

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)**

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?

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?

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?

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.

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?

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?

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?

8.1. Información adicional

Internamente la empresa tiene unos claros y definidos propositos de como quiere que se trate al cliente , asi 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 automocion" (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?

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?

10.1. Información adicional

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

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

Disponemos de CRM que mide la satisfaccion del cliente .

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

12.1. Información adicional

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

Ademas 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?

13.1. Información adicional

Se hace a traves de dos vias

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

Nosotros desde nueetra empresa, aportamos esos datos ,y ademas palnificamos 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?

14.1. Información adicional

Se trabaja en el servicio que ofrecemos tanto en venta como reparacion bajo un sistema de calidad basado en los 20 impresdincibles , 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?

15.1. Información adicional

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

Tenemos auditorias externas para comporbar el cumplimiento de las pautas que nos asigna la marca y una remuneracion segun el nivel de calidad alcanzado

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

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?

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)?

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 discriminacion y De Prevencion ante el acoso sexual.

En nuestra plantilla hay tantos españoles como de otras razas que no estan discriminados en ningun ambito

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?

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?

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?

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?

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?

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?

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 después a nivel local , para empujar la economía de nuestra zona y así 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?

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?

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?

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?

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?

29.1. Información adicional.

En el taller se eliminan correctamente 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 la normativa de la ISO medioambiental tenemos conocimiento de todos los residuos que generamos y su evolución, 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 energético.

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?

30.1. Información adicional.

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

Los vehículos que están para ser tirados se mantienen en la forma y condición que marca el RD 1383/2002, respecto al almacenamiento del aceite usado y baterías y líquidos se sujeción 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 mínimo.

Economía circular

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

31.1. Información adicional

A lo mejor no tenemos el concepto muy claro de que es economía circular, pero si es compartir sinergias entre clientes y empresas del sector creo que eso sí 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?

32.1. Información adicional

Talleres Blancoc está 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)

-

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?

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)?

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?