

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**TALLERES BLANCO, S.A.**

CIF:A22003297

Pº de San Juan Bosco 22.-

22400 - Monzón

Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

TALLERES BLANCO SA

#### 02 - Dirección - CP - Población

PASEO SAN JUAN BOSCO , 24

22400 MONZON (HUESCA)

#### 03 - Sector. Actividad

Venta de Vehiculos Renault y Dacia

Venta de Vehiculos Seminuevos y usados

Venta de Piezas de Recambio

Servicio de reparacion mecanica , electricidad de coches y furgonetas , de combustion ,  
hibridas y electricos

Taller de Chapa y pintura ,

Servicio Rapido de mnatenimiento

Servicio Rapido de Neumaticos

Alquiler de coches sin conductor

#### 04 - Año comienzo actividad.

LA actividad se comenzo en 1966 , pero ya veniamos de tener el socio fundador un taller  
de ventas y reparacion de motos desde eñ año 1957

#### 05 - Número de personas empleadas

Actualmente 10 , aunque fluctuamos segun la epoca de 9 a 11

#### 06 - Persona contacto

Ana Blanco Ariño

#### 07 - E-mail contacto

talleresblanco@renaultblanco.es

#### 08.- Página web

www.renaultmonzon.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 consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

### 1.1 Información adicional

Dentro el sector al que pertenecemos estamos vinculados temas que nos afectan como el cambio en las normativas de emisiones de los coches , o el control de los residuos , las variaciones que se hacen por parte de los gobiernos, que estan en ese momento ,respecto a los impuestos que deben pagar los coches .

Todas esa normativa es de obligado cumplimiento y se debe hacer sin mas , alli tenemos la ayuda de las asociaciones

El empleo , el buen estado de la economia en el pais afecta , pero mas el de nuestra zona de influencia , al ser un sector terciario nustrtos clientes se comportan acorde a su situacion monetaria , mas consumo a mas renta .

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

No

### 2.1. Información adicional

Bueno ya he explicado en la anterior respuesta que en este sector hay siempre mucha legisalacion que es muy cambiante ,

Las asociaciones profesionales de la automocion son una ayuda importantisima tanto para informarnos , ayudarnos y guiarnos , como como interlocutoras a nivel estatal

## 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 plantea y planifica por exigencia legal (sectores específicos) el impacto de los aspectos sociales y ambientales en la actividad tanto en el corto como en el medio o largo plazo

### 3.1. Información adicional

En el aspecto medioambiental , al producir residuos peligrosos , tenemos que tener en cuenta el coste que supone el realizar las recogidas y mantener la politica ISO medioambiental .

Por lo que se tienen en cuenta para poder sacar los costos generales y el precio de nuestra mano de obra

**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**

Para los proyectos sociales según sean demandados por colectivos de carácter local, siempre que sea posible se participa.

Nuestro apoyo a las Instituciones como CARITAS MONZON.-BARBATRO, a través de los precios que son inferiores para ellos, como en campañas específicas como "Cena Solidaria de Navidad"

Participación en actos para niños en las Fiestas Patronales

Apoyo cultural al CIne en nuestra sociedad

Y a varios deportes

**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**

Si, en la organización tenemos definidos nuestros clientes perfectamente en 3 grupos que son cliente particular, empresa y compañías.

Así como nuestros proveedor principal

**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**

Se realizan encuestas a nuestros clientes para saber la satisfacción de nuestro servicio, esta se realiza directamente por nosotros.

La marca nos mide el grado de satisfacción de la venta de vehículos que es cuantificada y lleva a una remuneración.

Cada final de año, la gerencia se reúne con cada empleado y se intercambian los aspectos positivos, negativos y de mejora por ambas partes

**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?**

Existe un código de conducta a disposición de todas las personas de la organización

### **7.1. Información adicional**

Existe un código de buenas prácticas y de conducta .

Esta colgado en el tablon de anuncios y se entrega a cada uno de los empleados que se incorporan

### **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**

Internamente la empresa tiene unos claros y definidos propósitos de como quiere que se trate al cliente , así como entre nosotros

Se recuerda en la reuniones y se tiene fijado cada año un eslogan a seguir

Este año es "mas de 3000 clientes nos hacen seguir en el mundo de la automoción" (se puede ver en nuestra pagina web)

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

#### **9.1. Información adicional**

Estamos inmersos en un continuo proceso para que todo lo que hacemos tengan un impacto positivo y responsable ante la sociedad.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

#### **10.1. Información adicional**

Nuestra responsabilidad con la sociedad ha sido estos años hasta que tengamos el sello RSA voluntaria e intentando llevar unas pautas lo mas responsables posibles y entre ellas, la responsabilidad con el medio ambiente por los residuos que generamos , estuvimos en el registro de productores desde el primer momento y siempre cumpliendo la legislación en ese aspecto .

