad y en las buenas prácticas.

Modelos de gestión eficientes y ecológicos.

La mayor parte de la energía que se consume en la empresa es proveniente de fuentes renovables. En 2021 se procedió a la instalación de paneles solares en la cubierta de la fábrica. En 2022 se han instalado más paneles solares.

Transparencia en las relaciones comerciales.

Foticos busca la mejora continua y la satisfacción de sus clientes y proveedores con el objetivo de establecer una relación duradera y de confianza basada en el respeto y la honestidad.

Cuenta con el sello de Trusted Shops y garantiza el pago seguro a través de PayPal, transferencia bancaria o tarjeta de crédito con certificación HTTPS. A lo largo de 2022 se han añadido más métodos seguros de pago, lo que ha generado una alta tasa de conversión de clientes.

Proporciona información veraz y detallada sobre cualquier aspecto relativo a sus productos y servicios.

Impacto socio-económico

Se fomentan las relaciones con la comunidad a través de acciones como donaciones económicas o de productos a instituciones y asociaciones.

La empresa financia un autobús medicalizado en África para la atención sanitaria de la población.

Se fomentan las relaciones con el municipio (coordina y facilita visitas escolares).

Foticos cuenta con desfibrilador desde enero de 2019, por tanto es un espacio cardioprotegido y 9 personas han recibido formación para su correcto uso.



1.8 COMPROMISO DE LA ORGANIZACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Año tras año Foticos renueva su compromiso con la responsabilidad social corporativa y sus principios básicos:

SOSTENIBILIDAD

La empresa se compromete a incorporar de forma activa criterios ambientales, sociales y de buen gobierno en sus procesos, productos y servicios, teniendo en cuenta el impacto que genera en la sociedad y por tanto, en la comunidad en la que opera.

EXCELENCIA EN LA GESTIÓN Y ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Foticos apuesta por la excelencia en la gestión y la mejora continua para prestar los mejores servicios a sus clientes en base a una relación de confianza y credibilidad. Esto a través de la claridad en la comercialización de los productos, la búsqueda de la excelencia de los bienes y servicios y la garantía de atender de forma rápida y eficaz las reclamaciones de consumidores y usuarios.

RESPECTO AL MEDIOAMBIENTE

Se fomenta el respeto por el entorno mediante la puesta en marcha de acciones referentes al control y consumo responsable de recursos naturales, la minimización del impacto ambiental o el impulso de las tecnologías limpias, entre otras.

TRANSPARENCIA

Foticos se compromete a ser una organización ejemplar y transparente en el ejercicio de su actividad con un cumplimiento inexcusable de la legalidad. Para ello, se promueve una estructura de Gobierno Corporativo robusta que asegure la profesionalidad e integridad en la toma de decisiones y en sus actuaciones.

RESPECTO A LAS PERSONAS EMPLEADAS

Foticos se compromete a promover en todo momento unas relaciones profesionales basadas en el respeto a la dignidad de los demás, colaboración, equidad y comunicación, que propicien un buen ambiente profesional.

RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES

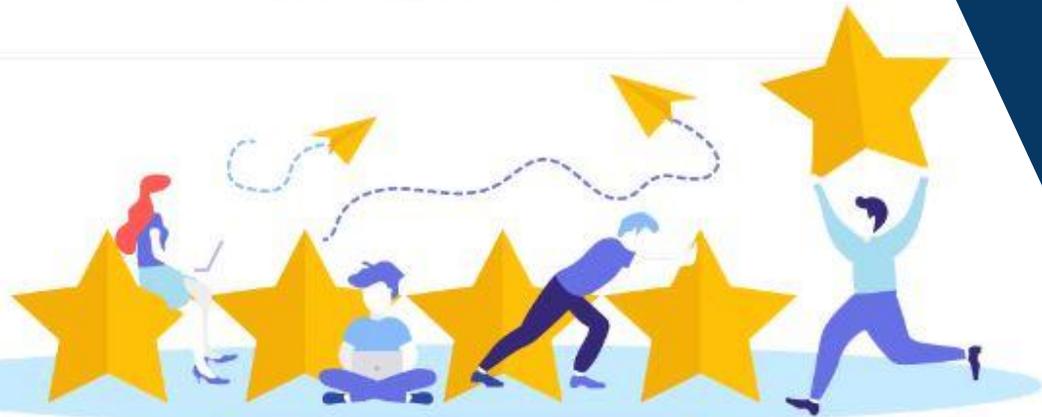
Foticos basa la elección de sus proveedores en los criterios de precio, calidad, servicio y proximidad que puedan ofrecer. También se valora positivamente el hecho de que potenciales proveedores sean socialmente responsables.

En todo momento, la empresa trabaja para establecer relaciones a largo plazo y basadas en la confianza mutua. En este sentido, se supervisa que los proveedores se encuentren al corriente de sus pagos fiscales, al día con los temas legales y que sus conductas sean éticas.

Nuestros clientes dicen...

M M. Angeles (Valdelaguna)
★★★★★ 22/09/2022

"Le encantó a mi hermana. La destinataria. Fue rápido."



[VER TODOS LOS COMENTARIOS](#)

2. CLIENTES

2.1 COMPROMISOS ADQUIRIDOS

RESPECTO Y HONESTIDAD

Las relaciones con los clientes se fundamentan en el respeto y la honestidad.

TRANSPARENCIA

Foticos proporciona a sus clientes información veraz y detallada sobre cualquier aspecto relativo a sus productos y servicios. La web dispone de información clara y detallada sobre cualquier producto y de las condiciones generales de compra.

FIDELIZACIÓN

Existen vías de comunicación estandarizadas y además Wanapix está presente y siempre disponible en Instagram y Facebook donde tiene una comunicación constante con los clientes.

