

GALICIADIGITAL

EL PORTAL DE GALICIA PARA EL MUNDO

INTERDIX GALICIA S.L.

**PLAN DE ACCIÓN
EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1 DETERMINACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN EN LA EMPRESA	3
1.1 Declaración de Intenciones	3
2 ANTECEDENTES.....	4
2.1 Sistemas y herramientas de gestión disponibles.....	5
2.2 Beneficios y Objetivos globales del Plan de Acción	6
2.3 Metodología y Resultados esperados	7
3 DETERMINACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO	9
4 ANÁLISIS INTERNO	10
4.1 Objetivo general de la empresa en RSE.....	10
4.2 Misión y Visión de la empresa	10
4.3 Análisis de los grupos de Interés.....	11
4.4 Desafíos y Retos Identificados	14
5 PLAN DE ACCIÓN EN MATERIA DE RSE	17
5.1 Identificación de objetivos y acciones asociadas.....	17
5.1.1 <i>Iniciativas de Ámbito Medioambiental.....</i>	<i>18</i>
5.1.2 <i>Iniciativas de Ámbito Económico.....</i>	<i>18</i>
5.1.3 <i>Iniciativas de Ámbito Social.....</i>	<i>20</i>
5.2 Priorización de las acciones a implantar	21
5.3 Categorización de las acciones valoradas.....	25
5.3.1 <i>Acciones a Corto Plazo.....</i>	<i>25</i>
5.3.2 <i>Acciones a Medio Plazo</i>	<i>26</i>
5.3.3 <i>Acciones a Largo Plazo</i>	<i>26</i>
5.4 Selección de Acciones Tempranas	27
5.5 Seguimiento y control de las acciones identificadas como “Acciones Tempranas”	29
6 CONCLUSIONES.....	32

1 DETERMINACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN EN LA EMPRESA

1.1 Declaración de Intenciones

#RESPONSABILÍZATE

DECLARACIÓN DE INTENCIONES

El Plan de Acción conlleva la priorización de las iniciativas a desarrollar por la empresa con la finalidad de cumplir los objetivos y las metas planteados a razón de conseguir un resultado en concreto.

La empresa Interdix Galicia ha iniciado un importante proceso de reflexión con la finalidad de implantar progresivamente los criterios de responsabilidad social empresarial a su estrategia, planificación y gestión, demostrando así su deseo de incorporarse a un movimiento de carácter global en el cual se han inmerso numerosas organizaciones, tanto privadas como públicas, así como personas con el objetivo de aportar nuevas ideas para avanzar, de forma determinante, hacia la sostenibilidad.

Interdix Galicia se embarca así en un camino largo y complejo, que exige nuevas formas de hacer las cosas, adoptar claros principios éticos y un comportamiento responsable, además de una mayor vinculación con la comunidad local en la que la empresa lleva a cabo el desarrollo de sus actividades.

La empresa tiene el fehaciente conocimiento de que la responsabilidad social empresarial contempla criterios de sostenibilidad en tres dimensiones (económica, social y ambiental) y con el objetivo de lograrlo, Interdix Galicia ha iniciado un proceso, que con ayuda del programa Responsabilízate, le conducirá, de forma progresiva, hacia la consecución de la meta que se ha propuesto.

Con el Informe de Diagnóstico de la RSE realizado con anterioridad se han identificado algunas de las prácticas ya existentes en la empresa, ahora el objetivo es detectar las áreas y ámbitos de trabajo en los que la empresa está decidida a mejorar.

Por ello la empresa Interdix Galicia, asume su compromiso con este proceso, del que está dispuesto a informar periódicamente a trabajadores, clientes, proveedores y otros colectivos interesados en las actividades de esta empresa y en su repercusión en los diferentes ámbitos de la RSE. Así mismo, muestra su interés a conocer todas aquellas sugerencias propuestas e ideas que en este sentido le puedan ayudar a alcanzar la meta deseada.

