

ZELFVERKLARING OVER HET JAAR 2024

Steeds meer bedrijven en organisaties ondertekenen de Code Verantwoordelijk Marktgedrag. Daarmee geven ze invulling aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Invulling aan eerlijk en fatsoenlijk zakendoen met elkaar. In de markt verwachten bedrijven steeds vaker dat de ingekochte dienstverlening eerlijk en fair geleverd wordt.

Ondertekenaars van de Code Verantwoordelijk Marktgedrag Schoonmaak- en Glazenwassersbedrijf leggen verantwoording af over de toepassing van de Code. Dit gebeurt één keer per jaar in een zelfverklaring. Daarnaast zijn wij benieuwd naar uw beleving van de Code Verantwoordelijk Marktgedrag en vragen wij u hoe u uw rol binnen de Code Verantwoordelijk Marktgedrag ziet.

Uitleg scorebalk: Hier kunt u uw score monitoren aan de door u ingevulde antwoorden. Hoe hoger het percentage hoe beter u het doet!

Totaalscore

60%

1. Waarom vindt uw organisatie het belangrijk dat geïnvesteerd wordt in het welzijn van uw schoonmaakmedewerkers?

Wij vinden het logisch dat ons schoonmaakbedrijf investeert in het welzijn van onze medewerkers. Dat behoort bij goed werkgeverschap

2. Faciliteert u als opdrachtnemer een jaarlijks gesprek tussen uw opdrachtgever en de schoonmaakmedewerkers? (zonder dat u daarbij aanwezig bent)

Ja

Hoe vaak faciliteert u dit gesprek?

Met enige regelmaat. Onze medewerk(st)ers zijn 'kind aan huis' bij de opdrachtgevers, en kunnen te allen tijde bij opdrachtgevers aankloppen, zonder dat wij als opdrachtnemer daarbij aanwezig zijn.

3. Welke onderwerpen komen in het gesprek dat u met uw eigen schoonmaakmedewerkers voert aan de orde?

plezier in je werk, werkdruk, communicatie. Resultaat is medewerkers er van bewust te maken, dat het een samenhangt met het ander. Dus door goede communicatie de werkdruk onder controle houden en daarmee het plezier in het werk behouden!

4. Wordt een van uw lopende opdrachten komend jaar (of 2) opnieuw aanbesteed?

Nee

5. Maakt u gebruik van het werkdrukinstrument van de RAS om de werkdruk van uw schoonmaakmedewerkers in kaart te brengen en te zoeken naar oplossingen? (los van aanbestedingen)

Nee, wij maken gebruik van een andere manier om de werkdruk in kaart te brengen.

Van welke manier maken jullie gebruik?

Communicatie! Medewerkster ervan bewust maken, dat te hoge werkdruk meteen aangegeven dient te worden, zodat wij met opdrachtgever in gesprek kunnen. In 99% van de gevallen heeft opdrachtgever alle begrip en gunt meer (werk)tijd

6. Is bij nieuwe aanbestedingen de code onderwerp van gesprek met de opdrachtgever?

Soms

Wanneer wel/niet?

Helaas hebben de meeste opdrachtgevers hier geen of nauwelijks boodschap aan, is ook niet een bekend '\phenomeen'

7. Met welke uitgangspunten/voorwaarden (uit de Code) schrijft uw organisatie op opdrachten in?

- voldoende tijd voor de medewerkster - gezond uurtarief - prijs ondergeschikt aan kwaliteit

8. In hoeverre past uw organisatie de top 10 speerpunten bij offerteprocedures en aanbestedingstrajecten van de Code toe?

Ons schoonmaakbedrijf past de top 10 nog niet in alle offerteprocedures en aanbestedingstrajecten toe maar dat willen we komend jaar wel gaan doen.

9. Hoe vaak bespreekt u de uitvoering van het contract met uw opdrachtgever?

Samen met onze opdrachtgever bespreken wij de uitvoering van alle afspraken in het contract

10. In hoeverre heeft u tijdens de looptijd van het contract overleg met uw eigen schoonmaakmedewerkers over het schoon te maken object en het contract?

Wij gaan meerdere keren per jaar in gesprek met deze medewerker(s).

Waarom?

Omdat de medewerkers dat op prijs stellen, ze kunnen in een informele omgeving vrijuit praten, en voor ons als opdrachtgever weet je dan meteen of alles naar wens is, zo niet kun je tijdig oplossingen bieden

Bespreekt u met de opdrachtgever de kwantiteit en kwaliteit van uw direct leidinggevenden van de schoonmaakmedewerkers?

Ja

12. Waarom past uw organisatie de Code toe? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Onze organisatie werkt al volgens de Code
- De Code is een praktische invulling van maatschappelijk verantwoord ondernemen

13. In hoeverre heeft uw organisatie Code-doelen opgesteld?

We hebben nog geen Code-doelen opgesteld, maar dat willen we komend jaar wel gaan doen

14. Heeft uw organisatie al resultaten bereikt met het toepassen van de Code?

Ja, we voelen ons als ambassadeur van de Code

15. Informeert u uw schoonmaakmedewerkers over de Code?

Ja

15a. Bespreekt u met uw schoonmaakmedewerkers hoe de Code kan worden toegepast?

Ja

16. In hoeverre zijn uw schoonmaakmedewerkers actief betrokken bij de Code-activiteiten van uw organisatie?

Onze schoonmaakmedewerkers zijn hierbij betrokken