RSA - PYMES

Empresa evaluada

AUTOMOVILES TONES, S.L.
CIF:B22224059
Polígono Industrial Valle del Cinca 48.-
22300 - Barbastro
Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

AUTOMÓVILES TONÉS

02 - Dirección - CP - Población

P.I. VALLE DEL CINCA, 48
22300 BARBASTRO (HUESCA)

03 - Sector. Actividad

AUTOMOCIÓN. Venta y Postventa de vehículos y vehículos comerciales

04 - Año comienzo actividad.

1978

05 - Número de personas empleadas

7

06 - Persona contacto

RUBÉN ARMISÉN CASTRO

07 - E-mail contacto

postventa@automovilestones.es

08.- Página web

www.automovilestones.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

Automóviles Tonés está certificado con la ISO 9001:2015 que entre otros requisitos nos obliga a realizar anualmente un DAFO a partir del cual describimos los Planes de Acción Anuales de la empresa.
Económicos: todavía arrastramos crisis debido al paro de la economía por la covid, unido a la situación de recesión que está viviendo el país.
Políticos: guerra de ucrania, crisis de semiconductores, huelgas de la logística: están afectando de forma muy directa en los tiempos de espera para la entrega de coche nuevo, que en estos momentos está cercano a los 12 meses en algunos modelos.
Medioambientales: adaptación a la nueva movilidad en el 2030, incertidumbre acerca de la solución de movilidad que adquirir por parte de los clientes: el gobierno impone movilidad eléctrica pero sin embargo no contamos con infraestructuras para que pueda existir una movilidad real.
Tecnológicos: El desarrollo del coche conectado nos ayuda en la fidelización del cliente, a través de internet recibimos avisos del estado del vehículo de nuestro cliente y así podemos ofrecerle el mejor servicio.
Sociales: la situación de nuestro Servicio Oficial en una pequeña ciudad de la provincia de Huesca está muy ligado a la situación social de la comarca: falta de talento y mano de obra para incorporar al concesionario, falta de infraestructuras para liderar el cambio al coche eléctrico, provincia con una baja densidad de población. Por otra parte, viviendo en el medio rural, los habitantes de nuestro área de influencia necesitan vehículo a diario y el trato con nuestros clientes es muy cercano lo que facilita la fidelización.

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

No

2.1. Información adicional

Todos debemos trabajar en temas de Responsabilidad Social y Buen Gobierno, es importante que analicemos el impacto de nuestras acciones sobre los stakeholders y marquemos líneas de acción que hagan sostenible nuestra actividad empresarial en el futuro.
En Automóviles Tonés creemos en la necesidad de trabajar escuchando los stakeholders, definiendo nuestras líneas de crecimiento estableciendo sinergias con nuestros grupos de interés. Creemos que enfrentarnos de forma individual a temas globales no tiene sostenibilidad temporal.

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

A principio de año, analizados los resultados del ejercicio anterior, se marcan planes a corto plazo (anuales) y se revisan los planes a largo plazo.
En la situación económica/política mundial, afectados tanto de la falta de materiales, como de la subida de los precios del petróleo, la energía etc. los planes son fundamentalmente hitos a corto plazo que revisamos casi mensualmente .
En nuestro sector, además nos encontramos en una situación de incertidumbre en la que no está muy claro el futuro de los coches (combustibles fósiles, electricidad, hidrógeno..) ni el tipo de movilidad que se impondrá en los próximos años.

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

En nuestra empresa colaboramos habitualmente con asociaciones culturales y deportivas de nuestro entorno.
Somos patrocinadores de eventos deportivos a través de asociaciones deportivas locales:
- Club Baloncesto Barbastro,
- Media Maratón Ruta del Vino Somontano
- Unión Deportiva Barbastro
- Club Atletismo Barbastro

Y también patrocinios culturales:
- Encuentro Motastro

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.

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

5.1. Información adicional

Tenemos identificados los grupos de interés y realizamos una gestión específica con algunos de ellos.
Internos: grupo Volkswagen, propiedad y trabajadores
Externos: proveedores de recambios, proveedores de servicios, clientes de ventas, clientes de postventa y sociedad local, incluyendo las comarcas de impacto (Sobrarbe, Ribagorza, Somontano, Alta Ribagorza, Valle de Arán).

