

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**COMERMIN, S.L.**

CIF:B44148310

Polígono Industrial El Royal, Parcela H-2  
44550 - Alcorisa  
Teruel

## DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

### 01 - Denominación de la organización

COMERMIN, SL

### 02 - Dirección - CP - Población

POLIGONO INDUSTRIAL "EL ROYAL" PARCELA H-2  
44550 ALCORISA (TERUEL)

### 03 - Sector. Actividad

TRANSPORTE DE MERCANCÍAS POR CARRETERA.

### 04 - Año comienzo actividad.

20/07/1995

### 05 - Número de personas empleadas

24

### 06 - Persona contacto

BEATRIZ FECED GRACIA

### 07 - E-mail contacto

[administracion@comermin.es](mailto:administracion@comermin.es)

### 08.- Página web

[www.comermin.es](http://www.comermin.es)

## 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**

Todos estos temas afectan o pueden afectar a la empresa, por ello se tienen en cuenta para planificar en medio/largo plazo y obtener los mejores resultados posibles. Se evalúan periódicamente los puntos que mas nos afectan para tomar las mejores decisiones.

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

Si

#### **2.1. Información adicional**

Creemos que cada organización sea grande o pequeña puede aportar su grano de arena en la consecución de un objetivo global como es la responsabilidad social.

### **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?**

No hay una planificación formal en la organización

#### **3.1. Información adicional**

- 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**

No existe un presupuesto en sí mismo, según el beneficio anual decidimos donde, cuánto y como se destina un porcentaje de este en proyectos sociales y/o medioambientales

### **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**

Conocemos los grupos de interés y estamos en constante contacto con todos ellos.

Todos los años nos reunimos con la mayor parte de nuestros clientes, proveedores y por

supuesto trabajadores para analizar las posibles mejoras que podemos llevar a cabo. Intentamos tener un contacto permanente con todos ellos.

#### **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**

Al ser una pequeña empresa y tener un contacto permanente con nuestros grupos de interés nos ayuda a conocer de forma casi inmediata las necesidades de cada uno de ellos. Seguimos realizando encuestas de satisfacción a nuestros clientes analizando de esta forma el servicio prestado.

#### **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 documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

##### **7.1. Información adicional**

Hemos creado un manual de trabajo donde se da información de la actividad de la empresa, políticas de prevención de riesgos laborales y políticas de conducta. También hemos incorporado una cláusula de confidencialidad.

Hay también un apartado de valores que comparte Comermin y que detalla la relación entre empleados, proveedores y clientes

#### **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, pero no de manera sistemática o formal

##### **8.1. Información adicional**

Si, todos los trabajadores son conocedores de la política de la empresa a través del manual que he nombrado anteriormente. Se les explica las normas de la empresa, EPIS a utilizar y código de conducta,

#### **Plan de Responsabilidad Social**

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

##### **9.1. Información adicional**

Aunque no tenemos un plan RSC formal, anualmente evaluamos distintas actuaciones que debemos hacer desde el punto de vista de la responsabilidad social.

#### **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 formal en materia de RSC.

## **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**

Se trabaja constantemente en la mejora continua del servicio al cliente, estableciendo el compromiso de mantener una estrecha relación con todos ellos y así poder garantizar su satisfacción.

Para ello nuestros canales de comunicación son principalmente telefónicos y presenciales. Anualmente nos reunimos con todos los clientes para poner en común los puntos a mejorar. La comunicación telefónica es diaria y constante ya que nuestra actividad así lo requiere.

Realizamos encuestas de satisfacción a nuestros clientes, pero aún así seguimos con la misma dinámica de siempre haciendo visitas anuales.

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

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

### **12.1. Información adicional**

En las reuniones presenciales que tenemos anualmente con los clientes se detallan los puntos que son susceptibles de mejora y se aplican de forma inmediata.

Nuestra opinión es que cuanto más personal sea la interacción y el contacto con los clientes, más comprendidos e identificados se sentirán. Entendemos la satisfacción como uno de los pilares en los que debemos fundamentar las relaciones con nuestros clientes y el desarrollo de su lealtad hacia nuestra empresa.

