Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

JCV INTERCONTAINER, S.L.
CIF:B50668573
Polígono PLA-ZA. C/Terracina 4, planta 1.-
50197 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

jCV Intercontainer S.L

02 - Dirección - CP - Población

C/ Ronda del Ferrocarril nº 14, Planta 1ª (PLA-ZA), Zaragoza, Spain 50197

03 - Sector. Actividad

Transporte Maritimo

04 - Año comienzo actividad.

1996

05 - Número de personas empleadas

15

06 - Persona contacto

Oscar Calvo 629052584

07 - E-mail contacto

ocalvo@jcvshipping.com

08.- Página web

http://jcvshipping.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)

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Estos temas globales influyen y afectan directamente en la evolución, resultados y viabilidad de la empresa.En general todos los factores
inciden y repercuten ampliamente en la gestión de nuestro proyecto empresarial. En la actualidad, la empresa, se encuentra inmersa en un proceso de cambio organizativo y de enfoque estratégico, que tiene como pilar principal la valorización y empoderamiento del capital humano.

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

No

2.1. Información adicional

Aunque si se puede aportar nuestro pequeño grano de arena hay que afrontarlo en común en la sociedad, en nuestro caso en asociaciones de empresarios o adheriendonos a programas como este

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 plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

De manera voluntaria nos certificamos con la ISO 14001 para, entre otros aspectos, obligarnos a mejorar continuamente en todo lo relacionado con los procesos relacionados con el medio ambiente. Además, nuestra estrategia tiene en el centro a la persona como núcleo de la organización y razón de ser para crecer (o intentarlo) de manera orgánica y sostenible. La rentabilidad economica es necesaria pero no a costa de cualquier cosa.

4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y medioambientales?

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

4.1. Información adicional

Participamos en varios proyectos de índole altruista . Desde 2018 hemos establecido un presupuesto y actualmente lo hemos ampliado. Desde apoyo a clubes deportivos que favorecen el desarrollo fisico y social desde niños, como el Club Triatlon Cierzo a personas particulares como el deportista discapacitado Diego Ballesteros o la asociación Autismo de Huesca, que organiza campamentos para niños con TEA. Colaboramos además con

centros de FP como San Valero, con quien hemos firmado la cátedra FP ++ dotada económicamente para ayudar a que, personas con menos recursos, puedan realizar una formación académica. También con los diferentes centros de FP de nuestro entorno realizamos visitas a nuestra terminal, charlas y formación dentro de nuestro ámbito de especialización.

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.

Tenemos identificados empleados y clientes

5.1. Información adicional

Si, los tenemos identificados pero no realizamos acciones especificas , en el plan estratégico del 2018 vamos a incluirlas.

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

Estamos estudiando la forma de ser más preciso en las necesidades sin usar técnicas intrusivas.

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

Tenemos un documento que lo recoje

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, si bien exclusivamente los más implicados

8.1. Información adicional

Estamos trabajando en un plan de formación e información para que todos los miembros de la empresa lo conozcan y el tener un documento para las nuevas incorporaciones.

Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en

constante revisión

9.1. Información adicional

El paso que damos con la solicitud del sello de RSA es el primer paso formal, ya tenemos objetivos medibles y pasos a seguir

10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

10.1. Información adicional

sin info

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

Realizamos encuestas de forma cuatrimestral para conocer la satisfacción de los clientes y realizamos protocolo de actuación teniendo en cuenta la opinión de mis clientes

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

Somos una empresa de servicios. El cliente (como persona primero y como empresa a continuación) está en el centro de nuestras decisiones empresariales. Nuestro sector, dominado por grandes multinacionales, hace que la satisfaccion del cliente sea clave para el futuro de nuestra empresa. Por ello, es obligado estar a la vanguardia de la tecnologia pero, a la vez, reforzar el trato entre personas.