Otros grupos de interés con los que debemos trabajar más son instituciones, asociaciones sectoriales, gobierno autonómico y central, instituciones de la Unión Europea, etc.

Sobretodo pensando en las nuevas políticas de movilidad y en la posibilidad de subvenciones Next Generation debemos trazar un plan de acción para integrar estos stakeholders en nuestra estrategia y alinearnos con las directrices marcadas por las instituciones.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

6.1. Información adicional

Disponemos de mecanismos para conocer el grado de satisfacción de nuestros skateholders a través de:
- encuestas telefónicas de satisfacción a clientes
- mistery call: satisfacción clientes
- cliente fantasma: calidad atención al cliente
- evaluación de la formación recibida por los trabajadores
- reuniones trimestrales con el gerente de zona técnico y gerente de zona de Volkswagen

El tamaño de la empresa hace que se establezca una relación personal e individual con cada uno de los colaboradores y que desde dirección se conozca su grado de satisfacción y problemas específicos sin necesidad de establecer planes de acción generales para ello.
Este año se realizará al final de año una encuesta de clima entre los trabajadores para tener un registro.

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 ético a disposición de todas las personas, colgado en el tablón de anuncios.
Además, cada nueva incorporación recibe junto con el resto de la formación, formación en materia de calidad, prevención de riesgos laborales, cumplimiento normativo, etc.

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

Los trabajadores son conocedores de la política de calidad en lo que afecta a la atención al cliente y en los procesos de servicio.
Reciben formación recurrente sobre estos temas y se evalúa a través de encuestas de satisfacción.
Se reportan las averías repetitivas, para evaluar la calidad de la reparación y la calidad del producto.

Se trazan objetivos de formación, de calidad del servicio, de fidelización del cliente y de cumplimiento normativo por áreas.

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

La solicitud de este sello RSA es el primer acercamiento formal de la empresa a la Responsabilidad Social, aunque nos consideramos una empresa comprometida a todos los niveles.
A nivel medioambiental se cumple con toda la normativa de gestión de residuos.
A nivel de prevención de riesgos, todos los trabajadores reciben la formación necesaria para realizar su trabajo sin riesgos para ellos ni para los compañeros.
A nivel social, como hemos visto anteriormente, históricamente se ha colaborado con diferentes actuaciones locales cuando los grupos de interés sociales lo han demandado.
A nivel de buen gobierno, se trabaja por un buen clima laboral y recientemente se ha mejorado el horario de los trabajadores del área de postventa, para ayudar en la conciliación familiar.

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

No existe un Plan pero va a detallarse para el próximo 2023 de cara a la implantación y futura renovaciòn del sello RSA.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

11.1. Información adicional

La satisfacción del cliente es un tema material en la estrategia de Automóviles Tonés y en el Grupo Volkswagen España.
Existen varios mecanismos de control de la satisfacción del cliente a través de encuestas a clientes, de cuyo resultado se extraen algunos de los KPI's esenciales en la gestión estratégica del Servicio Oficial.
Además existe auditoría de llamada para evaluar la calidad del servicio de Atención al

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

A través de las encuestas de satisfacción al cliente obtenemos información de aquellos servicios que no cumplen con las expectativas de nuestros clientes.
En nuestros KPI's de satisfacción del cliente, el tiempo de respuesta a cualquier comentario tanto a través de la web/ RRSS/ como en las encuestas de satisfacción tras un paso por taller debe ser inferior a 24h.
A través de estos comentarios y dando respuesta a los mismos aseguramos una mejora continua en nuestros servicios y una satisfacción de nuestro cliente excelente.

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

A través de Volkswagen Group España, se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado.
Automóviles Tonés como asociado al grupo, implanta dichos productos y servicios según la metodología y planificación estipulada desde la matriz.
Además, se realiza una vigilancia del mercado local, para probar nuevos productos/servicios que sean exitosos en la competencia.

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

Disponemos de varios procedimientos de control que aseguran la calidad y competitividad de nuestros productos y servicios:
- aseguramiento de la calidad de nuestro servicio de postventa, a través de check list y recorrido de prueba
- control de calidad de los recambios, asegurado por el cumplimiento de unos altísimos estándares de calidad y normas ISO
- calidad del producto, respondiendo ágilmente a defectos de fabricación, actualización de software, medidas de servicio concretas a través de una buena gestión de nuestro servicio de postventa a través de una base de datos general de la marca.

