

Steeds meer bedrijven en organisaties ondertekenen de Code Verantwoordelijk Marktgedrag. Daarmee geven ze invulling aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Invulling aan eerlijk en fatsoenlijk zaken doen 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. In de zelfverklaring komen zes domeinen aan bod te weten: toepassing van de Code, betrokkenheid van uw eigen organisatie, duurzame marktcondities/eerlijk en fatsoenlijk zaken doen met elkaar, contractvoorwaarden en uitvoering van het contract, sociaal beleid en impact Corona.

TOEPASSING VAN DE CODE

60%

WAAROM PAST UW ORGANISATIE DE CODE TOE? / WAAROM HEEFT U ORGANISATIE DE CODE ONDERTEKEND? (MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)

- De Code zit in onze genen
- De organisatie werkt al volgens de Code
- De Code is een praktische invulling van maatschappelijk verantwoord ondernemen

HEEFT UW ORGANISATIE AL RESULTATEN BEREIKT MET HET TOEPASSEN VAN DE CODE?

Ja, maar het kan nog beter

OP WELKE TERREINEN HEEFT UW ORGANISATIE AL RESULTATEN BEHAALD MET HET TOEPASSEN VAN DE CODE? BIJ DEZE VRAAG ZIJN MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK

- Wij hanteren realistische prijzen in onze offertes en contracten
- Bij ons is veel kennis en deskundigheid om op Economisch Meest Voordelige Inschrijving (op basis van beste prijs-kwaliteit verhouding) te offrenen
- Wij vinden kwaliteit van de dienstverlening zeer belangrijk en besteden daaraan specifieke aandacht in offertetrajecten
- Wij nemen reële looptijden op in onze offertes en contracten met oog voor de belangen van alle partijen
- Wij schrijven niet in op een aanbesteding met wachtkamervereenkomst
- We vinden indexerings van tarieven belangrijk en gaan daarover in gesprek met de opdrachtgever
- Wij hebben overleg met de opdrachtgever, niet alleen op directieniveau maar ook rechtstreeks met de gebruikers
- Wij bespreken met de opdrachtgever dat deze niet alleen sociaal beleid voert voor zijn eigen medewerkers maar ook voor ingehuurd personeel
- Wij hebben met de opdrachtgever gesprekken over de uitvoering van het contract

BETROKKENHEID VAN UW EIGEN ORGANISATIE

75%

HOE IS DE TOEPASSING VAN DE CODE GEBORGD IN UW ORGANISATIE?

... is door de gehele organisatie geborgd in procedures en mensen

WIE IN UW ORGANISATIE KENT DE CODE?

kennen alle leidinggevenden, sales en P&O/HR/HRM de Code

IN HOEVERRE ZIJN DE MEDEWERKERS VAN UW ORGANISATIE ACTIEF BETROKKEN BIJ DE CODE-ACTIVITEITEN VAN UW ORGANISATIE?

Het merendeel van de medewerkers is actief betrokken bij de activiteiten die wij met de Code uitvoeren

IN HOEVERRE HEEFT UW BEDRIJF CODE-DOELEN OPGESTELD?

Ja, we hebben Code-doelen opgesteld. Deze zijn bekend bij en worden besproken door de directie

DUURZAME MARKTCONDITIE / EERLIJK EN FATSOENLIJK ZAKEN DOEN MET ELKAAR

60%

MET WELKE UITGANGSPUNTEN SCHRIJFT UW ORGANISATIE OP OPDRACHTEN IN ? (MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)

- Wij schrijven een offerte voor de te leveren schoonmaakdienstverlening . Als schoonmaakbedrijf leveren wij wat conform het contract verplicht is om te leveren. Wij gaan daarover niet in gesprek met de opdrachtgever.
- Wij vermelden in de offerte de visie van ons schoonmaakbedrijf over (verbetering van) de dienstverlening
- Wij bieden de beste prijs-kwaliteit verhouding voor de schoonmaakdienstverlening
- Wij zijn van mening dat de tarieven zodanig moeten zijn dat wij als schoonmaakbedrijf ook een goede boterham kan verdienen
- Soms wil de opdrachtgever dat de schoonmaakdienstverlening in frequentie en kwaliteit op hetzelfde peil blijft of verbetert. Ondanks bezuinigingen waarbij de totale prijs voor schoonmaak minder wordt. Wij doen daar niet aan mee
- Wij gaan in gesprek met de opdrachtgever hoe de schoonmaakdienstverlening kan verbeteren. Wij bespreken met de opdrachtgever wat hij wil
- Wij willen een relatie van partnership aangaan met de opdrachtgever. Wij moeten, met oog voor de belangen voor beide partijen, samenwerken voor het beste resultaat

IN HOEVERRE PAST UW ORGANISATIE DE CODE TOE IN UW OFFERTEPROCEDURES EN AANBESTEDINGSTRAJECTEN?

in alle offerte procedures en aanbestedingstrajecten voor de schoonmaak- en glazenwasserssector toe.