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

Debido al trato cercano que mantenemos con nuestros clientes valoremos sus necesidades ylas cubrimos con nuevos servicios como el outsourcing comercial o la transformación digital para mejorarles su día a día.

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

Somos una empresa de servicios que depende 100% de terceros. Nuestro sector (transporte maritimo internacional de mercancias) está dominado por 5 navieras que controlan el 65% de cuota mundial de contenedores y gestionan en muchos casos toda la cadena logistica desde origen (transporte terrestre hasta puerto, operaciones portuarias, etc.) hasta destino (lo mismo pero en el pais de destino) además del trayecto maritimo. Esto quiere decir que dependemos de ellos para conseguir informacion relativa a estos aspectos. Presionamos, buscamos alternativas, intentamos informar al cliente (cuando podemos) de emisiones a la atmosfera, alternativas, etc. pero no es algo que podamos garantizar 100% al no depender de nosotros.

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

15.1. Información adicional

En nuestro sector es muy importante el realizar un seguimiento hasta que la mercancía llegue a destino.por ello hemos creado una plataforma de seguimiento de embarques donde el cliente podrá ver esta información en tiempo real.

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

Es muy importante y está regulado por ley

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

Nos preocupamos mucho por el bienestar de nuestros empleados tanto en lo laboral como en lo personal ya que queremos que se sientan como en casa

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.

La mayoría de nuestro equipo es femenino y nos sentimos muy orgullosos de ello. No discriminamos por sexo a la hora de realizar entrevistas o cubrir un puesto vacante si no en aptitudes y actitudes del candidato o candidata.

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?

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

19.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de concilación personal, familiar y laboral especificarlas.

realizamos adaptación de horario para poder conciliar la vida personal y familiar de todas las personas que conforma el equipo humano de JCV ,

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.

Nos preocupamos por el tipo de formación que necesitan nuestros empleados y la ponemos a su disposición. Cada año valoramos con los responsables de departamento qué formación es interesante para cada una de las personas de forma individualizada.

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

La organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias.

21.1. Información adicional.

Por parte de la empresa se realiza un seguimiento personal para la formación. Se anima a que, cualquier formación que la persona vea y crea que puede ser interesante para su desarrollo personal y profesional, la comunique pero hay que tener en cuenta que lo básico en el desarrollo personal es la voluntad de la persona por una formación continua y,

lamentablemente, no en todos los casos se da de la forma que sería optima para la persona y la empresa.

Seguridad y Salud

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

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

22.1. Información adicional.

La empresa Cualtis desarrolla un plan de prevención para cada persona y puesto específico. Además, se organiza formación de manera voluntaria para prevención de incendios o primeros auxilios, por ejemplo. El pasado año y como respuesta a la encuesta de clima laboral, invertimos más de 50.000 EUR en la construccion de una sala multifuncional. Adicional y también como respuesta a una sugerencia, adaptamos el comedor de manera que resultara más aprovechable y cómodo.

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.

nuestras compras se limitan en la mayoría de ocasiones a material de ofimática pero se tienen en cuenta este tipo de aspectos en compras de consumibles como papel (que siempre es reciclado) o de priorizar la compra a proveedores de cercanía

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.

Por lo expuesto en otros apartados y trabajar en un sector dominado por muy pocos actores (oligopolio de transporte maritimo), la mayoria de nuestros proveedores vienen "impuestos" por ser los unicos que cumplen con determinados parámetros que los clientes nos piden (un precio más ajustado, un tiempo de tránsito más reducido, disponibilidad de

espacio en un barco...) Aun así, dentro de las pocas opciones que tenemos, priorizamos aspectos como el trato a sus trabajadores, acciones sociales que realizan o transparencia de su información. El resto de proveedores valoramos la cercania, trabajar con empresas familiares o que priorizan acciones sociales o medioambientales.

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.