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

La postventa es un tema material en el plan estratégico de Automóviles Tonés, por eso se destinan recursos humanos y económicos suficientes para asegurar la calidad y competitividad del servicio.
Automóviles Tonés está certificado con la ISO 9001:2015 en su servicio de Postventa.

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

De acuerdo con nuestra política de transparencia, los precios son comunicados a nuestros clientes en el momento de la solicitud de información del servicio.
Tanto en el caso de la venta, donde se firma el contrato con el precio final de adquisición del vehículo como en la postventa, donde desde el primer contacto, se informa al cliente del precio del servicio, forma de pago, condiciones de recogida y entrega y tiempo necesario (siempre que es posible) para la intervención.
De acuerdo con nuestra política de cumplimiento, cualquier ampliación de la orden de trabajo debe ser comunicada al cliente y aceptada por este, asegurando la completa transparencia de nuestros servicios.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

17.1. Información adicional

Los empleados son un grupo de interés fundamental para cualquier empresa, pero mucho más importante para una PYME.
Dado el tamaño de nuestra empresa, las personas que forman parte de ella comparten y comprenden nuestro proyecto. La comunicación con los empleados es fluida y diaria, tratando de buscar su apoyo y compromiso con las líneas marcadas por la empresa.
Hasta la fecha no se han realizado encuestas de clima laboral aunque se realizan reuniones frecuentes con todos los empleados y se escuchan sus necesidades siempre que así lo solicitan.

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.

En nuestra empresa existe una política retributiva por puesto garantizando el respeto a la igualdad de oportunidades.
El sector tiene sesgo de género y así mismo se manifiesta en nuestra instalación, es difícil encontrar mujeres con formación en mecánica.
El único puesto administrativo está ocupado por una mujer.

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 concilación personal, familiar y laboral especificarlas.

En este sentido se ha implantado recientemente un nuevo horario que pretende conciliar la vida personal, familiar y profesional en la empresa.
Además, siempre que es posible se facilita la conciliación, tanto en lo referente a las vacaciones como al acompañamiento en horario laboral a menores o mayores a cargo por temas de salud, educación, etc.
En nuestro sector, el teletrabajo no es posible, por lo que esta medida no se ofrece a los trabajadores.

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.

En general, el plan formativo que existe desde la matriz del grupo es suficientemente extenso y amplio como para cubrir todas las necesidades de formación:
- programas para desarrollar competencias de acuerdo con los objetivos del puesto
- formación en calidad de procesos, servicio y atención al cliente
- formación en competencias digitales
- formaciòn en nueva normativa que aplique al puesto
- formación en Prevención de Riesgos Laborales

etc.

En cualquier caso se atienden demandas específicas si las hubiera.

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.

Desde el momento del onboarding de cada trabajador se define un plan de carrera con un plan de formación asociado.
Según se van asumiendo nuevos roles, estos tienen un plan de formación asociado.

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.

En cumplimiento de la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales Automóviles Tonés tiene implantado un Sistema de Prevención de Riesgos Laborales, revisado y asesorado de forma externa.
Todos los trabajadores de la empresa reciben formación actualizada y continuada.

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.

Automóviles Tonés como asociado al grupo Volkswagen tiene una parte de sus compras centralizadas.
El departamento de compras de Volkswagen vela por la integridad social, ética, laboral y medioambiental, promoviendo acuerdos de colaboración sólidas y durables en el tiempo.
Existe un protocolo de evaluación de proveedores en base a criterios de Responsabilidad Social como cumplimiento normativo, mejores prácticas, PRL y ética empresarial.

Para las compras realizadas directamente desde la instalación, además de la calidad y el precio se tienen en cuenta la procedencia para fomentar el desarrollo local.

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren

aspectos sociales y ambientales?

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

24.1. Información adicional.

Tal y como se ha comentado en el apartado anterior, el Dpto de Compras de Volkswagen aplica criterios de Responsabilidad Social en la selección de los colaboradores, con los que se establece un diálogo bidireccional que permite trabajar desde la confianza en el desarrollo, homologación y aceptación de los productos.
Desde Automóviles Tonés, los criterios con más peso en la selección de proveedores son la confianza generada por el proveedor como la ubicación, ya que el el desarrollo local impacta directamente en nuestros stakeholders.

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.

