Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

DEPORTES Y EVENTOS FARTLECK SLU
CIF:B99332900
Plaza Canal Imperial Nº3, Local
50007 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Deportes y eventos de ocio y recreación y tiempo libre Fartleck SLU

02 - Dirección - CP - Población

Plaza Canal Imperial nº 3 local 50007 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

La organización y realización de eventos deportivos, recreativos, de ocio y tiempo libre asi como la venta de calzado y ropa deportivo,

04 - Año comienzo actividad.

2012

05 - Número de personas empleadas

10 personas entre empleados y empleadas

06 - Persona contacto

Rebeca Conchillo Herrando

07 - E-mail contacto

tienda@fartlecksport.com

08.- Página web

www.fartlecksport.com

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:
- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)

- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

Nuestra actividad esta relacionada directamente con las entidades publicas de nuestra comunidad autónoma, y también fuera de ella. Esto ayuda a generar riqueza a los ayuntamientos de las distintas localidades así como las pequeñas y medianas empresas de dichas localidades. La limpieza y el reciclaje están muy presentes en nuestro día a día, hay que tener en cuenta que nuestro lugar de trabajo es la naturaleza, y estamos muy concienciados en el cuidado y mantenimiento de la misma.

Desde el punto de vista tecnológico, estamos a la ultima de estas tendencias, desde la presencia en todas las redes sociales, hasta el uso de distintas plataformas para optimizar nuestros procesos productivos, y poder ofrecer la mayor transparencia y calidad a nuestro cliente.

Para finalizar, nuestro compromiso con la sociedad es real, ya que donamos el alimento que no se utiliza de los participantes en los eventos, colaboramos con distintas entidades en su difusión, con la idea de que esta nuestra sociedad tenga una salud física y mental mucho mejor.

2.- ¿Cree que las PYMES o pequeñas organizaciones pueden enfrentarse de forma individual a temas como los anteriores?

No

2.1. Información adicional

Confiamos plenamente en que cada organización debe afrontar sus retos individualmente, pero, tenemos muy claro, que siempre debe haber entidades que den su apoyo al bien común y espacios donde se pueda compartir esa lucha individual convirtiéndola en sinergias.

Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

En cada proyecto existe un apartado que desarrolla las medidas medioambientales y sociales. Proveedores locales y ayuntamientos nos ayudan a desarrollar en cada proyecto este punto.

4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión

en proyectos sociales y medioambientales?

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

4.1. Información adicional

Al no disponer de un presupuesto fijo por proyecto, se estudia en cada caso particular la estrategia a seguir en este punto.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

5.1. Información adicional

Las vías de comunicación con los participantes de nuestros eventos es mediante la comunicación de redes sociales o web. Nuestra atención es personalizada y tratamos de responder personalmente a cada consulta o grupo de consulta que nos llegue a esta vía de comunicación.

6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

6.1. Información adicional

Siempre realizamos un feedback con todos nuestros grupos de interés y nos gusta realizarlo de una manera, que creemos, nos hace mejores y mas competitivos, siendo un feedback previo a la relación, evento, venta...etc. Realizamos el mismo proceso en el durante y pasado un tiempo volvemos a realizar el cierre.

Gobierno de la organización

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

En la empresa tenemos protocolos de conductas y procedimientos de actuación conocidos por los gestores y responsables que son los encargados de transmitirla a los empleados. De esta manera todo el mundo lleva la misma línea de actuación.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

Sí, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

8.1. Información adicional

La comunicación entre gerencia y resto de empresa es constante, de esta manera tanto gerencia puede implementar nuevas observaciones que vienen de los empleados asi como las que se propongan desde gerencia.

Plan de Responsabilidad Social

9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

9.1. Información adicional

Trabajamos con bancos de alimentos, ropa y demás mercancía no perecedera. De esta manera mantenemos un vinculo social general en nuestro desarrollo profesional.

10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

10.1. Información adicional

Trabajamos para tener un Plan de Responsabilidad Social, solido y adecuado a las diferentes situaciones que puede afrontar la sociedad, sobre todo, la que podemos tener mas cerca y ayudar de forma mas inmediata, así como, de tratar de medir ese impacto, no como un medio de marketing, si no, como una filosofía de trabajo.,

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

11.1. Información adicional

Siempre realizamos un feedback con todos nuestros clientes haciendo un feedback previo a la relación, evento, venta...etc.

Realizamos el mismo proceso en el durante y pasado un tiempo volvemos a realizar el cierre. Esto nos permite conocer su satisfacción, inquietudes y virtudes.

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

12.1. Información adicional

Los mecanismo utilizados en nuestra organización son desde la propia conversación en el

transcurso de una venta, cuestionarios durante los formularios de inscripción, emailling al finalizar el evento, o comunicación por redes sociales. Siempre apostando por aunar canales tradiciones y nuevas tecnologías.

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

Se investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

13.1. Información adicional

Realizamos un estudio de los retos y oportunidades que nos plantean nuestros grupos de interés, estudiando el mercado, proveedores, opciones y temas económicos. Realizado todo este proceso se toma la decisión valorando individualmente cada propuesta.