Actualmente trabajamos con proyectos donde vemos reflejados nuestros valores como triatlon el cierzo, Diego Ballesteros los dos relacionados con el deporte y con el proyecto MYa que es en contra de la violencia de genero. También hemos participado en el envío de un contenedor con ayuda humanitaria o la asociación autismo de Huesca

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?

No, no están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Se consideran actos o acciones sociales cualquier acto, presencial u online, que tenga como objetivo:
? Fomentar el sentimiento de pertenencia de las personas de JCV
? Colaborar en la mejora el tejido económico y empresarial del entorno de JCV
? Desarrollar las relaciones entre personas
? Concienciar a la población sobre cuestiones medioambientales y sociales
? Promover la colaboración entre empresas
? Fomentar el conocimiento de nuestros clientes sobre el sector.
? Divulgación sobre el sector y sus repercusiones en la sociedad.
Hemos realizado actuaciones que promueven todos los puntos anteriores: formación especifica para fomentar el sentido de pertenencia, celebracion de 25 aniversario del director general, comunicar dias especiales de nuestra ciudad (Jueves Lardero), comunidad (dia de Aragon y dia del Pilar) , firma la cátedra profesional FP++ con San Valero...

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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

27.1. Información adicional

Realizamos comunicación formal a los empleados y afines por mail y realizamos comunicaciones formales por medio de las redes sociales

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?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

28.1. Información adicional

Realizamos la comunicación via redes sociales de una forma planificada.

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 evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

29.1. Información adicional.

Disponemos de la certificacion ISO 14001 de gestión medioambiental. Además:
* Instalación de placas solares para la producción energética de forma sostenible.
* Valoración de adquisición de vehículos eléctricos o híbridos en los contratos de renting.
* Puesta en marcha de la campaña de sensibilización ambiental 2022 ? 2023
Además de estas acciones, hay que tener en cuenta que
* La organización lleva más de 2 años sin necesidad de usar el servicio de destrucción de documentación sensible. Este hecho evidencia la disminución en la impresión de documentos.
* Evaluación y seguimiento de los aspectos ambientales significaciones
* Emisión de gases de combustión de motores: renting según objetivo
* Consumo energía: autoconsumo con placas eléctricas, pendiente informe instaladora

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.

Estamos realizando un plan de comunicación para también difundir las buenas practicas por redes socaies

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

Como empresa de servicios que no fabrica, nuestras acciones de economia circular se limitan, salvo situaciones puntuales, al reciclaje de todos los consumibles que utilizamos y a la correcta gestion de residuos por tipo de material (plastico, organico, etc.)

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 comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

Campaña de sostenibilidad y medioambiente
- Objetivo: informar y formar sobre puntos clave de sostenibilidad y medioambiente
- Desarrollo: durante la campaña 2022 ? 2023 de forma trimestral se pondrá el foco en un factor importante para la sostenibilidad y medio ambiente. Durante esos tres meses, se lanzarán mensajes mensuales (mail para las personas de la organización y RRSS para las personas externas a la organización) para concienciar sobre hábitos y acciones que pueden ayudar.
La misión de estos mensajes es que sean cortos, muy visuales y concretos. Para que las personas no tarden mucho tiempo en leer y procesar la información y cuenten con ideas prácticas y fáciles que poner en marcha.
La difusión mensual contará con varios puntos.
o Datos y estadísticas reales. A modo ¿Sabías que??
o Ideas y propuestas de acciones concretas ?y tú, ¿Qué puedes hacer?
- Planificación de las acciones: anexo
- Fuentes: recursos institucionales (Gobierno de Aragón, Ayuntamiento de Zaragoza y Ministerio para la transición ecológica, Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático 2021-2030, etc)

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

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?

Nuestro compromiso con la mejora continua de nuestros servicios para adelantarnos a las necesidades de nuestros clientes. la escucha activa y nuestro servicio de atención al cliente es sin duda lo que nos diferencia en el sector.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

La elaboración de más procedimientos en la empresa a nivel organizativo ya que hemos comprobado que son efectivos

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 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.