

## RSA - Entidades no lucrativas

---

### Empresa evaluada

**ZARAGOZA CLUB DE FÚTBOL FEMENINO**

CIF:G50859958

Paseo Rosales nº:26

50008 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### Denominación de la organización

Zaragoza Club de Fútbol Femenino

#### Forma jurídica

Club Deportivo (Básico) - Asociación Deportiva

#### Número de socios (en caso de asociaciones)

1300 abonados.

#### Número de miembros Junta/Patronato

5

#### Dirección - CP - Población

Paseo Rosales Nº 26

50008 Zaragoza

#### Sector/Ámbito de actuación.

Deportivo. Actuación a nivel Nacional, territorial (Aragón) y local (Zaragoza)

#### Actividad principal

Participar en competiciones reguladas (Ligas) por la Federación Española de Fútbol (RFEF) y la Federación Aragonesa de Fútbol (FAF).

#### Colectivo principal atendido

Mujer. Club de fútbol exclusivamente femenino

#### Año comienzo actividad.

1998

#### Número de personas empleadas - media anual

25 empleados . 18 voluntarios.

#### Número de personas empleadas estables (contrato indefinido)

1. Sólo una persona de personal no deportivo, puesto que el personal deportivo se rigen por el 1006/85 y son contratos por temporada/s.

#### Número de voluntarios

**Persona contacto**

Rubén Alcaine.

**E-mail contacto**

ruben@zaragozacff.es

**Página web**

zaragozacff.es

**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.)

**1.1 Información adicional**

Dentro del desarrollo del Club, el cual se nutre de financiación pública y privada, la parte pública depende mucho de la implicación política en desarrollar programas de igualdad. A su vez, en función de la implicación estatal sobre el deporte femenino en general, abre más la puertas a que las empresas vean con mejores ojos implicarse en los proyectos.

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

**2.1. Información adicional**

Hoy, un club de fútbol femenino, independiente (no dependiente de un club masculinos FC Barcelona, Atlético de MADrid, etc...) si careciera de recursos públicos no tendría viabilidad en competiciones nacionales.

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

**3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?**

### **3.1. Información adicional**

El fútbol femenino se encuentra en un proceso de reestructuración y de mejora en la implicación por parte de los clubes. En nuestro caso, siendo independientes, nuestra línea estratégica, más allá de las acciones que realizamos desde el principio (1998) fomentando la integración de la mujer en el deporte, no va más allá de 2 temporadas.

### **4.- La organización se preocupa de ser rentable (económica- y socialmente) y optimizar los recursos de los que dispone**

#### **4.1 Información adicional**

La viabilidad del proyecto depende en gran medida de las instituciones. Las convocatorias públicas van a fecha pasada y es complicado el presupuestar correctamente. Se cuenta con el patrocinio y la colaboración privada y siempre "en el aire" la aportación institucional.

### **5. En caso de ser positivo el resultado del año ¿cómo se define el destino de estos fondos?**

#### **5.1. Información adicional**

Nunca se ha dado el caso de terminar el año con superavit.

### **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

**6.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, cliente/usuarios, familias, voluntarios, proveedores, financiadores y donantes, aliados y colaboradores públicos y privados, medios de comunicación, otros.**

#### **6.1. Información adicional**

El Club dispone de un dossier general que se adapta en función de las necesidades de un posible partner, bien sea público o privado

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

#### **7.1. Información adicional**

Cuando un posible patrocinador se plantea el sumarse al proyecto, se estudia la empresa y se busca de qué manera se puede beneficiar con la "asociación" entre la empresa y el club. En lo referente al aficionado, se mantiene contacto permanente tanto por RRSS como físicamente en las oficinas del club.

### **Transparencia, rendición de cuentas y buen gobierno de la organización**

**8.- En cuanto a los miembros del órgano de gobierno, con independencia de si ejercen su cargo a nivel particular o en calidad de representantes jurídicos de otros**

**organismos/organizaciones públicas o privadas, ¿cómo desempeñan de su cargo?**

**8.1. Información adicional.**

El patronato es el que lleva la dirección del club implicándose en todas y cada una de las acciones.