También dentro de la propia empresa, se estudian los procesos de producción para que estos sean mas eficientes y poder aumentar la calidad hacia el cliente

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

La experiencia en el sector y la alta competitividad que existe, nos ayudan a ver los errores que cometemos nosotros y que comenten otras empresas del sector. De esta manera podemos ofrecer un servicio adaptado a las necesidades del cliente, que siempre acompañaremos de esas encuestas de satisfacción para poder mejorar al año que siguiente

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

15.1. Información adicional

Nuestro servicio post venta cuenta desde el envío de comunicaciones para recibir un feedback, como, la atención telefónica o electrónica de dudas e incidencias, que procedemos a solucionar o informar de forma inmediata, transparente y contrastada.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información de las características del producto o servicio.

16.1. Información adicional

Nuestra filosofía de ser transparentes, nos obliga a dar toda la información comercial y técnica de nuestros servicios y productos, de una manera detallada.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

Realizamos reuniones periódicas con todos nuestros empleados, así como, enviamos cuestionarios para obtener feedback de los mismos.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

Se realizan acciones de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

18.1. Información adicional.

Nuestro equipo es muy diverso. En materia de diversidad de sexo, edad o nivel de estudios. No existe diferencias entre ellos.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

19.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de concilación personal, familiar y laboral especificarlas.

En nuestra organizacion la flexibilidad es maxima, y eso se puedo conseguir porque cada persona que la integra conoce cuales son sus funciones y el trabajo a desempeñar.

Formación y desarrollo profesional

20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

Todos nuestros empleados y empleadas, son preguntados al menos una vez anualmente para ver sus necesidades, objetivos e inquietudes. Así como, enviamos emails con los cursos que nos puedan ofrecer diferentes organizaciones y entidades, que se consideren interesantes para nuestra actividad, para que los empleados valoren su participación.

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

21.1. Información adicional.

Se realizan cursos periódicos de formación y reciclaje en todas las áreas de la empresa,

Seguridad y Salud

22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

La seguridad y salud es fundamental en nuestra organización. En la evaluación de riesgos se detallan todos los riesgos que puede conllevar esta organización y cuales son las medidas a implementar para que este riesgo no pueda ocasionar lesión, o accidente.

PROVEEDORES

Compras responsables

23.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

23.1. Información adicional.

Nuestros proveedores tienen la misma integridad que nuestra organización.

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

24.1. Información adicional.

Siempre que la actividad lo permite, se trabaja con proveedores de proximidad,

favoreciendo la economía local.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización sin planificación específica

25.1. Información adicional.

Colaboramos en todas las acciones que nos llegan desde organizaciones, entidades o instituciones. Valorando desde su llegada a nuestros canales, como podemos colaborar con nuestros medios y recursos.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

Se planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

En nuestros propios procesos, estudiamos la manera, de realizar una acción final que conecte con un proyecto social que estimemos pueda ser de su beneficio y valoramos con ellos como llevarla a cabo y su aporte a la sociedad.

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

Sí, se comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

27.1. Información adicional

Nuestros colaboradores y empleados son informados por los medios de comunicación internos de la empresa.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

28.1. Información adicional

Dentro de nuestra política de comunicación interna y externa, contemplamos la comunicación de las actividades que se desarrollan, en las que se participa o en posibles proyectos en los que podemos dar visibilidad.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Se tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

29.1. Información adicional.

Intentamos realizar todos nuestros procesos y eventos minimizando al máximo el gasto medioambiental, realizando acciones de uso de energías renovables, vehículos con emisiones cero o utilización de energía lumínica únicamente cuando sea necesario.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

30.1. Información adicional.

Realizamos y valoramos todas las acciones que estén en nuestra mano para minimizar el cambio climático, algunas simplemente se consideran de sentido común y se refuerzan internamente, y, otras, se comunican externamente con la adhesión a planes o iniciativas como "Zaragoza deporte sostenible" donde se publican y evalúan nuestra huella medioambiental todos nuestros eventos.

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

31.1. Información adicional

En cada uno de nuestros eventos existe una serie de criterios medioambientales cuyo objetivo es reducir, reutilizar y reciclar para que el impacto sea el mínimo posible.

Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

Se comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

Dentro de nuestras políticas de comunicación se cuenta con la publicación tanto en web, rrss o dosieres las distintas acciones ambientales que se han podido desarrollar, si bien, puede servir como fuente de información, también, se consigue que otras organizaciones o entidades valores realizar las mismas acciones o mejorarlas.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

1 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
4 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
5 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
6 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
7 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
8 - Capacitar a las personas de la empresa
9 - Disponer de presupuesto
10 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

9

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Uno de nuestros puntos fuertes es la implicación total en nuestras ventas en shop y en la realización de nuestros eventos, dando un servicio total y transparente.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Una de nuestras áreas de mejora es la realización de documentaciones diversas, que den veracidad y autoridad a nuestros procesos, para que garanticen la correcta realización del proceso y su rápida corrección de las desviaciones detectadas.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?

- ODS 1. Fin de la pobreza.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.