También son labores de fidelización y creación de marca el acceso exclusivo de los clientes a descuentos y promociones. Foticos ha logrado incrementar el porcentaje de apertura de la newsletter lo que indica un incremento de la calidad y el compromiso de su lista de contactos.

Analizando la recurrencia de los clientes en los últimos años se observa una tendencia en positivo: cada año es mayor la proporción de clientes que realizan más de una compra en nuestras webs.

Respuestas instantáneas a tus preguntas. Responderemos a tu solicitud en 24-48h. Gracias a los nuevos métodos de pago añadidos la tasa de conversión de clientes ha incrementado.

INNOVACIÓN Y DESARROLLO DEL PRODUCTO

Foticos invierte continuamente en investigación (I+D) para estar siempre a la vanguardia de nuevas tendencias y anticiparse a las demandas del mercado. Trabaja a medio y largo plazo para mejorar las fórmulas de fabricación, la calidad del producto y la atención al cliente.

2.2 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

BUENAS PRÁCTICAS

Cada cliente recibe con posterioridad a realizar su pedido un email en el que se le invita, de manera totalmente voluntaria, a valorar su compra.

El sistema de evaluación permite que cuando una valoración no resulta satisfactoria o un cliente abre una disputa en nuestro sistema de pago (Paypal), se genera un aviso a nuestro departamento de ATC. Se estudia el caso en concreto y se plantean las soluciones pertinentes.

Foticos dispone del sello Trusted Shop que combina una certificación de aspectos legales y de atención al cliente. Este sello permite obtener una calificación basada en las opiniones de los clientes y valoraciones de producto. Para los mercados holandés, belga y británico tenemos Trustpilot

Para cualquier consulta o reclamación relacionada con el servicio o los productos que ofrece la compañía el cliente puede dirigirse al departamento mediante el teléfono de contacto, chat o vía ticket.

ACCIONES REALIZADAS

Se ha ampliado el personal que domina los idiomas de los mercados en los cuales opera Foticos.

Como una forma de ofrecer una mayor confianza online a los clientes europeos, se facilitaron nuevas formas de pago a los habituales tarjeta y paypal. Así, se añadieron los siguientes métodos de pago, muy habituales en otros países, como Ideal en Países Bajos, Multibanco en Portugal, Bancontact en Bélgica, Giropay en Italia y Sofort en Alemania. También se extendió como forma de pago la transferencia a toda Europa.

ACCIONES DE MEJORA

Mejorar la experiencia de compra con un megamenú más lógico e intuitivo.

Crear modelos comerciales basados en servicios eficientes y de calidad.

Seguir añadiendo nuevos métodos bancarios: Bizum en España.

Lanzamiento nueva Wanapix con tecnología Nuxt, que entre otros avances, permite cargar mucho más rápido toda la web y mejora el aspecto visual de la misma.

Yesica (Ortigosa Del Monte)
★★★★★ 21/09/2022
"La rapidez del envío"

Elisa (Zaragoza)
★★★★★ 21/09/2022
"Rápido y muy bonito, gran acabado"

2.3 INNOVACIÓN EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

BUENAS PRÁCTICAS

El desarrollo tecnológico permite ofrecer un servicio de alta calidad a los clientes.

Esto permite la mejora en aspectos como la seguridad y salud en el trabajo y la continua formación y aprendizaje de la plantilla.

En la actualidad, Foticos cuenta con un parque de unas 150 máquinas con una estructura totalmente digitalizada e integrada con el software de la empresa.

En 2022 se amplió nuestro CTR y nuestro espacio coworking. Con la ampliación de las zonas de descanso y recreativas se pretende favorecer un ambiente de fraternidad entre el personal.

ACCIONES REALIZADAS

Se ha revisado el catálogo de stock para actualizarlo y mejorarlo.

Se han realizado mejoras en todas las webs para mejorar la información y la experiencia del cliente sobre todos los productos. En este sentido, una vez llega el cliente al carrito se le sugieren productos relacionados con su compra para poder añadirlos y personalizarlos fácilmente.

El cliente ha podido darse de alta en nuestras webs como usuario registrado, para así guardar un histórico de sus pedidos. Este sistema le permite también memorizar su opción de pago preferida para no tener que introducir nuevamente los datos de la tarjeta, lo que incide en una mayor conversión a la hora de realizar los pedidos.

Se ha realizado una potente inversión en marketing digital.

Se ha adquirido nueva maquinaria y nuevos materiales. La introducción de nuevas técnicas de personalización nos ha permitido ampliar nuestra capacidad productiva y abrir nuevos nichos de mercado.

ACCIONES DE MEJORA

Continuar trabajando en la mejora de la experiencia de compra de los clientes en sus webs.

Adecuar el catálogo de productos a las nuevas demandas y necesidades de los clientes.

Adquisición de nuevos softwares de automatización como Phoenix y Nexio, que permitirán mejorar la productividad y la calidad de los productos.

Continuar invirtiendo en I+D+i.

Búsqueda de nuevas tecnologías que nos permitan mejorar los procesos productivos y apoyen al departamento de diseño en el desarrollo de nuevos productos.

2.4 TRANSPARENCIA INFORMATIVA SOBRE EL PRODUCTO O SERVICIO

BUENAS PRÁCTICAS

Constantemente el Departamento de Diseño, Marketing y Producto trabaja en la actualización de la información facilitada a los clientes de cada uno de los productos.

En el blog se proporcionan ideas y consejos originales para orientar al cliente en su compra. Con esta práctica se consigue que la compra resulte todo un éxito y se ajuste a los deseos del cliente.

Las webs disponen de una información detallada, precisa y clara de los servicios y productos.

En todos ellos se ofrece la información que los usuarios necesitan para decidirse por la compra del producto.

La información cumple lo dispuesto en el RD 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

ACCIONES REALIZADAS

La revisión constante del catálogo de productos tiene varios objetivos, entre ellos, la comprobación de la información proporcionada a los clientes.