Firma

Nombre Apellido Apellido

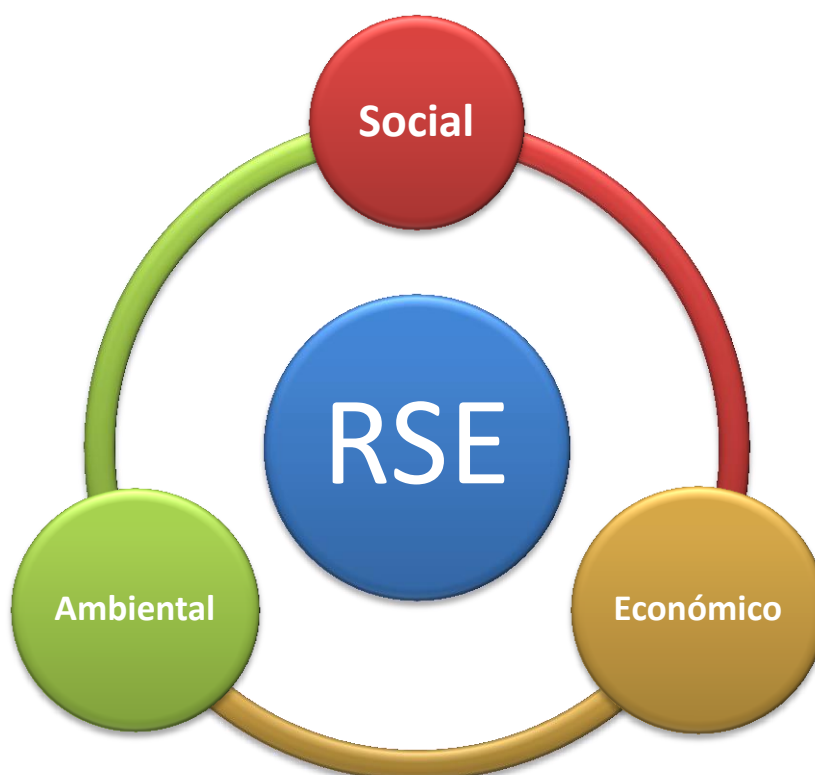
Cargo



José Antonio Pérez
Auténtico

2 ANTECEDENTES

Tras la elaboración del Informe de Diagnóstico de RSE y partiendo de las debilidades y fortalezas detectadas en el mismo, es recomendable que la empresa diseñe un plan de implementación acorde a su situación actual y se plantee tanto a corto como a medio y largo plazo determinados objetivos estratégicos con la finalidad de mejorar de forma progresiva su comportamiento empresarial y gestionar los impactos en cada uno de los ámbitos de la RSE (Social, Económico y Medioambiental).



4

Con la elaboración del presente Plan de Implementación, se pretende que Interdix Galicia **desarrolle de forma práctica las medidas o acciones propuestas y adquiera los siguientes compromisos:**

- **Mayor implicación** en la resolución de impactos sociales, económicos y ambientales.
- **Integración de la RSE en las iniciativas ligadas a la estrategia y el negocio de la empresa**
- **Desarrollo e implantación de acciones** que van más allá de lo que estipula la legislación vigente.
- Conocer las **opiniones y expectativas de los grupos de interés** relacionados con el ámbito de actuación.

- Crear o activar herramientas de comunicación de la RSE

De este modo, se espera que la empresa incremente su **rentabilidad, competitividad y eficiencia** en el uso de recursos y que dicho compromiso influya en la **permanencia** en el mercado, al tiempo que contribuya al **desarrollo sostenible y a la diferenciación**.

2.1 *Sistemas y herramientas de gestión disponibles*

Con carácter general, ser una empresa socialmente responsable es un reto que abarca muchos ámbitos de acción, donde la limitación de recursos técnicos y económicos dificultan la puesta en marcha de ciertas acciones en RSE, pero la adaptación y simplificación de los modelos posibilitan que la empresa tenga la opción de **progresar hacia una gestión ética**.

