

RSA - Entidades no lucrativas

Empresa evaluada

AD SALA ZARAGOZA FS

CIF:G50557131

C/Nicanor Villalta 6, Local

50017 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

Denominación de la organización

A.D. Sala Zaragoza, F.S.

Forma jurídica

Club Deportivo Básico

Número de socios (en caso de asociaciones)

22 trabajadores

Número de miembros Junta/Patronato

3

Dirección - CP - Población

Avenida Diagonal, 8 Local B36 - 50.197 - Zaragoza

Sector/Ámbito de actuación.

Sector Deportivo

Actividad principal

Fútbol Sala femenino

Colectivo principal atendido

Mujer y Deporte y Escuelas de Iniciación

Año comienzo actividad.

1993

Número de personas empleadas - media anual

26

Número de personas empleadas estables (contrato indefinido)

21

Número de voluntarios

6

Persona contacto

Presidente de la Entidad: Jesús Muñoz Hernández
Teléfono de contacto: 630101067

E-mail contacto

sala@salazaragoza.com

Página web

www.salazaragoza.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.)**

1.1 Información adicional

Desde Sala Zaragoza nos hemos dado cuenta de la importancia que tienen los diversos aspectos económicos, sociales y ambientales, así como del papel activo que debemos tomar respecto a ellos.

Nuestra agrupación deportiva se ve afectada por múltiples factores de los mencionados en la pregunta previa, entre los cuales destacamos los políticos y económicos. Dependemos en gran medida de ayudas públicas, por lo que los cambios de Gobiernos y Administraciones Públicas afectan directamente sobre nuestra actividad. Asimismo, todo lo que afecte a nivel económico a las empresas, de alguna forma también lo hará en nosotros, debido a que será más sencillo o más complicado obtener patrocinadores.

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

2.1. Información adicional

Dentro de su escenario y capacidad de actuación, cualquier empresa debe ser lo suficientemente autónoma como para afrontar las vicisitudes que le afectan.

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

Nuestra entidad hace una propuesta de valor a corto plazo para afrontar la competición en curso, programando la sostenibilidad económica a medio plazo, y el relevo deportivo con las jóvenes promesas de la cantera para el 1er equipo como método de sostenibilidad deportiva a largo plazo.

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

4.1 Información adicional

Nuestra entidad realiza contabilidad de gestión y posteriormente definitiva, que es controlada por el personal de administración para que no haya desfases en el presupuesto.

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

5.1. Información adicional

Una vez finalizado el año natural se crea un nuevo presupuesto para el nuevo año, en el que los fondos restantes se asignan a alguna de las partidas relativas a la actividad, como es la compra de material deportivo, gastos médicos, pago del salario de jugadoras... Este presupuesto primero, debe ser presentado al órgano de gobierno y aprobado por el mismo.

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

Desde gerencia, todos los días se transmite información de forma fluida hacia los departamentos de administración, comunicación, coordinadores, entrenadores... a través de los cuales también llega a jugadores y jugadoras.

Por otro lado, contamos con el Club de Empresas donde semanalmente se les informa a patrocinadores y colaboradores sobre las diferentes actividades que realiza el Club, tanto aquellas que realiza la Entidad por su cuenta, como aquellas en las que el resto de empresas se ven implicadas. Para ello utilizamos plataformas digitales como Whatsapp, RRSS...

Por último, con los socios y abonados nos comunicamos a través de publicaciones en RRSS, en la página web, así como atendiendo personalmente cada una de sus llamadas.

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

7.1. Información adicional

Cada año se realizan estudios de mercado de nuestros grupos de interés para conocer sus necesidades y descubrir así, la mejor forma de cubrirlas. Posteriormente, y con esa información, se establecen planes de acción diferenciados que nos permitan desarrollar una actividad más idónea y adecuada a cada uno de ellos.

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.

En nuestro caso, el órgano de gobierno es el propio fundador de la Agrupación, por lo que su implicación en el proyecto es total, y se involucran interviniendo y corrigiendo cualquier desviación.

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

9.1.- Información adicional.

Las cuentas anuales, así como otros documentos de interés, se suben a nuestra página web donde se ponen a disposición de todo usuario.

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

En los diferentes apartados de nuestra página web publicamos con frecuencia información sobre nuestra empresa, entre la que encontramos las diversas alianzas, acuerdos, justificantes de corriente de pago con las instituciones... Buscamos mostrarnos de la forma más leal y transparente posible.

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

El Club dispone de un código de conducta que aplica en todos sus procesos y con todos sus empleados, para que con la mayor diligencia posible, cada uno realice correctamente sus funciones.

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

El Club ha creado una guía de procesos donde se da buena cuenta de la misión, visión y valores que la entidad busca tener en su día a día.

Plan de Responsabilidad Social

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

13.1. Información adicional

Estamos sensibilizados con adquirir este sello debido a que entendemos que la RSA se encuentra dentro de nuestra cultura y valores, y queremos devolverle a la sociedad lo que la sociedad nos ha dado a nosotros y que nos ha permitido convertirnos en la entidad que somos ahora.

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

Por el momento no disponemos de un plan de Responsabilidad Social. Nuestra idea es ir adquiriendo conocimientos en esta materia para poder realizar un Plan completo con objetivos e indicadores.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

15.1. Información adicional

No realizamos ningún cuestionario por el momento, aunque entendemos la necesidad de hacerlo. La única forma que tenemos en la actualidad de obtener dicha información es a través de la cercana relación que tenemos con socios, quienes nos indican su satisfacción o descontento de forma verbal o escrita.

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

16.1. Información adicional

Al igual que en el punto anterior, somos conscientes de la necesidad de establecer mecanismos que analicen formalmente la satisfacción de estos organismos con nuestra actividad, aunque por el momento tan solo se obtiene dicha información de forma informal.