## **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**

La flota de vehículos de nuestra empresa está en constante rotación. Contamos siempre con vehículos eficaces y modernos, cumpliendo todos ellos con la normativa EURO 6, Contamos también con las últimas tecnologías en gestión de transporte como un sistema

de localización vía GPS, que nos permite ver toda la información de las mercancías en tiempo real y tener conocimiento preciso acerca de la localización de cada uno de los vehículos, así como el horario previsto de entrega de la mercancía..

Tenemos además un servicio para la gestión de los datos de los tacógrafos digitales que facilita la descarga, el alojamiento y el tratamiento de los ficheros digitales. De esta forma conocemos de forma veraz las actividades realizadas por los vehículos y las infracciones y sanciones cometidas por los mismos. Todo ello, nos permite tomar decisiones en la gestión de la empresa, así como corregir conductas para prevenir la comisión de infracciones (excesos de tiempos de conducción, minoraciones de descanso, no realizar anotaciones manuales, excesos de velocidad...).

## **Calidad de los productos y servicios**

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

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

#### **14.1. Información adicional**

Dentro de nuestro sistema de gestión estamos centrados en la satisfacción de nuestros clientes, .

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

#### **15.1. Información adicional**

La calidad del servicio prestado se mide de forma diaria, contactando con los clientes telefónicamente para contrastar que las mercancías han llegado correctamente a destino y no ha habido ninguna incidencia.

Somos conscientes de que nuestra actividad depende del factor humano por ello trabajamos constantemente en la satisfacción de los trabajadores, ya que esa satisfacción se transmite al cliente.

## **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 de las características del producto o servicio.

#### **16.1. Información adicional**

En todas las ofertas que se presentan a los clientes se detalla de forma precisa los siguientes puntos:

- Valor de la tarifa
- Tipo de vehículo que se utilizará
- Recargos por descargas adicionales y/o paralizaciones

- Tiempo de tránsito
- Condiciones de seguridad
- Condiciones de pago
- Documentos exigibles.

## **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**

Para nosotros la satisfacción de los empleados en el puesto de trabajo es muy importante, ya que tiene una repercusión directa en la productividad de la empresa y en la satisfacción del cliente. Por ello anualmente nos reunimos todos y comentamos las posibles mejorías. Establecemos buenas relaciones con los compañeros, reconocemos los logros que realizan y se les recompensa y valoran. Fomentamos el equilibrio trabajo-vida en la medida de lo posible.

### **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)?**

No se han desarrollando actividades en esta materia

##### **18.1. Información adicional.**

Dado el tamaño de la empresa no tenemos ningún plan como tal, que garantice el principio de igualdad de los trabajadores de la empresa. En nuestro caso tampoco creemos que sea necesario establecerlo en sí mismo, ya que todos nuestros trabajadores saben que son iguales al resto y optan a las mismas oportunidades. Llevan trabajando muchos años con nosotros y saben de primera mano que en este aspecto no van a tener nunca ningún problema.

### **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 conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.**

Las actuaciones específicas en materia de conciliación de la vida laboral que ofrecemos a

nuestros trabajadores son las siguientes:

- Flexibilidad horaria: tenemos un horario flexible para el personal administrativo que por motivos personales o familiares así lo requiera.
- Flexibilidad en el tiempo: posibilidad de vacaciones fraccionadas a la carta o días de permiso para todos los trabajadores.

Dada la actividad que desarrollamos nos es más difícil darles flexibilidad horaria a los conductores, pero a diferencia de otras empresas del sector intentamos que pernocten la mayor parte de la semana en sus respectivas casas con sus familias.

## **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.**

Realizamos reuniones grupales donde se ponen en común la necesidades formativas. En materia de conducción observamos si es necesario dar formación en función de los informes que nos hace el sistema de los datos de los tacógrafos digitales y consumos.

