

RSA - PYMES

Empresa evaluada

DEPORTES Y EVENTOS FARTLECK SLU

CIF:B99332900

Plaza Canal Imperial N°3, 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

Calle Tomás Bretón 46, 50.005 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

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

04 - Año comienzo actividad.

2012

05 - Número de personas empleadas

10 personas entre empleados y empleadas

06 - Persona contacto

Víctor Cebrián Almazán

07 - E-mail contacto

soporte@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

Intentamos con todo nuestro esfuerzo y medios apoyar a generar riqueza ayudando a ayuntamientos, comarcas, club deportivos, entidades a darse a conocer y promover sus misiones y visiones, así como, al público en general a motivar sus acciones deportivas desde nuestro shop. En el entorno medioambiental pensamos en optimizar y reciclar todos los materiales procesados y materias primas. Y desde un punto de vista tecnológico, apostamos por las últimas tendencias y tecnologías para dar un trato al cliente de calidad y transparente. Con el punto de vista social estamos comprometidos con varias causas, como donar todo alimento que los participantes de nuestros eventos no tomen en sus avituallamientos, apoyamos con nuestros medios causas de diferentes entidades, así como, colaboración en su difusión y desarrollo, siempre, teniendo en mente hacer una sociedad mejor, más justa y con una salud mental y física mucho mayor.

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 una de nuestras actividades se incluyen criterios y medidas medioambientales, se trabaja, siempre que es posible, con proveedores locales y se tienen en cuenta todos los aspectos sociales en los que la empresa podría aportar su grano de arena

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

Conforme se van creando los eventos, campañas, acciones, estudiamos nuestra

aportación en su forma y economía.

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

Poseemos canales de comunicaciones tradicionales y apuestas por las nuevas tecnologías, que, hacen la comunicación muy fluida con todos ellos para poder proceder a su estudio y a aunar nuestros esfuerzos para remar en la misma dirección.

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

Los gestores y responsables de personas tienen el compromiso de conocer pautas, normas, misión y visión de la empresa. La cual transmiten a los trabajadores veteranos y nuevas incorporaciones para tener una filosofía de empresa alineada.

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

Se les comenta de manera formal en su incorporación, así como, se mantiene un feedback continuo y formalizado de las acciones de la organización para seguir y conseguir que permanezcamos unidos en la cultura de la empresa.

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

En nuestra organización estudiamos cada acción a tomar para tener siempre un vínculo social en cada uno de nuestros procesos, dando prioridad, a bancos de alimentos, ropa y demás mercancía con la que podemos trabajar.

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, sólido y adecuado a las diferentes situaciones que puede afrontar la sociedad, sobre todo, la que podemos tener más cerca y ayudar de forma más 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 mecanismos utilizados en nuestra organización son desde la propia conversación en el transcurso de una venta, cuestionarios durante los formularios de inscripción, emailing al finalizar el evento...etc. Siempre apostando por aunar canales tradicionales 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.

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

Todos nuestros servicios se basan en la premisa de ofrecer la mejor calidad en la gestión de los eventos, a través de diferentes acciones; desde reuniones varias con el cliente para adaptar nuestros servicios a sus necesidades, hasta un feedback ,una vez realizado el evento, para conocer el nivel de satisfacción y las posibles mejoras de cara al año 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.

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.

Publicamos nuestras ofertas de vacantes, con total transparencia y objetividad de los requisitos. No realizamos ninguna diferenciación, ni discriminación por ninguna clase de motivo.

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 conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.

Confiamos en nuestros empleados y empleadas, por lo que, dentro de los horarios y días establecidos de trabajo, siempre se mantiene una postura de flexibilidad de los horarios en temas puntuales, y, se estudia para adaptarlo de la mejor forma posible en temas mantenidos en el tiempo. También se fomentan la facilidad para poder teletrabajar, disponiendo de medios y opciones.

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.

Sin respuesta

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.

Sin respuesta

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. Así como, en los diferentes proyectos y acciones en los que participamos, valoramos como se alinea con nuestra filosofía de acción social dentro de la organización.

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

Se comunica a nuestros empleados y empleadas de forma interna, para fomentar su implicación y mejorar sus acciones. Así como, difundimos en nuestros canales habituales las diferentes acciones que emprendemos, colaboramos o aquellas en la que podemos fomentar su visibilidad.

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.