Todo este proceso, tras el análisis interno de la empresa y la implantación de las medidas propuestas y consideradas por la empresa a través del Plan de Implementación, tiene como objetivo dotar a la empresa de las características necesarias para poder implantar alguno de los **Sistemas y Herramientas de Gestión** que se mencionan a continuación, destinados a auditar o promover ciertos principios corporativos relacionados con la RSE.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas <ul style="list-style-type: none">•Derechos y Riesgos Laborales•Sociedad
SGE 21 <ul style="list-style-type: none">•Derechos y Riesgos Laborales•Sociedad•Medio Ambiente
EFQM <ul style="list-style-type: none">•Calidad•Medio Ambiente
ISO 14001 / EMAS <ul style="list-style-type: none">•Medio Ambiente

OHSAS 18001 / UNE 81900 <ul style="list-style-type: none"> •Derechos y Riesgos Laborales
ISO 9001 <ul style="list-style-type: none"> •Calidad
AA 1000 / Global Reporting Initiative (GRI) <ul style="list-style-type: none"> •Derechos y Riesgos Laborales •Sociedad •Medio Ambiente

Así mismo, a través del directorio [El portal de la Responsabilidad Social. Ministerio de Empleo y Seguridad Social: Monitorización RSE](#) se podrá acceder a un catálogo detallado de guías, estándares e instrumentos normativos, nacionales e internacionales, usados tanto para cuantificar como para informar sobre las prácticas de RSE de las empresas y otras organizaciones.

2.2 Beneficios y Objetivos globales del Plan de Acción

La decisión de la empresa de sumergirse en la elaboración e implantación de un Plan de Acción/Implementación en materia de RSE conlleva ciertos reajustes y cambios en el desarrollo de su actividad. Al mismo tiempo, este hecho le dará la opción de beneficiarse de una serie de implicaciones que suponen la asunción de un enfoque socialmente responsable en la dirección empresarial. **Entre los beneficios y oportunidades potenciales** destacan, entre otros:

Ámbito Interno:



- Incremento de la eficiencia de la gestión empresarial
- Posibilidad de adquisición de Certificaciones
- Lealtad del Personal Laboral con la empresa
- Incremento de la motivación y productividad
- Mejora de los conocimientos y capacidades del personal laboral
- Fomento de la confianza y la transparencia en las relaciones laborales
- Fidelización de los clientes en materia de RSE
- Mejora de la competitividad



Ámbito Externo:

- Mejora de la reputación, imagen y marca de la empresa
- Refuerzo de la relación con la comunidad Local
- Mejora de las relaciones con los medios de comunicación
- Contribución al desarrollo sostenible

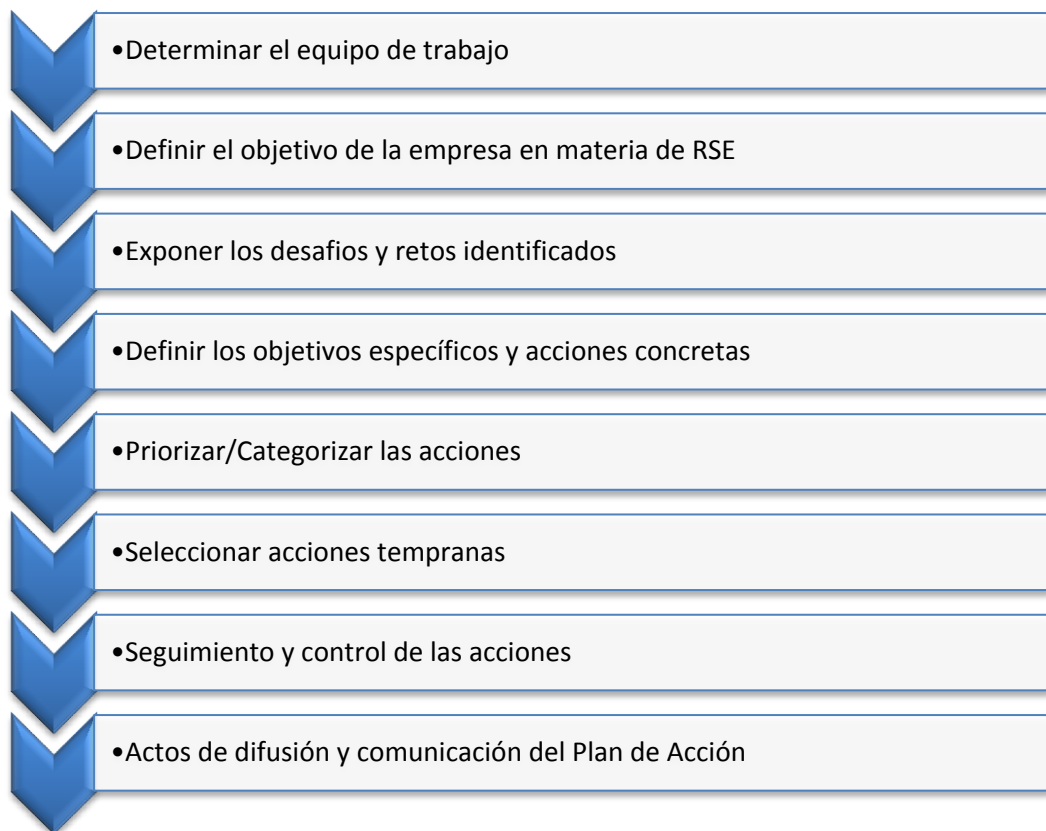
Así mismo, los aspectos más relevantes en la elaboración y la implantación de un Plan de Acción en materia de RSE, son:

- **Fortalecer el compromiso** de la empresa con la RSE adecuando las acciones a la realidad de la empresa.
- Establecer las bases para generar una dinámica de **diálogo habitual y continuado con los grupos de interés** a través de la creación o activación de herramientas de **comunicación de la RSE.**

2.3 Metodología y Resultados esperados

Como se menciona con anterioridad, la elaboración del **Informe de Diagnóstico** permite a la empresa conocer e identificar de forma detallada cuáles son sus principales fortalezas y debilidades en materia de RSE, para poder aplicar a posteriori cualquier plan de acción, teniendo en cuenta los principales estándares y prácticas desarrolladas en la materia.

Con la elaboración del **Plan de Acción/Implementación**, la empresa abordará los pasos que se muestran a continuación, diseñando acciones y respuestas eficaces para mejorar sus fortalezas o subsanar sus debilidades:



Con carácter general, a la hora de **seleccionar los objetivos**, se debe tener en cuenta la gran variedad de estructuras organizativas y la diversidad de sectores de actividad que determinan los intereses y realidades, haciendo necesario desarrollar una **metodología simple, flexible y adaptable a cada organización empresarial**.

Otra etapa de vital importancia es la **Comunicación**. La empresa deberá desarrollar un sistema para comunicar de forma sencilla a los principales grupos de interés, las fortalezas identificadas en el Informe de Diagnóstico de RSE y los avances registrados al desarrollar el Plan de Implementación, y poner en valor sus esfuerzos y mejoras ejecutadas, mostrando su compromiso con un **modelo empresarial orientado a satisfacer las necesidades de la sociedad**.

3 DETERMINACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO

La empresa debe **asegurar el intercambio de opiniones entre el equipo de trabajo** que elija, ya que serán los responsables de seleccionar las acciones a implementar y serán los encargados de desarrollar la metodología a seguir para el cumplimiento y seguimiento de sus objetivos. Por ello, antes de desarrollar el plan de acción e iniciar el proceso de implantación, Interdix Galicia ha valorado si el equipo de trabajo definido en el Informe de Diagnóstico previo era el adecuado. En este sentido, el equipo asignado para el desarrollo de las diferentes acciones a implantar es el que se describe a continuación:

Líder del proyecto	José Antonio Giz Paz (Gerente)
Equipo participante en el proyecto	José Antonio Giz Paz (Gerente) Ismael Zarco Lamas Borja Gutiérrez de la Brena María Teresa Giz Paz