LET U, SINDS HET ONDERTEKENEN VAN DE CODE, MEER OP EERLIJK EN FATSOENLIJK ZAKEN DOEN MET ELKAAR? (MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)

Dat deden wij al want wij willen eerlijk, rechtvaardig en integer zaken doen

CONTRACTSVOORWAARDEN EN UITVOERING VAN HET CONTRACT

88%

WAT VOOR SCHOONMAAKCONTRACTEN HEEFT UW ORGANISATIE AFGESLOTEN?

Een mix van kortdurende en langdurige contracten

IN HOEVERRE BESPREEKT U DE UITVOERING VAN HET CONTRACT MET DE OPDRACHTGEVER?

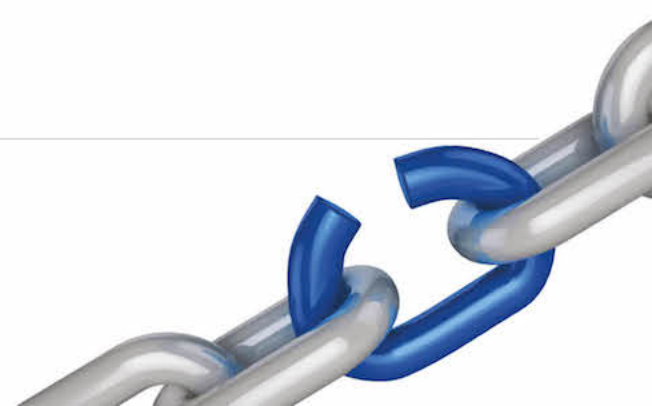
De opdrachtgever en wij bespreken de uitvoering van alle afspraken in het contract

HEEFT U TIJDENS DE LOOPTIJD VAN HET CONTRACT CONTACT MET DE GEBRUIKERS VAN UW OPDRACHTGEVER?

Ja, wij vragen input aan deze medewerker(s) om de dienstverlening en samenwerking te verbeteren

IN HOEVERRE HEEFT U TIJDENS DE LOOPTIJD VAN HET CONTRACT OVERLEG MET UW EIGEN SCHOONMAKERS OVER HET SCHOON TE MAKEN OBJECT EN HET CONTRACT?

- Wij gaan meerdere keren per jaar in gesprek met deze medewerker(s)
- Schoonmakers kunnen ons altijd benaderen om de dienstverlening en samenwerking te verbeteren. Wij vragen bewust input van hen



SOCIAAL BELEID

58%

WELKE ONDERWERPEN KOMEN IN HET GESPREK MET UW EIGEN SCHOONMAKER(S) AAN DE ORDE (MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)

- Sociaal beleid
- Werkdruk
- Beschikbare materialen en middelen
- Verbetering van de samenwerking
- Verbetering van de schoonmaakdienstverlening
- Duurzame inzetbaarheid en eigen regie daarop

WELKE ACTIVITEITEN OP HET GEBIED VAN SOCIAAL BELEID EN ARBEIDSPARTICIPATIE ONDERNEEMT U VOOR UW PERSONEEL?

- Onze organisatie investeert in werkplekken voor mensen met een achterstand op de arbeidsmarkt
- Onze organisatie investeert in een veilige en gezonde werkomgeving voor onze werknemers (bijvoorbeeld goed, werkend materiaal, een goede opkomstruimte). Waar nodig overlegt onze organisatie met de opdrachtgever
- Onze organisatie investeert (financieel, tijd) in de persoonlijke ontwikkeling van onze medewerkers

IN HOEVERRE VINDT UW ORGANISATIE HET BELANGRIJK DAT GEÏNVESTEERD WORDT IN HET WELZIJN VAN UW SCHOONMAKERS?

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

ONDERNEEMT UW ORGANISATIE ACTIE OM TE INVESTEREN IN GOEDE EN VEILIGE ARBEIDSOMSTANDIGHEDEN VAN DE SCHOONMAKERS? ER ZIJN MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK

- Wij vinden het belangrijk dat de schoonmakers veilig hun werk kunnen doen dus voeren bij elk object een Risico Inventarisatie&Evaluatie (RI&E)
- Wij vinden het belangrijk dat schoonmakers een goede en veilige opkomstruimte hebben, dus zijn daarover in gesprek met de opdrachtgever
- Wij vinden het belangrijk dat schoonmakers zonder al te hoge werkdruk hun werk kunnen uitvoeren dus dat is voor ons een aandachtspunt in de offertes en contractsonderhandelingen met de opdrachtgever

IN HOEVERRE IS HET WERKVLOERGESPRAK VOOR U BELANGRIJK?

Mijn organisatie vindt een werkvloergesprek belangrijk. Het werkvloergesprek is bij alle opdrachtgevers normaal

HOE VAAK VINDT BIJ U PER OBJECT EEN WERKVLOERGESPRAK PLAATS?

meerdere keren per jaar een werkvloergesprek. De opdrachtgever hoort daar niet bij, is onze mening

IMPACT CORONA

NAN%

WAT IS DE IMPACT VAN CORONA OP UW CONTRACTEN EN DIENSTVERLENING?

- Enigszins impact: de relatie met een beperkt aantal opdrachtgevers is gewijzigd. Dit uit zich in vermindering van uren. De relatie met de meeste opdrachtgevers is ongewijzigd gebleven.
- Vermindering van uren, de werknemers heb ik deels ergens anders in kunnen zetten, deels moeten ontslaan