Se ha invertido en personal nativo para poder atender con mayor transparencia a los clientes internacionales.

Igualmente, el departamento de diseño y marketing trabaja constantemente para proporcionar información veraz y detallada sobre cualquier producto y condiciones generales de compra.

El departamento de compras trabaja conjuntamente con el departamento jurídico para la supervisión de la normativa aplicable a cada producto y para superar con éxito los controles aduaneros de las importaciones.

ACCIONES DE MEJORA

Continuar invirtiendo en los departamentos de Diseño, Marketing y Producto con el objetivo de minimizar reclamaciones y consultas sobre la información de los productos.

Mantener una actualización constante de las fichas de cada producto ofertado en nuestro catálogo.

Elaboración de un protocolo de compras que permita el seguimiento del producto adquirido a los proveedores desde el proceso anterior a la compra hasta su efectiva llegada al almacén de la empresa. Esta supervisión implica la revisión de la normativa aplicable para cada uno de ellos así como la obtención de los certificados correspondientes.



3. PERSONAS

3.1 COMPROMISOS ADQUIRIDOS

EMPLEO ESTABLE

En media, Foticos ha pasado de tener 45 personas (media 2016) a 102 personas (media 2022). Año tras año Foticos no solo ha trabajado en el mantenimiento del empleo, sino que también ha fomentado y ha llevado a cabo la creación de empleo.

PROPORCIONAR UN ENTORNO SEGURO Y ESTABLE

Foticos invierte en maquinaria, instalaciones y servicios para que todo el personal y terceras personas puedan desarrollar su labor en un entorno seguro y saludable. En este sentido, se trabaja con servicios externos y propios para la continua revisión y mantenimiento de la seguridad y salud en la empresa.

COMUNICACIÓN FLUIDA

La comunicación interna es transparente y cercana, se realizan reuniones semanales con los equipos para abordar las nuevas campañas, mejoras de los procesos y productos, además de informar sobre la evolución de la empresa. Se fomenta el trato cercano entre el personal, los responsables de departamento, la gerencia y recursos humanos.

EL RESPETO DE LA DIGNIDAD

En Foticos no existe ningún tipo de discriminación. La empresa está totalmente concienciada con el cuidado de la dignidad de las personas, la verdadera igualdad de oportunidades y la no discriminación.

PROMOCIÓN INTERNA

A través del conocimiento de las competencias de la plantilla, se promueve la promoción interna del personal. También se fomenta la formación continua.

BIENESTAR

Este compromiso no se trata de forma aislada, sino que es la suma de varios factores. Foticos enfoca el bienestar de su plantilla desde varias perspectivas: la seguridad y salud en el trabajo, estabilidad en el empleo, formación para potenciar las capacidades de la plantilla, el respeto por la conciliación familiar, la canalización de incidencias, compromiso con las actuaciones sociales, entre otros.

3.2 RESPONSABILIDAD CON LA PLANTILLA

BUENAS PRÁCTICAS

El cuidado de la seguridad y salud de la plantilla y de las personas ajenas a la empresa también es una prioridad.

Desde su diseño, las instalaciones están pensadas para ofrecer el mayor confort posible. Cuentan con luz cenital y entradas de luz natural. El parque de máquinas, en ningún puesto de trabajo, supera los 85 dB; lo que permite tener un hilo musical que hace más ameno el desarrollo del trabajo.

La zona productiva está dotada de calefacción por hilo radiante y sistemas de extracción.

Existe un sistema de prevención de riesgos laborales implantado y conocido por todo el personal. Toda la plantilla cuenta con los EPI's necesarios para su puesto de trabajo.

En Foticos se mantienen reuniones que ayudan en la toma de decisiones y en la elaboración de planes de acción concretos.

Se fomenta la formación continua de la plantilla; anualmente se elabora un plan de formación.

ACCIONES REALIZADAS

Foticos está al corriente de la renovación de EPI's del personal para que puedan realizar su trabajo en plenas condiciones de salud y seguridad.

Se ha invertido en la contratación y formación de personal, dado el incremento del volumen de trabajo y la ampliación de las zonas de trabajo debido a la creación de más puestos de trabajo.

Se fomenta la resolución de conflictos a través de la canalización entre cada persona y responsables, procurando llegar a la raíz del problema y aportando las mejores soluciones posibles.

Acondicionamiento de estructuras de almacenaje de mercancía de manera que todos cuenten con lo necesario.

En 2022 se inició un nuevo proyecto denominado *Wanacon*. Es una conferencia anual donde el equipo directivo expone las directrices y estrategias para el siguiente curso empresarial, los objetivos marcados y el calendario de implantación. Igualmente se realiza una evaluación del cumplimiento de los objetivos marcados. También es un momento de fraternidad donde todos pueden disfrutar y participar de las buenas noticias

ACCIONES DE MEJORA

Actualización del Plan de emergencia de la empresa.

Continuar trabajando en las mejoras informáticas necesarias para tener un control más preciso de la mercancía y los stocks.

Evaluación y mejora del proceso de importación de mercancía, incluyendo nuevos controles internos en cuanto a documentación de productos, control sanitario y trazabilidad.

Implantación completa del nuevo sistema organizativo de jerarquía de personal.

3.3 IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y NO DISCRIMINACIÓN

BUENAS PRÁCTICAS

El respeto por la dignidad de todas las personas es uno de los pilares básicos de Foticos.

Existe un buzón de sugerencias (mail) para que el personal pueda expresar sus necesidades y propuestas de mejora.

El respeto por el trato de igual valor se traduce en que la toma de decisiones para la asignación de responsabilidades se realiza con base en los méritos del personal.

Existe personal capacitado en materia de igualdad de oportunidades y no discriminación.