Se colabora con proyectos sociales, principalmente de índole deportiva de carácter local para apoyar a asociaciones y clubs deportivos.
Igualmente se colabora con asociaciones culturales o educativas siempre que así lo solicitan.
Esta práctica es parte del ADN de la empresa aunque nunca ha sido planificada ni tenido en cuenta de cara a una comunicación a los stakeholders.
En los últimos años se ha colaborado con la Unión Baloncesto Barbastro, con el Club de Atletismo Barbastro y Motastro.

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.

La envergadura de la empresa y el tamaño de la población limitan los proyectos sociales en los que participar.
Cuando alguna asociación llega a nuestra empresa tratamos de buscar "cómo alinearnos" con su actividad y "de donde sacar" para poder atender a su necesidad.
Desde nuestro punto de vista, la población en la que nos asentamos son nuestros stakeholders, y dentro de nuestras posibilidades todo aquello que es deporte, cultura y familia estaría dentro de lo que consideramos alineado con nuestra estrategia.

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?

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

27.1. Información adicional

No realizamos actuaciones de voluntariado desde nuestra empresa.
Por el contrario, todo el personal de Automóviles Tonés sabe que actuaciones se patrocinan y saben que pueden acudir a solicitar patrocinio si en alguna ocasión tienen necesidad.
Habitualmente suelen ser equipos deportivos escolares y si los hijos de algún colaborador están en algún equipo tratamos de llegar al patrocinio.

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?

No se comunican

28.1. Información adicional

Es habitual como parte del ADN de la empresa la colaboración con agentes sociales de las poblaciones de influencia, sin embargo nunca se ha hecho una comunicación proactiva de las mismas.
Está dentro de los objetivos de este año, comunicar todo lo que se hace en la empresa en el ámbito de la Responsabilidad Social.

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.

En Automóviles Tonés, se realiza una segregación de los residuos en cumplimiento con la normativa aplicable a nuestro sector a través de gestores autorizados.
Se controla el gasto energético y se están sustituyendo las luminarias por la versión led para reducir el consumo.
Se está estudiando la instalación de paneles solares en el tejado de la instalación para poder reducir la huella de carbono de nuestra instalación.
Se ha instalado en el exterior un punto de recarga para coches eléctricos a disposición del público en general.
Además, a través de la marca hay una política medioambiental de apuesta por el vehículo

eléctrico y una nueva movilidad que se ha denominado GO TO ZERO.

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.

A este nivel es sobre todo nuestra matriz, Volkswagen, quien está desarrollando y comunicando la nueva política medioambiental.
La estrategia del Grupo Volkswagen ha puesto la reducción de la huella de carbono en el centro de su plan estratégico a largo plazo: desarrollo de una nueva movillidad liderada por los coches eléctricos.

Economía circular

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

31.1. Información adicional

En el campo de economía circular se ha implantado fuentes de agua para evitar el consumo de botellines.
Se recicla y se separan los residuos y se está estudiando la instalación de paneles eléctricos para autoconsumo.
Además en los casos que es posible se reparan neumáticos y en ocasiones se realizan cambios de piezas de backmarket.
En este sentido, queremos hacer un estudio completo de los procesos para ver en qué puntos podemos hacerlos circulares.

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 no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Todos los colaboradores de Automóviles Tonés son responsables en el segregado de los residuos y acogieron de buen grado las fuentes de agua fresca.
Sin embargo, estas actuaciones se ven como una práctica habitual y no como un tema meramente ambiental.
Es objetivo del 2023 hacer una comunicación de todos los temas de Responsabilidad Social a todos los stakeholders.

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

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?

6

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Nuestro punto fuerte son las personas, tanto las que componen Automóviles Tonés, que son una plantilla comprometida con nuestra empresa, como nuestros clientes, que nos son fieles desde hace décadas.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

El primer área de mejora irá dirigido a nuestro punto fuerte para que lo siga siendo: medidas para mantener el buen ambiente laboral.
Mantener la certificación ISO que asegura el servicio de calidad a nuestros clientes y continuar formando a todo el equipo en una atención al cliente de calidad.
Y para seguir, ordenar los proyectos sociales ya comprometidos, establecer presupuesto y comunicarlo.
Dedicar más tiempo a la elaboración del plan estratégico anual, incluyendo los ODS en los hitos a cumplir.
Revisar los procesos productivos para buscar una mayor eficiencia y circularidad en los casos que sea posible.

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 4. Educación de calidad.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.