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

#### **21.1. Información adicional.**

Anualmente siempre realizamos cursos centrados en la mejora y desarrollo profesional de nuestros trabajadores

## **Seguridad y Salud**

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

#### **22.1. Información adicional.**

Todos los años realizamos charlas formativas relacionadas con la prevención de riesgos en los puestos de trabajo y hacemos hincapié en la importancia que tiene el cumplir las normas de prevención de cada centro.

## **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.**

En el proceso de compra mantenemos siempre un dialogo abierto con todos nuestros proveedores para conocer las mejores ofertas. La evaluación de su responsabilidad social y medioambiental es determinante en la elección final del proveedor. El compromiso ético debe ser recíproco, de acuerdo con los valores de integridad de la empresa.

## **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.**

Además de tener en cuenta el precio y la calidad del producto/servicio que nos ofrecen nuestros proveedores, siempre intentamos que sean empresas de la zona del bajo Aragón.

## **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.**

Comermin colabora con la fundación omnium para ayudar a niños en riesgo de exclusión social a acceder a campamentos organizados de deporte y nutrición.

Además en época navideña los trabajadores son informados para poder colaborar en la recogida de juguetes educativos para donarlos a Cruz Roja. La participación en la empresa es del 100%.

También colaboramos en otras asociaciones de la zona de Teruel, como por ejemplo la asociación deportiva TREPACANTOS que promueve el deporte de montaña en el Maestrazgo turolense o con el equipo de futbol 11 Los Bancos, a los cuales les hacemos una pequeña aportación monetaria anual.

Este año se va a colaborar también con la obra social El Carmen de Zaragoza con la cual mantenemos una estrecha relación.

## **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.**

Una de las iniciativas que desarrollamos en este aspecto es tener contratado un 10% del total de la plantilla a personas con algún tipo de discapacidad. Hay que tener en cuenta que la actividad de transporte requiere estar con plenas facultades para desarrollarlo de forma óptima por lo que el grado de discapacidad es mínimo.

**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?**

Sí, se comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

**27.1. Información adicional**

Como he comentado anteriormente en la campaña de navidad se informa a los trabajadores de la posibilidad de colaborar con la donación de juguetes.

El resto de acciones no se comunican

**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**

No tenemos un plan de comunicación como tal de la actividades sociales que hace la empresa, pero se comunican de otras maneras.

**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.**

Somos conscientes que la actividad de transporte de mercancías por carretera tiene

repercusiones medioambientales. El camión, tiene una connotación de peligro, contaminación, intrusión visual y ruido, entre otras molestias.

Por ello en la medida de lo posible intentamos reducir estas repercusiones haciendo una evaluación medioambiental y llevando a cabo prácticas que, contribuyen a una mejora de la gestión medioambiental y a la limitación de las emisiones contaminantes del transporte.

### **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 a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

#### **30.1. Información adicional.**

Llevamos a cabo una serie de prácticas para mejorar nuestro impacto medioambiental. Estas prácticas se comunican internamente a través de un manual de buenas prácticas.

### **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**

Los residuos que generamos siempre son gestionados de forma responsable.

### **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**

Anualmente se comunica a los trabajadores en el manual de buenas prácticas lo que la empresa realiza para reducir el impacto ambiental. Se analizan también los estilos de conducción con cada trabajador para reducir consumos de cara al año siguiente.

## **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 - Disponer de presupuesto

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

7

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

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

Somos una empresa concienciada de que en la medida de lo posible todos podemos hacer algo para mejorar el entorno (económico, social y medioambiental) independientemente del tamaño de la empresa.

Comermin es una empresa familiar pequeña que contribuye en esta mejora todo lo que puede con:

- Una gestión transparente
- Reduciendo el impacto ambiental
- Priorizando el bienestar de los trabajadores y la calidad del servicio ofrecido a nuestros clientes,
- Colaborando con asociaciones

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

Desarrollar un plan de acción social más específico y crear un plan para concienciar a todos los empleados en el compromiso social.

### Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

**¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?**

No, mi organización no conoce la Agenda 2030 ni los ODS

**En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?**

No

**Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?**

- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.