## **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**

Disponemos de CRM que mide la satisfacción del cliente .

**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**

Tenemos uno resultados de satisfacción que conocemos y eso nos permite conocer nuestros puntos débiles para mejorar en los cuatrimestres posteriores .

Además es cuantificado y remunerado si se cumple el valor que la marca indica.

**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 investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

**13.1. Información adicional**

Se hace a través de dos vías

Por una parte a través de la Marca que tiene una metodología en la cual todos los puntos de Europa registran las quejas de los clientes y así se crean puntualmente unas revisiones gratuitas llamadas OTS para mejorar la calidad de nuestros vehículos.

Nosotros desde nuestra empresa, aportamos esos datos ,y además planificamos reuniones mensuales en Post venta donde se hace un resumen de los retornos y se estudian las causas , y se adoptan soluciones para disminuir esos retornos

**Calidad de los productos y servicios**

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

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

**14.1. Información adicional**

Se trabaja en el servicio que ofrecemos tanto en venta como reparación bajo un sistema de calidad basado en los 20 imprescindibles , 10 para venta y 10 para postventa .

Con el cumplimiento de ellos se pretende conseguir la mayor eficiencia y calidad del servicio.

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

**15.1. Información adicional**

Nuestro sistema de Post venta está totalmente estandarizado y regulado por la Marca .

Tenemos auditorías externas para comprobar el cumplimiento de las pautas que nos asigna la marca y una remuneración según el nivel de calidad alcanzado

## **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 detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

#### **16.1. Información adicional**

En todas las relaciones que tiene la empresa y sus clientes , tiene visible el precio del servicio .

En la postventa hay visible en un cartel los precios de la mano de Obra , de un presupuesto o por estancia , al firma la OR ,cuando se deposita el coche ,queda claro el que se hace y nunca se hace mas de lo que esta escrito sin autorizacion

En la parte de venta todos los precios son visibles a traves de la WEB de REnault-Dacia y al firmar el pedido se desglosa perfectamente los precios y los extras que le cliente haya comprado , igualmente al financiar.

Las piezas se dejan guardadas hasta que le cliente viene a recoger el coche para demostrar que se han cambiado , y se explixa en factura la tasa que se cobra por los reisduos.

La transparencia es total en precio y en el trabajo hecho

## **PERSONAS EMPLEADAS**

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

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica

#### **17.1. Información adicional**

La gerencia se reúne cada final de año con los empleados uno a uno , donde a traves de la observacion y de los items que se cuantifican durante el año se tiene preparado un test de evaluacion de las competencias que se le da a conocer al trabajador.

A partir de alli se ven los puntos fuertes y debiles de cada uno y se intenta que el empleado vea como lo ve la empresa y el diga como nos ve a nosotros.

Se comunica igualmente lo que ha costado a la empresa y el hace si asi lo cree conveniente peticiones tanto de salario como las que crea convenientes

### **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 formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

#### **18.1. Información adicional.**

En primer lugar hay que reseñar que en esta empresa la gerencia es llevada por una mujer y mandos intermedios hay la encargada de Ponsveta.

Una vez dicho esto tenemos hechos los protocolos ;

De igualdad retributiva

De no discriminación y De Prevención ante el acoso sexual.

En nuestra plantilla hay tantos españoles como de otras razas que no están discriminados en ningún ámbito

La presencia de mujeres es de 27 % entre ella la gerencia

## **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 el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

El horario que tenemos se ha cambiado para poder conciliar la vida personal y laboral .

Las personas con hijos o familiares mayores a su cargo tienen flexibilidad para faltar al trabajo si deben atenderlos en los momentos puntuales .

Los padres y madres son después de los de más antigüedad los que deciden las vacaciones primero.

Se suele hacer una comida o cena para crear vínculos y así como las celebraciones de cumpleaños de cada uno de la plantilla la celebra con el resto.

## **Formación y desarrollo profesional**

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

#### **20.1. Información adicional.**

la formación viene marcada por Renault-Dacia .

Estamos en continuo procesos de formación bien online o presenciales

Se forman según sus competencias en el taller y en ventas

Los cursos abarcan desde :

Información técnica de nuevos métodos de reparación para coche eléctrico

Cursos para mejora de cualificación

Cursos de Atención al cliente

Cursos para conocer los nuevos modelos

Cursos de gestión de financiación

A parte los cursos de Prevención de Riesgo y alguno que quiera hacer alguno determinado

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

El modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas con herramientas como, por ejemplo, desarrollo de un plan de carrera, que se mide y comunica de forma sistemática.

#### **21.1. Información adicional.**

, Para ocupar ciertos puestos se deben validar una serie de conocimientos que son marcados por la Marca , sin ellos hay puestos que no se pueden tener.(jefe de ventas , cotec , recepción)

Po otra parte hacemos una evaluación de desempeño y la actitud ante el trabajo y sus expectativas del trabajador que en la reunión anual con el se le propone cursos de mejora (algunos obligatorios ) o si quiere subir de categoría profesional.