Foticos apuesta por la inclusión laboral y social de las personas que tienen algún tipo de dificultad para hacerlo. Su compromiso va más allá de la búsqueda o contratación de personal con necesidades de inclusión, sino que anualmente se destina una partida del presupuesto para la donación y colaboración con Entidades sin ánimo de lucro que tienen entre sus fines la inclusión laboral de diversos grupos de personas.

ACCIONES REALIZADAS

En las reuniones de personal se ha promocionado y recordado el uso del buzón de sugerencias. Se han aumentado los canales de comunicación con el departamento de recursos humanos y entre responsables.

Se han creado correos corporativos para todos los mandos intermedios.

En 2022 Foticos en cumplimiento de las medidas alternativas de la cuota de reserva de puestos de trabajo en materia de discapacidad, realizó la oportuna donación a una entidad que fomenta la empleabilidad e inserción laboral de personas con discapacidad, entre otros colectivos.

Foticos sigue trabajando con empresas que son centros especiales de empleo para la adquisición de materia prima para la fábrica.

Protocolo de categorías internas para poder hacer carrera profesional en la empresa.

ACCIONES DE MEJORA

Elaborar un protocolo que recoja el sistema de evaluación del desempeño del personal empleado.

Revisión de la política retributiva.

Continuar con el fomento de la formación continua para el desarrollo tanto profesional como personal de cada trabajador,

3.4 CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y LABORAL

BUENAS PRÁCTICAS

Foticos es una empresa familiarmente responsable, por lo que el tema de la conciliación es tratado con el máximo respeto.

Se presta especial atención a cualquier necesidad puntual de cualquier persona y siempre se intenta buscar una solución que resuelva esa necesidad.

Se procura que el ambiente familiar viva todos los actos celebrados en la empresa.

Foticos celebra anual y puntualmente diversas actividades destinadas a promover un buen ambiente laboral y mejorar las interrelaciones entre todos los que forman parte de la empresa.

ACCIONES REALIZADAS

Dadas las necesidades de determinadas personas de la empresa, se ha facilitado y adaptado algunos puestos y medidas de trabajo para la conciliación familiar.

Estas son algunas de las actividades que tuvieron lugar durante 2022:

- Celebración del día Foticos. En esta ocasión, tuvieron lugar varios eventos: visionado de una película en 3D, una barbacoa y diversas sorpresas.
- Celebración del día de Acción de Gracias. Se obsequió a toda la plantilla con un menú típico de esta festividad.
- Foticos hace un regalo individual a toda su plantilla en el día de su cumpleaños.
- Kids corner club: la empresa regala un detalle para los hijos de empleados el día de su cumpleaños y en navidades.
- Wanacon'22 llena de sorpresas para toda la plantilla.
- Visitas escolares

ACCIONES PARA MEJORAR

Seguir fomentando el canal de comunicación para plantear cualquier tipo de necesidad.

Retomar jornadas familiares y escolares.

Revisar las medidas adoptadas y evaluarlas para reforzar los puntos fuertes y paliar los puntos débiles.

3.5 FORMACIÓN Y FOMENTO DE LA EMPLEABILIDAD

BUENAS PRÁCTICAS

La formación es considerada un valor fundamental para el desarrollo de la plantilla en Foticos, y por ese motivo se fomenta la realización de acciones formativas.

Se fomenta la promoción interna siempre que haya vacantes y el perfil encaje. Se pretende atraer y mantener el talento y que las personas hagan carrera y se desarrollen en la organización.

Se invierte para que el personal pueda ser multidisciplinar y éste pueda tener un mayor abanico de posibilidades de desarrollo profesional.

ACCIONES REALIZADAS

A lo largo de 2022 se han realizado las siguientes formaciones:

- Cursos de formación online
- Formación en idiomas
- Cursos en marketing digital y RRSS
- Cursos en Adobe (Premiere, Illustrator, Photoshop)
- Congresos y foros jurídicos
- Formación en fiscalidad
- Formación en contabilidad
- Prevención de riesgos laborales (plataformas elevadoras, PRL básica, riesgos eléctricos, carretillas,...)
- Formación en inteligencia artificial
- Formación en prevención del acoso laboral y sexual.
- Curso en la capacitación en el uso del desfibrilador
- Máster en fiscalidad
- Formación en propiedad intelectual
- Formación en protección de datos

ACCIONES DE MEJORA

Ampliar las especialidades en el plan de formación anual.

Revisión de las evaluaciones del desempeño de cada persona para detectar necesidades formativas

Fomentar la formación interna para desarrollar competencias en distintos ámbitos laborales.

Realizar una formación interna para los mandos intermedios en liderazgo.

3.6 SEGURIDAD Y SALUD

BUENAS PRÁCTICAS

Foticos apuesta por un empleo de calidad cuidando aspectos de sus instalaciones como la iluminación, la ventilación, el nivel de ruido, la climatización (calefacción por hilo radiante y sistemas de extracción), sistema contra incendios; se ha invertido cerca de medio millón de euros en la adquisición de nueva maquinaria.

La empresa cuenta con un servicio de prevención ajeno que realiza controles periódicos en las instalaciones y formaciones de diversa índole.

El departamento de RRHH, jurídico y mantenimiento velan por la seguridad y salud de la plantilla y del personal externo.

Toda la plantilla cuenta con la documentación relativa a la prevención y vigilancia de la salud (evaluación de riesgos, entrega de EPI's, consentimiento para un reconocimiento médico, formación del puesto...).

Se imparte formación continua a todos los trabajadores en materia de Prevención de Riesgos Laborales. Cuenta con una sección dedicada a ello en el comunicado semanal: "Foticos te cuida".

ACCIONES REALIZADAS

Formación continua en prevención de riesgos básicos de los puestos de trabajo.

Formación en prevención de riesgos especializada.

Formación continua en el uso, instalación y mantenimiento de la nueva maquinaria. Se realizan visitas al fabricante para recibir formación específica directamente de los técnicos de la marca.