4 ANÁLISIS INTERNO

4.1 *Objetivo general de la empresa en RSE*

Interdix Galicia tiene identificados claramente sus objetivos en términos de RSE. Por una parte, y a corto plazo, se plantea elaborar una **Memoria de Responsabilidad Social anual** en la cual se recoja todas y cada una de las acciones que desarrolle anualmente. Por otro lado, y muy ligado a este objetivo, su mayor deseo es que los grupos de interés, tanto internos como externos, conozcan **todas y cada una de aquellas medidas que ha desarrollado por iniciativa propia** a la par que ofrecerles la posibilidad de que expresen sus necesidades y expectativas, ya que están interesados en ellas, especialmente en lo que a la comunidad local se refiere.

En términos generales, Interdix Galicia, espera:

- ❖ *“Dar a conocer las iniciativas del ámbito cultural que desarrollan”*
- ❖ *“Fomentar entre sus grupos de interés su política de integración social, especialmente en los clientes y en la comunidad local”*
- ❖ *“Acercar la cultura gallega a toda la sociedad gallega”*
- ❖ *“Obtener un mayor provecho de todas las acciones del ámbito cultural que realiza a día de hoy”*

10

4.2 *Misión y Visión de la empresa*

Con carácter previo a la elaboración del Plan de implementación, Interdix Galicia ha reflexionado sobre la interpretación de la misión y visión de la empresa, incorporando términos de RSE, con la finalidad de analizar si la definición aportada con anterioridad es coherente con los resultados obtenidos en el Informe de Diagnóstico de RSE. En este sentido, **Interdix Galicia** mantiene su misión y visión de la siguiente forma:

- **Misión:** Nuestra misión es difundir el patrimonio cultural gallego a través de nuestra plataforma Galicia Digital y a través de nuestros servicios de desarrollo Web y proyectos culturales, informando e impactando al máximo número de personas a nivel global.
- **Visión:** Ser un referente en Galicia en cuanto a comunicación del patrimonio cultural a través del desarrollo Web, desarrollo de proyectos culturales y plataforma Galicia Digital.



4.3 Análisis de los grupos de Interés

Con carácter previo a la elaboración del Plan de Implementación y teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el Informe de Diagnóstico de RSE, Interdix Galicia tuvo la ocasión de reflexionar sobre el papel que los grupos de interés juegan en la empresa y viceversa, teniendo en cuenta tanto sus **expectativas como necesidades**.

Los resultados de esa reflexión se reflejan en las tablas que figuran a continuación, ambas validadas y perfeccionadas:

- *Tabla 1:* Identifica la **caracterización y priorización de los grupos de interés**.
- *Tabla 2:* Identifica las **áreas relevantes** a tener en cuenta según las dimensiones de la RSE (medioambiental, social y económica) y según **los intereses individuales y colectivos** de sus grupos de interés).

CARACTERIZACIÓN							
GRUPO DE INTERÉS	RESPONSABILIDAD <i>¿Tiene o tendrá repsonsabilidades legales, financieras y/o operativas?</i>	CERCANÍA <i>¿Cuál es el nivel de interacción con la empresa?</i>	DEPENDENCIA <i>Nivel de dependencia</i>	REPRESENTACIÓN <i>¿Existe una figura a través de la cual establece el contacto?</i>	POTENCIA <i>¿Qué capacidad tiene para imponer exigencias a la organización?</i>	LEGITIMIDAD <i>¿Qué posibilidad tiene para incidir en los resultados de la organización?</i>	CRITICIDAD <i>¿Con que urgencia requiere atención?</i>
	SI/NO	POCO/MEDIO/ALTO	POCO/MEDIO/ALTO	SI/NO	POCO/MEDIO/ALTO	POCO/MEDIO/ALTO	POCO/MEDIO/ALTO
Socios	SI	ALTO	POCO	NO	ALTO	ALTO	ALTO
Trabajadores	SI	ALTO	ALTO	NO	MEDIO	ALTO	ALTO
Proveedores	NO	MEDIO	POCO	NO	POCO	POCO	POCO
Clientes	NO	ALTO	MEDIO	NO	MEDIO	MEDIO	ALTO
Comunidad Local	NO	MEDIO	POCO	NO	POCO	POCO	POCO
Colaboradores externos	NO	ALTO	POCO	NO	POCA	MEDIO	ALTO