Cada año tenemos conocimiento del plan de formación que Renault plantea , nuestro sector es de formación continua

### **Seguridad y Salud**

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

Se dispone de un Plan de Empresa Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

#### **22.1. Información adicional.**

Plan de Prevención de riesgos laborales y vigilancia de la salud con la empresa externa MAZ.

Se realizan anualmente revisión médica

### **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.**

Nuestras compras en un 80 % se centra en un solo proveedor el cual promueve acuerdos de colaboración sólida y durable, bajo contrato anual de un determinado montante de compra .

RECSA cumple con la evaluación de criterios medioambientales , laborales , sociales .

El resto de compras es a nivel local ,siempre se intenta que sean por empresas de nuestra zona para incrementar la economía de la misma , pero que cumplan con buenas prácticas ,

#### **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.**

El criterio solo lo podemos seguir en la parte de proveedores que nosotros elegimos , Siempre prima el cliente nuestro que nos pueda vender lo que necesitamos y despues a nivel local , para empujar la ecomia de nuestra zona y asi el bienestar social.  
La compra del producto buscamos la calidad

### **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 con una planificación formal

#### **25.1. Información adicional.**

Hay ciertas actuaciones que se repiten durante todos los años , las mas gratificantes son las que se dedican a colaborar con entidades que ayudan a nivel social a los mas desfavorecidos , bien con aportaciones como es el caso de CRUZ ROJA , o tambien a CARITAS tanto a nivel economico en la Participacion en la Cenas Solidarias como directamente como clientes en un precio mas bajo en nuestro servicios.  
Tambien colaboramos en organizaciones catolicas de ambito local , en los colegios para actividades asi como les ofrecemos vistarla (como han hecho algun año).  
El deporte es el segundo pilar de nuestra accion social , estamos como patrocinadores del futbol , de paddel , de la carrera de la mujer etc

#### **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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

#### **26.1. Información adicional.**

Talleres Blanco como empresa que esta implantada hace muchos años y cuyo fundador nacio en Monzon , esta siempre comprometida en todo aquello que pueda aportar para el desarrollo social , economico de su ciudad

#### **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?**

No se difunden estas actuaciones

### **27.1. Información adicional**

Realmente no se transmite directamente , lo que por ser una empresa pequeña y una ciudad media , se hace visible

Hay en ciertas actuaciones a nivel social que consideramos que se queden en el ambito mas privado ( algun caso puntual de personas desfavorecidas)

## **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**

Algunas actuaciones que reportan publicidad si se dan a conocer en medios de comunicacion

## **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 evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

##### **29.1. Información adicional.**

En el taller se eliminan correctamnete los residuos que generamos tanto los peligrosos como lo que no lo son, desde el momento que se generan hasta que se reciclan con las empresas encargadas de su retirada.

Con al normativa de la ISO medioambiental tenemos conocimiento de todos los residuos que generamos y su evolucion , eso nos lleva a marcar objetivos para disminuir cada año dos de ellos .

El consumo de luz y agua se controla con un registro mensual , se han hecho acciones para disminuir el gasto energetico .

### **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.**

Nuestro compromiso es total en los mucho o poco que podamos aportar , tenemos un sistema para recoger las salidas de los humos de los coches .

Los vehiculos que estan para ser tirados se mantienen en la forma y condicion que marca el RD 1383/2002 , respecto al almacenamiento del aceite usado s baterias y liquidos se sucmple a la ley "de Residuos y suelos Contaminados"

La ISO medioambiental es la mejor forma de cumplir con los objetivos de cuidar el medioambiente y ayudar a la sostenibilidad teniendo un impacto ambiental minimo

## **Economía circular**

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

No se han desarrollado iniciativas o proyectos orientados a la economía circular

#### **31.1. Información adicional**

A lo mejor no tenemso el concepto muy claro de que es economia circular , pero si es compartir sinergias entre clientes y empresas del sector creo que eso si lo hacemos

## **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 comunican, pero exclusivamente a grupos de interés implicados

#### **32.1. Información adicional**

Talleres Blanoc esta inscrito en el Registro de productores de Residuos de la Comunidad.  
Tiene Iso medioambiental.

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

### **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?**

5

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

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

Los años que llevamos trabajando en el sector de automoción , siempre con el cumplimiento a nivel legal de todo lo que se ha aprobado estos 60 años en materia social, laboral , y de medio ambiente .

Un conjunto de personas que trabajamos para satisfacer a nuestros clientes y hacer grande nuestro pueblo

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

Poner mas en valor las acciomes que hacemos , mejorar la implicacion del personal en poner en marcha acciones para reducir el impacto en el medioambiente, el consu,o mas responsable de energia .

#### **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 3. Salud y bienestar.
- 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 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.