Se han mantenido las sesiones gratuitas de fisioterapia para el personal de la empresa.

Foticos ha fomentado el uso entre su plantilla de EPI's no obligatorios.

Revisión desde el servicio de prevención ajeno de todos los puestos y maquinaria inherente al puesto.

Implementación de una indumentaria oficial para el trabajo en la zona de producción. Se ha facilitado ropa que favorece la movilidad en el trabajo.

Se ha ampliado la zona de gimnasio.

Se ha ampliado el equipo de mantenimiento

ACCIONES DE MEJORA

Continuar con el fomento y formación sobre la prevención de riesgos laborales y la seguridad en el trabajo.

Incrementar las máquinas deportivas para promover una vida activa en la práctica de deporte.



4. PROVEEDORES

4.1 COMPROMISOS ADQUIRIDOS

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Unificar compras para conseguir establecer alianzas fuertes con los proveedores de confianza.

COMUNICACIÓN

Se realizan reuniones con los proveedores (presenciales u online) para evaluar sus productos y servicios, así como plantear sugerencias de mejora.

SEGUIMIENTO JURÍDICO

En el proceso de negociación de nuevos contratos con proveedores está involucrado el departamento jurídico, que examina y valora cualquier laguna legal que pueda existir y da forma escrita a todas las exigencias de la eventual colaboración entre entidades.

POLÍTICA DE GESTIÓN Y CONTROL DE GASTOS

Foticos aplica una política de gestión y control de gastos que le permite optimizar las compras y los recursos económicos. Además se sigue un protocolo de unificación de compras a través del departamento de Compras. De esta manera todos los pedidos de material que se realizan son en base a necesidades específicas y están supervisados, asegurando así que se pide el material correcto y en la cantidad adecuada.

AUTOMATIZACIÓN

Se ha mejorado el sistema de aviso automático de reabastecimiento que simplifica las compras y mejora su gestión. Este nuevo sistema de reabastecimiento tiene en cuenta el consumo real de material y el tiempo medio de entrega de cada mercancía, por lo que permite adelantarse a cualquier eventual ruptura de stock.

PREVISIÓN

Foticos invierte en sistemas y maquinaria de precisión que permite realizar previsiones de ventas por productos antes de realizar cualquier compra, de forma que la empresa pueda beneficiarse de descuentos por cantidad y asegurarse de un adecuado aprovisionamiento de mercancía de cara a eventuales picos de ventas.

En las importaciones de contenedores completos o grupajes, las previsiones se hacen con más de seis meses de adelanto. Esto permite evitar roturas de stock tanto para la empresa como para los clientes, además de que facilita optimizar el espacio disponible en el almacén y prever con antelación las prioridades en cuanto a recepción de mercancía.

4.2 COMPRAS RESPONSABLES

BUENAS PRÁCTICAS

Foticos a igualdad de calidad y precio, prefiere y busca proveedores de proximidad. Aproximadamente un 75% de sus proveedores son nacionales y de estos, un 37% pertenecen a la Comunidad Aragonesa, todo esto revierte, además, en un beneficio para la economía local, aumentando el PIB de la Comunidad y favoreciendo la economía de las pequeñas y medianas empresas.

Foticos está comprometida con la transparencia en su relación con sus partners y proveedores. Por ello, aplica prácticas de pago ágiles.

Mensualmente se realiza un inventario de los diferentes almacenes para comprobar que no hay errores en el almacenaje.

Foticos apuesta por la confección y elaboración casi total del producto con personal propio, buscando las materias primas necesarias para así poder gestionar mejor los stocks. Esta política repercute en aumentar la plantilla y en reducir el tiempo de respuesta para los clientes y nos permite ser más independientes como empresa.

ACCIONES REALIZADAS

Se ha generado una nueva forma de control del gasto de mercancía, que nos permite ser más exactos a la hora de realizar nuestras previsiones de necesidad de material.

Se han revisado los costes de materiales, buscando nuevos proveedores y reduciendo gastos.

Se ha ampliado la zona de almacén, trasladando la mayor parte de la mercancía a las nuevas instalaciones próximas a la nave de producción, cubriendo una superficie este nuevo almacén de unos 5.000m².

Se ha dotado al personal de formación especializada en compras.

Se ha optimizado la forma de realizar la contratación de servicios logísticos de importación, reduciendo el gasto que supone dicho servicio.

ACCIONES DE MEJORA

Mejorar el proceso de compras, realizando previsiones a largo plazo especialmente con los proveedores internacionales para evitar rupturas de stock y minimizar costes.

Establecer calendarios de entregas con los proveedores más habituales.

Seguir buscando nuevos productos y proveedores que permitan abaratar los costes y minimizar el impacto de la subida generalizada de costes de materias primas y fabricación.

Continuar formando al personal en compras y logística.

Introducir en nuestro ERP un sistema de gestión de caducidades y lotes.

Uso de embalajes sostenibles.

4.3 CLASIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES Y SU HOMOLOGACIÓN

BUENAS PRÁCTICAS

Las relaciones con los proveedores pueden surgir de diferentes formas (búsquedas, ferias, intermediarios, acciones comerciales, entre otros).

Se realiza una evaluación previa de la viabilidad de fabricación de los productos y solo si es positiva se hace un pedido inicial para estimar la capacidad de producción, plazos de entrega y calidad, así como analizar la respuesta de los clientes.

El departamento jurídico supervisa que los productos cumplan con los requisitos para su comercialización dentro de la Unión Europea. Para ello, se solicitan los marcados CE o cualquier tipo de ensayo técnico requerido según normativa europea.

ACCIONES REALIZADAS

Cuando un proveedor da un buen servicio y una buena calidad en sus productos, se premia su buen hacer, otorgándole un mayor volumen de negocio y nuevos retos, incluso ajustando el margen de beneficio en aras de la continuidad del suministro de productos.