Tal como refleja el cuadro los grupos de interés en función de su potencia, legitimidad y criticidad son por orden de prioridad:

1. Socios (alta)
2. Trabajadores (media-alta)
3. Clientes (media-alta)

GRUPOS DE INTERÉS	¿Qué temas le parecen importantes en cuanto a las actividades de la empresa?	¿Cuáles son las expectativas sobre la empresa a futuro?	¿Cómo evalúa el desempeño de la empresa en los ámbitos económico, social y medioambiental?	¿Cuáles son los canales de comunicación a través de los cuales se formaliza el diálogo continuo con la empresa?
-------------------	--	---	--	---

GRUPOS DE INTERÉS	¿Qué temas le parecen importantes en cuanto a las actividades de la empresa?	¿Cuáles son las expectativas sobre la empresa a futuro?	¿Cómo evalúa el desempeño de la empresa en los ámbitos económico, social y medioambiental?	¿Cuáles son los canales de comunicación a través de los cuales se formaliza el diálogo continuo con la empresa?
Socios	SOCIAL: Obtener un impacto positivo en la sociedad a través de la difusión de la cultura gallega Aumentar la colaboración con la comunidad	Crecimiento y sostenibilidad	Positivamente	Reuniones frecuentes, e-mail, contacto diario en las mismas instalaciones de trabajo
Trabajadores	ECONÓMICO: Consolidación de la empresa, continuidad, sostenibilidad	Crecimiento y sostenibilidad	Positivamente	Reuniones frecuentes, e-mail, contacto diario en las mismas instalaciones de trabajo
Proveedores	ECONÓMICO: Aumento de las compras por parte de la empresa	Crecimiento de las compras por parte de la empresa	Positivamente	E-mail, teléfono
Clientes	ECONÓMICO: Sostenibilidad de la calidad e innovación	Crecimiento y sostenibilidad	Positivamente	Reuniones, e-mail, teléfono, blog, newsletters
Comunidad local	SOCIAL: La información constante sobre las novedades de la cultura gallega (eventos, exposiciones, etc.)	Continuidad y crecimiento de la labor de comunicación de la cultura gallega	Positivamente	Plataforma Digital, prensa, blog, newsletters
Colaboradores externos	ECONÓMICO: Consolidación de la empresa, continuidad, sostenibilidad	Crecimiento y sostenibilidad	Positivamente	Reuniones frecuentes, e-mail, teléfono, blog, newsletters

A raíz de dicha reflexión, se deduce que las iniciativas deben estar destinadas a fomentar la interacción entre los principales grupos de interés, suministrar servicios de calidad y, ambiental y socialmente responsables, ofrecer un ambiente de trabajo saludable y seguro, fomentar las relaciones a largo plazo con proveedores y colaboradores que compartan valores en RSE semejantes.

4.4 *Desafíos y Retos Identificados*

Con el objetivo de atender las inquietudes y expectativas de los grupos de interés, la empresa debe analizar los puntos fuertes y débiles identificados en el informe de diagnóstico previo y, en base a ello, determinar las medidas o acciones a implementar:

Fortalezas

- Interdix Galicia S.L. desarrolla políticas e iniciativas de RSE y trabaja para alcanzar la excelencia, a través de la mejora continua en la gestión, teniendo en cuenta los intereses y las preocupaciones de sus grupos de interés.
- Ha identificado claramente a sus grupos de interés y está comprometida con sus grupos de interés, tratando de atender a sus demandas en la medida de lo posible.
- Colabora con organizaciones sociales locales, sectoriales y medioambientales aportando medios propios para la difusión de sus objetivos y agendas de eventos (ADEGA, Lugo Monumental, etc.)
- Colaboran con organismos sectoriales y empresariales locales desde los que la empresa trata de promover la conciencia social y la ética empresarial (AGESTIC, Cluster TIC, AMTEGA, etc.)
- El compromiso ético de la empresa es claro, especialmente con sus trabajadores, con sus clientes y con la sociedad.
- Realiza un control consciente de sus consumos (agua, luz, toner, etc.)
- Cuenta con una política de reciclaje interna
- Conciencia a sus trabajadores en materia medioambiental
- No ha cometido infracciones medioambientales
- Colabora habitualmente, con voluntariado y medios propios, con asociaciones medioambientales e incluso con algún cliente en proyectos medioambientales (Xunta de Galicia)
- Atiende las demandas de sus clientes mediante una comunicación fluida y constante a lo largo del desarrollo del servicio prestado, atendiendo en todo momento sus quejas y sugerencias

- Informa e implica a sus clientes sobre las características del servicio, la calidad y cómo será desarrollado el servicio
- Mantiene una política de de seguridad y protección de datos hacia sus usuarios
- Ofrece una publicidad respetuosa en todo momento
- Reconoce y respeta en todo momento los derechos de sus trabajadores, cumpliendo en todo momento con la legalidad y lo establecido en los convenios sectoriales
- Implementa una política de transparencia constante con sus trabajadores, informándolos de las novedades y estrategias de la empresa de su interés, para lo cuenta con su opinión
- Favorece la conciliación familiar de sus trabajadores mediante mecanismos de flexibilidad horaria, permisos y excedencias si fuesen necesarios.
- Forma, evalúa y retribuye a sus trabajadores regularmente y de forma equitativa, además de ofrecer incentivos en función de la carga de trabajo
- Prima la contratación indefinida con sus trabajadores fijos siempre que es posible

Debilidades:

- Ausencia de una certificación de calidad de la gestión
- Ausencia de una certificación medioambiental.
- Ausencia de un protocolo formal y por escrito la estrategia de la empresa en materia de RSE, recogiendo de forma estructurada y planificada la manera de actuar con respecto a todas las acciones que ya viene implementando, como por ejemplo:
 - Declaración y compromiso con los Derechos Humanos propio
 - Política formal de igualdad de género
 - Política de requerimientos éticos a proveedores y protocolo de colaboración con proveedores en acciones de RSE
 - Política formal de colaboración con los clientes en la promoción de acciones de RSE
 - Estrategias y canales de comunicación con los grupos de interés claros y protocolarizados
 - Código de conducta de la empresa, establecido desde la dirección visible y comunicado a todos los grupos de interés
 - Política anticorrupción
 - Política de colaboración y planificación de las donaciones y aportaciones a ONGs y asociaciones locales
 - Política formalizada de seguimiento de las inversiones, rentabilidad y objetivos alcanzados
 - Elaboración de memorias de RSE, aunque ya se publica un informe anual de la empresa

- Necesidad de un mayor aprovechamiento de los canales disponibles para la difusión de los logros y actividades de RSE desarrolladas por la propia empresa (blog, newsletters, Web, RR.SS.)

5 PLAN DE ACCIÓN EN MATERIA DE RSE

5.1 Identificación de objetivos y acciones asociadas

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el informe de diagnóstico y con el objetivo de corregir o reforzar sus puntos débiles y potenciar sus puntos fuertes, Interdix Galicia establece sus objetivos.

Según el objetivo general definido por el equipo de trabajo, Interdix Galicia desarrollará un plan de implementación acorde a su actividad y situación empresarial, que se clasificará en función de los tres ámbitos de RSE (Económico, Social y/o Ambiental) y que estará al alcance de la empresa, considerando las capacidades y los recursos de los que dispone.



5.1.1 Iniciativas de Ámbito Medioambiental

Dadas sus características **Interdix Galicia** es una empresa de servicios TIC y difusión digital, y considerando que su impacto ambiental es mínimo más allá de los insumos empleados en las oficinas y por los vehículos de los empleados, la empresa considera que esta dimensión es la menos prioritaria de cara a la elaboración de una estrategia de RSE.