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

17.1. Información adicional

Analizamos los servicios que prestamos y gracias a la experiencia previa que tenemos, más la recogida de opiniones informales de los socios, elaboramos programas a medida que resulten en servicios más completos y adaptados a nuestro público.

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

Utilizamos las últimas tecnologías y aparatología del material deportivo de uso común para aplicar la enseñanza a las nuevas tecnologías.

Calidad de los productos y servicios

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

19.1. Información adicional

Cuando surge un nuevo servicio dentro de nuestra entidad, lo comunicamos a través de nuestras RRSS y página web para que todo usuario interesado pueda informarse. Siempre se busca hacerlo de la forma más transparente posible, además de que se le asesora ante cualquier duda que pueda presentar.

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

20.1. Información adicional

Recogemos las opiniones informales de nuestros usuarios sobre los servicios ofrecidos.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

21.1. Información adicional

Elaboramos flyers informativos para el usuario con información sobre precios, información, diferenciación frente al mercado...

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

22.1. Información adicional

Por el momento no disponemos de mecanismos formales que evalúen la in/satisfacción de los empleados, aunque sí que nos preocupamos por reunir sus inquietudes de manera informal.

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.

Sala Zaragoza es un Club cuyo máximo exponente es femenino, por lo que consideramos que la igualdad de género para nosotros es un mecanismo inherente al propio funcionamiento de la entidad. Asimismo, encontramos el mismo número de mujeres que de hombres en puestos de responsabilidad.

Por otro lado, la primera plantilla está compuesta por mujeres de dos nacionalidades (española y brasileña), además de encontrar otras en equipos inferiores, por lo que para nosotros no existe discriminación por raza o país de nacimiento.

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.

Buscamos adaptarnos a las necesidades de cada uno de nuestros empleados. Un ejemplo de ello es la clara compatibilidad de jugar profesionalmente en el primer equipo y los estudios universitarios de algunas de ellas. También, nos ajustamos a diferentes jornadas (completa o parcial) en función de posibilidades.

Formación y desarrollo profesional

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

25.1. Información adicional.

Analizamos la formación que necesitan nuestros empleados para un mejor desempeño de sus funciones y ponemos los mecanismos y los medios necesarios para poder desarrollarlo.

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

26.1. Información adicional.

Cada persona contratada recibe una formación inicial para que conozca los pormenores de su puesto de trabajo y las características especiales, historia y valores de una entidad que, como la nuestra, tiene peculiaridades al tratarse de un club deportivo de élite femenino.

Seguridad y Salud

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

27.1. Información adicional.

SPA es nuestro actual proveedor de seguridad laboral y es el encargado de identificar y analizar los riesgos laborales, así como de elaborar nuestro plan anual de Salud.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

28.1. Información adicional.

Principalmente buscamos proveedores con arraigo en nuestra tierra, ya que nos parece fundamental el fomento de la economía local. Además, estos proveedores son quienes más posibilidades tienen de identificarse con nuestro proyecto deportivo.

Dentro de nuestro Club de empresas también buscamos aquellas empresas que sean altamente significativas dentro de su sector.

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, la forma de escoger proveedores dependía fundamentalmente de la relación calidad/precio que ofrecían en sus productos y servicios. Además, al constituir una entidad deportiva, la cual no obtiene grandes beneficios anuales, resulta difícil priorizar otros aspectos como la responsabilidad social o medioambiental ya que suelen tener precios más altos. Sin embargo, nos gustaría empezar a priorizarlo en la medida posible, aunque para ello todavía queda mucho que aprender.

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.

Actualmente disponemos de un programa social denominado Futsal sin Barreras, en el cual se les da oportunidad a niños/niñas sin recursos a participar en la actividad de forma gratuita. Además, colaboramos con Aspanoa a quienes se les ha dedicado un espacio preferencial en las camisetas de juego.

Para nosotros, unir la imagen de entidades sociales como Aspanoa, es una forma de acercar el deporte a los grupos más desfavorecidos.

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.

Dentro de nuestro Plan de Marketing diferenciamos indicadores que nos hacen tener en cuenta el impacto de nuestras actividades, revisándolas para el siguiente plan de Marketing.

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

En este tipo de acciones, se busca colaboración de todos los participantes del Club.

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

Realizamos informes de impactos de RRSS y MMCC. Tenemos a una responsable de área contratada para desarrollar estas funciones del día a día en el Club.

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.

Aunque nos encontramos sensibilizados con el tema en cuestión, todavía no hemos establecido planes de gestión ambiental. Nos gustaría formarnos para comenzar a implementarlos y poder ayudar a tener un planeta mejor.

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.

A pesar de que en este momento no estamos realizando actividades que ayuden a prevenir nuestros impactos ambientales, nos gustaría establecer un plan de actuación en los meses próximos.

Economía circular

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

36.1. Información adicional

Es un tema que, por el momento, no se ha tocado en nuestra organización.

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

Es un tema que hemos comenzado a trabajar en los últimos meses y estamos empezando a desarrollar nuevas iniciativas.

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?

Consideramos que nuestro punto fuerte actual está relacionado con la responsabilidad social, ya que estamos muy concienciados en apoyar a personas en riesgo de exclusión, incluso colaborando con asociaciones como Aspanoa, Plena Inclusión de Aragón, Enfermedades PERA...

41.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

La falta de un cronograma de acciones de RSA más extenso. Al igual que algunos puntos del plan los desempeñamos de forma correcta y nos encontramos plenamente concienciados con ellos, existen otros puntos que apenas están planteados. Por ejemplo, en tema medioambiental, todavía no se ha desarrollado ninguna acción, ni se ha establecido ningún plan de actuación.

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?