Realización de ensayos correspondientes por cuenta propia.

Se ha establecido un protocolo de actuación a la hora de importar aquellos productos que están sujetos a determinadas inspecciones aduaneras.

ACCIONES DE MEJORA

Establecimiento de un protocolo concreto para la selección y evaluación de los proveedores y relaciones comerciales.

Establecer un protocolo en la recepción de mercancías destinado a supervisar la calidad de los pedidos recibidos.

4.4 INTERACCIÓN CON LOS PROVEEDORES

BUENAS PRÁCTICAS

Foticos realiza de forma periódica reuniones con los proveedores. Busca conocer el proceso productivo, así como testar con anterioridad al proceso de compra la calidad de los artículos. Con estas relaciones, se persigue también fomentar una cooperación bidireccional, de forma que la empresa sugiere mejoras a los proveedores y ellos proponen adaptar o implementar nuevos productos.

Las sinergias generadas con los partners dan como fruto alianzas para la consecución de nuevos proyectos, en los que los proveedores pasan a ser clientes de Foticos.

El clima de confianza y transparencia que se establece con los proveedores posibilita la asunción de nuevos proyectos, en los que colaborar con sus recursos materiales y humanos. Esto a menudo permite trabajar en la creación de productos específicos para los proveedores convertidos en clientes, de manera que su capacidad de adaptación se ve incrementada.

ACCIONES REALIZADAS

Se realizan pedidos conjuntos para conseguir precios más ajustados gracias a un mayor volumen de compra.

Incluir en las previsiones de ventas el calendario de campañas del departamento de marketing de forma que se pueda asegurar el stock necesario de los productos que van a publicitarse en las campañas anuales.

En 2022 el periodo medio de pago a proveedores fue de 21,97.

A lo largo de 2022 el promedio de días transcurridos desde la petición hasta la recepción de pedidos por parte de proveedores fue de 59,15 días en el caso de proveedores extracomunitarios, 14,93 en el caso de intracomunitarios y 10,92 en el caso de proveedores nacionales.

ACCIONES DE MEJORA

Implantación de nuevos canales de pago a proveedores que nos otorguen un marco de protección y seguridad en pedidos y pagos.

Trabajar más estrechamente con el departamento de Marketing para perfilar de forma más eficaz las previsiones de ventas.

Trabajar con los proveedores en base a los plazos obtenidos en la previsión de compras.

Establecimiento de reuniones periódicas con los proveedores.

Colaborar con proveedores en el desarrollo conjunto de nuevos productos adecuados a nuestras necesidades.



5. SOCIAL

5.1 COMPROMISOS ADQUIRIDOS

INICIATIVAS SOLIDARIAS

Foticos colaboró con una entidad sin ánimo de lucro en la “Operación niño de la Navidad”. Esta iniciativa consiste en rellenar una caja de zapatos con diversos materiales que se envían a niños que residen en países del tercer mundo. Este año Foticos adquirió cajas de cartón para el personal que estuviera interesado en colaborar. La participación de la plantilla superó el 95%.

CULTURA

Foticos Collection cuenta con una amplia colección de fotografía estereoscópica.

Se organizan visitas al museo y a las instalaciones de la empresa.

Foticos ha regalado varias entradas de cine a toda su plantilla para que puedan disfrutar del séptimo arte.

DONACIONES

Foticos realiza donaciones anuales (que supone un 7,63% del beneficio anual) a entidades no lucrativas que se dedican a la reinserción y acogida de personas en riesgo de exclusión social y que se dedican a la formación e inserción laboral de personas con discapacidad.

ESTABILIDAD EN LOS COMPROMISOS

Foticos trabaja para mantener los compromisos que va adquiriendo en todos los niveles, esto se refleja en la consecución de los siguientes reconocimientos:

- En 2016 fue galardonada con el Premio Empresa Saludable.
- Desde 2018 la empresa cuenta con el sello RSA.
- En 2019 Foticos fue premiada con el accesit a la Digitalización e Innovación del Premio PYME de la Cámara de Comercio de Zaragoza.
- En 2020 se le entregó el premio con el accésit a la Formación y el Empleo del Premio PYME de la Cámara de Comercio de Zaragoza.
- En 2021 Foticos recibió el premio a la transformación digital (CEPYME), así como el premio a la exportación de la Cámara de Comercio de Zaragoza.

AYUDA SOCIAL

Foticos colabora desde 2005 en la manutención de un hospital de campaña en Burkina Faso. La empresa donó además, un autobús para la atención médica de la población.

5.2 IMPACTO SOCIAL

BUENAS PRÁCTICAS

Foticos es consciente del impacto socio-económico que tiene en su entorno y dentro de su propia organización. Por ello, busca aportar valor a su entorno y lleva a cabo una serie de medidas e iniciativas.

Mantiene y promueve las buenas relaciones con las administraciones, asociaciones, profesionales y vecinos del municipio donde tiene sus instalaciones.

La empresa no permanece ajena a la realidad social que le rodea. Al inicio de la pandemia provocada por la COVID-19, Foticos fue declarada como empresa esencial debido a la confección de mascarillas, por lo que puso todos los recursos necesarios para ayudar en la lucha contra esta. Así, donó más de 40.000 mascarillas al Gobierno de Aragón, otras miles a diferentes municipios de Aragón, cuerpos de seguridad y salud locales, organismos públicos, entidades sin ánimo de lucro.

ACCIONES REALIZADAS

Pensando en toda la plantilla de Foticos se han mantenido determinados beneficios sociales como la subvención del catering de empresa, la bonificación del seguro médico, la disponibilidad de vehículo de empresa, la concesión de descuentos especiales, uso gratuito de las instalaciones deportivas y lúdicas.

Se ha fomentado y ha dado prioridad a la contratación estable, quedando la contratación temporal en segundo plano y sólo para casos de urgente necesidad.