**9.-Respecto a la rendición de cuentas, ¿cómo actúa la organización?**

**9.1.- Información adicional.**

La estructura del club no permite demasiados recursos por lo que nos limitamos a cumplir a todos los requerimientos legalmente establecidos. (Hacienda, Seguridad, Social, DGA y Ayuntamiento)

**10.- ¿Se proporciona información clara, honesta y fiel sobre la propia organización, su composición, estrategia y funcionamiento, sus redes y acuerdos y sus fuentes de financiación y obtención de recursos?**

**10.1. Información adicional**

Además de nuestra WEB, enviamos mails, y somos muy activos en RRSS en el que contamos todo lo que realizamos.

**11.- 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?**

**11.1.- Información adicional**

Disponemos de un Régimen Interno que nos obligamos todos a cumplir.

**12.- ¿Conocen las personas que trabajan y las que colaboran como voluntarias la misión, la cultura (razón de ser de la organización, valores,...) y los objetivos propios y distintivos de la organización?**

**12.1. Información adicional**

Todos, jugadoras, técnicos y directivos, son conscientes del objetivo del club y de las acciones que se realizan, contando en numerosas ocasiones con ellos para la realización de éstas.

**Plan de Responsabilidad Social**

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

### **13.1. Información adicional**

El Club realiza diferentes acciones durante la temporada con el fin de mejorar la sociedad en la medida de nuestras posibilidades. Colaboramos con Plena Inclusión y con ASDES realizando diferentes acciones (partidos, ponencias, reuniones) y se trabaja en la promoción del fútbol femenino por todo el territorio aragonés dando charlas (impartidas por técnicos y jugadoras) y ejercicios con niños y niñas desde los 8 años hasta los 15.

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

#### **14.1. Información adicional**

Nuestro objetivo principal, en hacer llegar el fútbol femenino a toda la sociedad y normalizar la práctica del fútbol en las niñas, se realiza durante la temporada y cumplimos con las expectativas que nos marcamos, calando en la sociedad y ayudando a otros clubes a que tengan una sección femenina.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

### **15.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes/usuarios/beneficiarios?**

#### **15.1. Información adicional**

Tenemos permanente contacto con todos nuestros colaboradores teniendo un porcentaje de baja muy pequeño con respecto a la temporada anterior. A nivel institucional, cumplimos con el 100% de los requisitos para el cobro íntegro, sin penalizaciones, de las ayudas por lo que cumplimos con sus exigencias.

### **16. ¿Disponen de mecanismos para conocer la satisfacción de sus organismos financiadores y donantes?**

#### **16.1. Información adicional**

Contestado en el punto 15.1

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

#### **17.1. Información adicional**

Estamos permanentemente en desarrollo y atendemos con mucha predisposición todo tipo de sugerencias que mejoren nuestra actividad y que nuestros partners se sienta cómodos con nosotros.

## **Innovación en los productos y servicios**

**18.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación e innovación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los diferentes clientes/usuarios/beneficiarios y el sector de la actividad?**

### **18.1. Información adicional**

Estamos en un continuo proceso de mejora. Observamos las carencias que podemos tener y las intentamos solventar para seguir siendo el club referente de fútbol femenino en Aragón.

## **Calidad de los productos y servicios**

**19.- ¿Cómo realiza su entidad la puesta a disposición del producto o servicio?**

### **19.1. Información adicional**

Nuestra RRSS tienen un total de más de 20.000 seguidores y comunicamos permanente interactuando con los usuarios (aficionados) y promocionando a nuestros partners en cada acción en función de la línea en el que vaya dicha acción.

**20.- ¿Cuáles son las características del sistema de evaluación y seguimiento de los servicios/productos de su organización?**

### **20.1. Información adicional**

Hay una relación permanente con nuestros partners y la preocupación de su satisfacción es fundamental.