En 2022 se regalaron a la plantilla numerosas entradas de cine fomentando la cultura. De manera especial se llevó a la plantilla al visionado de la película *Marca de Vida* con el objetivo de despertar conciencias.

ACCIONES DE MEJORA

Estudio del entorno (de todos los grupos de interés) para conocer a más profundidad las necesidades y posibles sinergias.

Colaboración de Foticoscollection con exposiciones temporales del sector de la fotografía

5.3 ALINEACIÓN DE PROYECTOS SOCIALES CON LA ESTRATEGIA

BUENAS PRÁCTICAS

Foticos es una organización implicada con la comunidad. Colabora con asociaciones y ONG's que se dediquen a ayudar a colectivos desfavorecidos.

Foticos es consciente de las dificultades que pueden encontrar determinados colectivos a la hora de acceder al mercado de trabajo. Por ello, además de convocar ofertas de empleo inclusivas realiza una donación anual a una asociación que entre sus fines tiene previsto la formación e inclusión en el mercado laboral de personas con discapacidad.

Igualmente, Foticos tiene entre sus proveedores a entidades que apoyan a centros especiales de empleo o fomentan la inclusión.

ACCIONES REALIZADAS

Se han realizado numerosas donaciones económicas y de productos a Asociaciones y Entidades sin ánimo de lucro, ayudando a mantener los diferentes proyectos en los que trabajaban (rastrillos solidarios, tiendas solidarias...).

Foticos ha fortalecido las relaciones comerciales con el Centro de Empleo de llersis, que ofrece integración laboral y social a personas con discapacidad psíquica o de colectivos en riesgo de exclusión social, a quienes compra productos de madera que luego pueda personalizar.

También trabaja con un proveedor que a su vez adquiere la totalidad de sus materias primas al Centro especial de empleo "Talleres Guinardó", cuya plantilla está formada en un 80% por personas con algún tipo de discapacidad intelectual.

ACCIONES DE MEJORA

Fomentar entre la plantilla el compromiso social.

Buscar proveedores comprometidos socialmente.

Fortalecer las relaciones comerciales y sociales con los centros especiales de empleo con los que actualmente se trabaja.

5.4 TRANSPARENCIA CON EL ENTORNO

BUENAS PRÁCTICAS

Foticos vela por la transparencia en su actividad con respecto a los grupos de interés. Su compromiso es claro, es una organización transparente con el entorno. Los grupos de interés conocen las acciones que se llevan a cabo en la organización con el envío del comunicado semanal que recibe el personal, proveedores y clientes.

El CEO de Foticos ha escrito un libro donde recoge la historia de la empresa, su trayectoria, sus valores y principios; libro que no solo ha leído toda la plantilla sino que también se entrega a las personas interesadas para que conozcan abiertamente la organización. Entre otros muchos temas se habla del compromiso social.

Foticos es una empresa que cuenta con una auditoría externa que analiza la administración y gestión de todos los recursos de la entidad.

ACCIONES REALIZADAS

Semanalmente se continúan enviando newsletters a los grupos de interés con información relativa a la empresa .

Periódicamente se mantienen reuniones con los responsables de la auditoría externa para evaluar y adecuar las medidas que se van adoptando. En este sentido, Foticos tiene publicado el Informe de gestión y las cuentas anuales en el Registro Mercantil.

ACCIONES DE MEJORA

Elaborar un modelo o protocolo de Compliance en todas las áreas de la empresa.

5.5 CANALES DE COMUNICACIÓN

BUENAS PRÁCTICAS

Foticos hace públicas todas las acciones sociales que realiza a través de sus newsletters y redes sociales en cada uno de los idiomas con los que trabaja.

Los canales de comunicación son los siguientes: reuniones informativas, correos electrónicos, comunicado interno, contacto directo con gerencia y/o con el departamento de recursos humanos, otras vías de mensajería interna como Slack, teléfono interno para comunicarse entre departamentos.

Respecto a la comunicación con la comunidad externa, se emplean los siguientes canales: páginas web, redes sociales (Instagram, LinkedIn, Facebook, Pinterest), eventos de empresa, blog, chat online, envío de newsletter.

ACCIONES REALIZADAS

Se ha formado al departamento de marketing en el uso correcto de las redes sociales para tener una comunicación adecuada con los clientes.

Reuniones periódicas con la plantilla para tratar temas de diversa índole.

Se ha invertido en el uso de una nueva plataforma de preparación y envíos de newsletters.

ACCIONES DE MEJORA

Revisión periódica de los canales de comunicación y del uso de las redes sociales.



6. MEDIO AMBIENTE

6.1 IMPACTO AMBIENTAL

BUENAS PRÁCTICAS

Foticos apuesta por favorecer conductas medioambientalmente sostenibles y por la separación y gestión de residuos.

Por ello invierte en instalaciones y maquinaria para ganar en eficiencia y conseguir así un mayor ahorro energético. Así, ha creado un entorno de trabajo sostenible medioambientalmente promoviendo conductas como el reciclaje o buenas prácticas de consumo de agua, papel o electricidad.

Además, dado que en la medida de lo posible se trabaja con proveedores de proximidad, el impacto medioambiental se reduce considerablemente. Cuando esto no es posible, se opta por la agrupación de pedidos para reducir así el gasto en el transporte y la consiguiente emisión de CO2.

Se apuesta por el uso de energías renovables. Foticos cuenta con una instalación de paneles solares con el objetivo de promocionar el autoconsumo de energía.

ACCIONES REALIZADAS

Se ha ampliado el número de paneles fotovoltaicos para el consumo de energía renovable.

Además Foticos cuenta con empresas externas para el tratamiento de residuos activamente. Todos los productos que no salen finalmente por alguna tara se llevan a un mercadillo interno para el personal de la empresa.

ACCIONES DE MEJORA

Fomentar las políticas de gestión e impacto en la empresa.

Favorecer conductas sostenibles.

Fortalecer y potenciar el autoconsumo energético.

Incidir en el fomento del ahorro energético.

6.2 ESTRATEGIA FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

BUENAS PRÁCTICAS

Fotics insiste en evaluar el compromiso público de la empresa a prevenir la contaminación por sus operaciones y actividades.

Por ello, las instalaciones desde el origen se diseñaron para ser sostenibles y con un impacto energético mínimo.

Se tienen en cuenta los impactos medioambientales ocasionados por la actividad de la empresa estableciendo medidas de actuación específicas.

Es destacable que las bolsas que se adquieren para el proceso de embalaje individual de los productos finalizados han pasado a estar compuestas por material reciclado. Esta acción ha permitido reducir notablemente el consumo de plástico de la empresa.

ACCIONES REALIZADAS

Como se ha comentado antes, en 2022 se ha procedido al incremento del número de los paneles solares para favorecer el autoconsumo energético.

Se ha contratado a una empresa externa para que se encargue de la gestión de los residuos de cartón debido al volumen que genera la empresa.

En la newsletter se ha promovido y fomentado el uso responsable de los recursos de la empresa y los de autoconsumo, como el agua en verano.

Hemos reducido el uso de plástico de un solo uso

ACCIONES DE MEJORA

Elaboración de un protocolo de reciclaje de los residuos.

Análisis de la reutilización de los recursos.

6.3 GESTIÓN AMBIENTAL

BUENAS PRÁCTICAS

La puesta en marcha de medidas de gestión ambiental es uno de los objetivos de la empresa. Ello implica planes de eficiencia energética (reducción de consumo eléctrico y combustibles), consumo de materiales, agua, gestión de los residuos, evidencian el compromiso de las empresas y aportan transparencia y credibilidad.

Se fomenta el uso responsable de los recursos y materias primas de la empresa.

Toda la iluminación de la empresa funciona con un sensor; con esto se asegura el uso eficiente de la electricidad. Además se concientiza al personal y se facilitan consejos vía comunicado semanal para la correcta utilización de los recursos. Cada año se invierte en las mejoras de las instalaciones y la maquinaria lo que conlleva también a una mejora en la eficiencia energética.

ACCIONES REALIZADAS

Se procedió a la instalación de paneles solares para el autoconsumo de la energía generada.

Participamos en el tratamiento de residuos activamente a través de empresas externas. Todos los productos que no salen finalmente por alguna tara se remiten al mercadillo interno de la empresa.

Se aplican políticas para reducir el consumo de papel. En el departamento de Administración y Finanzas en 2020 ya se implantó el plan de papel cero, con la instalación de todos los medios para la informatización y digitalización de las facturas. Igualmente, a lo largo de 2021 en el departamento de Recursos Humanos se ha procedido a la instalación de apps escáner y unidades compartidas en Google Drive para subir a la nube en formato digital toda la documentación laboral de cada personal.

Foticos es una empresa libre de humo.

ACCIONES DE MEJORA

Elaborar un plan de gestión ambiental con la existencia de un programa de gestión con objetivos y metas medibles y coherentes con su compromiso ambiental en su centro de trabajo con el objetivo de mejorar los impactos en el entorno producidos por sus actividades.

6.4 COMUNICACIÓN AMBIENTAL

BUENAS PRÁCTICAS

Para Foticos es importante conocer en la práctica las comunicaciones sobre los aspectos ambientales asociados a su actividad. Esta comunicación debe ser en todos los niveles, a nivel interno de la empresa y externo.

ACCIONES REALIZADAS

Mediante el comunicado semanal se informa a la plantilla en materia de ahorro ambiental y eficiencia energética. Generalmente se dan consejos y directrices aplicables en la propia empresa y en consumo diario.

ACCIONES DE MEJORA

En las comunicaciones con los grupos de interés fomentar los temas ambientales.

Implantar el uso de la firma electrónica en los departamentos.

NOTICIAS FOTICOS

| ¡FOTICOS YA GENERA Y AUTOCONSUME ENERGÍA ELÉCTRICA!

Desde ayer, jueves 27 de enero, podemos confirmar que Foticos se autoalimenta parcialmente de su propia energía eléctrica, gracias al sistema de placas solares que ha terminado de instalarse este mes de enero. Es una fecha importante y un gran paso para el ahorro energético en nuestras instalaciones.



| CONTENEDOR DE RECICLADO DE RESIDUOS DE VIDRIO

Con el éxito de las copas grabadas hemos comenzado a generar un nuevo tipo de residuo: vidrio. Para gestionarlo se ha adquirido un nuevo contenedor en el que depositarlo y de esta forma reciclarlo a través de FCC.



NOTICIAS FOTICOS

| PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES: MEDICIÓN DE RUIDO

Esta semana hemos estado midiendo los niveles de ruido en los puestos de trabajo. El servicio de prevención de riesgos laborales consideraba que existía cierta posibilidad de ruido (enmarcación, impresión y corte e imprenta).

Tras realizar las mediciones los resultados han sido muy buenos ya que en ningún puesto de trabajo se superan los umbrales para que los cascos sean obligatorios. Eso es debido a que la maquinaria con la que contamos evidentemente genera ruidos pero ninguno de ellos es peligroso para la salud de los trabajadores.

Desde el servicio de prevención de riesgos nos daban la enhorabuena por los resultados ya que explicaban que en pocas empresas sucede esto. En este sentido, os informamos de que aunque no sea obligatorio llevar cascos, si alguno de vosotros realmente los necesita tiene que hablar con recursos humanos. Pero estad tranquilos en el sentido de que se realizan las evaluaciones oportunas y se toman medidas al respecto.

FOTICOS

Memoria Plan de Responsabilidad
Social de Aragón