## **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

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

### **21.1. Información adicional**

Se detalla toda la información se precisa en la materia que sea.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

**22.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas y voluntarias?**

### **22.1. Información adicional**

Realizamos reuniones periódicas tanto con el personal deportivo como no deportivo en el que se comentan diferentes aspectos

### **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

**23.- ¿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, cultura...)?**

#### **23.1. Información adicional.**

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

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

**24.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.**

Más allá de que la dedicación que precisa la actividad en sí, es decir entrenamientos y partidos, se tiene muy en cuenta las actuaciones extradeportivas tanto en medios de comunicación, como en actos con patrocinadores, con rotación entre jugadoras y cuerpo técnico con el fin de que se reparta fácilmente "la carga"

### **Formación y desarrollo profesional**

**25.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas y voluntarias?**

#### **25.1. Información adicional.**

En la mayoría de los casos, en lo que a técnicos se refiere, se facilita, en la medida de las posibilidades, formación o cursos que mejoren sus conocimientos técnicos así como se intenta ayudar económicamente para la realización de cursos que acreditan los diferentes niveles de técnico.

**26.- ¿Cómo se gestiona el desarrollo de las personas en su organización?**

#### **26.1. Información adicional.**

Nada más que comentar al respecto.

### **Seguridad y Salud**

**27. ¿Tiene implantado en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?**

### **27.1. Información adicional.**

Ahora que vamos a tener a todo el club en una misma ubicación, se desarrollará un plan ajustado a la nueva realidad.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

### **28.1. Información adicional.**

Más allá de la calidad/precio/servicio se valora con muy buenos ojos el que sea aragonés. En igualdad de condiciones e incluso algo más alto, nos quedamos con proveedor local.

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

**29.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales, ambientales y de proximidad?**

### **29.1. Información adicional.**

Hasta ahora no se ha tenido en cuenta más allá de precio/calidad/servicio y que sea aragonés. Desde la realización de la formación, valoraremos a la hora de contratar proveedores otros aspectos como su responsabilidad social.

## **SOCIAL**

### **Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

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

### **30.1. Información adicional.**

El club cree desde su inicio en el derecho real de igualdad. Cuando decimos igualdad, nos referimos a igualdad de oportunidades entre niños y niñas a la hora de realizar la práctica del fútbol. Hacemos clínicas en colegios para concienciar a los más pequeños de esta realidad. Damos a conocer lo que hacemos y fomentamos la práctica del fútbol. Colaboramos con diferentes asociaciones como Plena Inclusión, Asociaciones de mujeres, Asdes, Dona Médula, ningún niño sin merienda, La Caridad y otras tantas en las que podamos aportar nuestro granito de arena.

Aún siendo conscientes que queda mucho por hacer, si todos arrimamos el hombro Sí que seremos capaces de cambiar las cosas.

## **Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

**31.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con los fines y la estrategia de su organización?**

### **31.1. Información adicional.**

Se realizan acciones periódicas y puntuales que posteriormente se analizan para determinar la efectividad y hacer más incapié o no en según que acciones.

## **Transparencia con el entorno social de la organización**

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

### **32.1. Información adicional**

Para la realización de acciones se tiene comunicación con patrocinadores, proveedores, personal, voluntarios y se involucran a los diferentes agentes en función de la actividad a realizar

## **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

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

### **33.1. Información adicional**

Nuestros canales de comunicación son: Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, Web y mailing (con nota de prensa general y personalizado según la acción). Comunicamos y nos esforzamos en hacerlo, todo lo que el club realiza.

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

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

#### **34.1. Información adicional.**

No se realiza nada al respecto

### **Compromiso frente al cambio climático**

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

### **35.1. Información adicional.**

Reconocemos que nuestro margen de mejor al respecto es amplio porque a día de hoy no se realiza ninguna acción en este sentido

### **Economía circular**

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

#### **36.1. Información adicional**

Con la nueva instalación del CDM Mudéjar es una de las materias en las que queremos incidir tanto para nuestro personal como para toda aquella persona que visite la instalación en los diferentes entrenamientos y/o partidos.

### **Comunicación ambiental**

**37.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los diferentes grupos de interés?**

#### **37.1. Información adicional**

Se comunicaría perfectamente si se realizaran, pero no realizamos nada en cuestión de ambiente

## **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

### **Priorización de temas**

**38.- 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)**

-

### **Valoración Global**

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

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

**40.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

El fomento de la Igualdad. En general y particularmente en el deporte. Es sin duda el punto fuerte del Club.

**41.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

Sin duda en Medioambiente, puesto que no realizamos nada al respecto

### **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

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

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

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