La empresa incorporará sus exigencias en materia medioambiental en el código de conducta corporativo, y dejará reflejados en él los criterios éticos por los que ya se rigen en este ámbito y que pretenden seguir afianzando:

- Reciclaje de materiales de oficina (papel y tóner)
- Consumo responsable de agua y electricidad (apagado de ordenadores, control de grifos, apagado de luces, etc.)
- Compra de materiales responsables (papel reciclado, tóner reciclado, aparatos de bajo consumo, etc.)
- Movilidad (uso responsable de los vehículos propios y de la empresa, minimizar los desplazamientos)

5.1.2 Iniciativas de Ámbito Económico

Dentro del ámbito económico, Interdix Galicia, se ha planteado la consecución de los siguientes objetivos y **líneas de actuación**, en consonancia con su situación empresarial en este entorno:

Ámbito económico			
Objetivo general	Objetivos específicos	GRUPOS DE INTERÉS	Acciones propuestas
MEJORAS CONTRACTUALES	Mejora de aspectos contractuales con proveedores	PROVEEDORES	Elaborar un Código de Conducta. Donde recoger el compromiso con los grupos de interés y las declaraciones que la organización quiera suscribir en materia de derechos humanos, derechos laborales, diversidad, etc. - Debe ser debatido y aprobado por los integrantes de la empresa y formalmente por la dirección y la persona responsable de su cumplimiento y asumido por todo el personal de la empresa. - Debe ser difundido entre todos los grupos de interés y garantizar que todos ellos entienden su funcionamiento y la forma en la que se aplica Se toma de base el Pacto mundial de las Naciones Unidas ; las directrices de la OCDE o principios CERES . Reconocidos a nivel internacional.

ALIANZAS Y COLABORACIONES.	Establecer relación de mutuo beneficio con proveedores	PROVEEDORES	Colaborar con los proveedores en el desarrollo de acciones en materia de RSE ; Voluntariado, desarrollo de actuaciones en conjunto, compras solidarias, cuidado del medio, etc. Difundir los avances realizados en materia de RSE , que se han realizado conjuntamente con los proveedores a través de web; folletos; etc...
SATISFACCIÓN	Establecer mecanismos para conocer el grado de satisfacción del cliente con el producto o con el servicio	CLIENTES	Establecer reuniones periódicas con los clientes, llevar a cabo plataformas de diálogo y realizar encuestas que permitan recoger las opiniones, expectativas y el grado de satisfacción de los clientes.
ATENCIÓN AL CLIENTE	Crear un servicio de atención al cliente personalizado y de calidad	CLIENTES	Crear canales específicos que permitan a los clientes solicitar información a la empresa de fácil acceso. Sistemas automatizados de recepción de preguntas y emisión de respuestas a través de formularios web, teléfono de atención al consumidor, dirección de correo electrónico solo para clientes, bases de datos para tener un registro del camino para la relación con los mismos Crear un protocolo de actuación para gestionar adecuadamente las quejas, sugerencias y/o reclamaciones. Al igual que las felicitaciones y reconocimientos o consultas. Debe incluir un sistema de análisis de reclamaciones y quejas que permitan clasificarlas para realizar acciones oportunas. Como criterios a valorar se sugieren los siguientes; Periodicidad, Tipo de clientes, Tipo de productos/servicios, Servicio de venta o post-venta, etc.
SEGURIDAD Y CALIDAD	Garantizar la seguridad y la calidad de los productos y servicios ofrecidos	CLIENTES	Implantar un sistema de gestión de la calidad , como la ISO 9001 o EFQM

A raíz de esta iniciativa, Interdix Galicia espera poder **identificar** a sus potenciales colaboradores en materia de RSE e **identificar las oportunidades de colaboración** con ciertos grupos de interés de su entorno.

5.1.3 Iniciativas de Ámbito Social

Interdix Galicia considera que es necesaria una **planificación de los propósitos en los que se embarca y una cuantificación del impacto que su actividad genera** sobre la sociedad. A largo plazo, Interdix Galicia espera solventar este tipo de circunstancias y sacar el máximo provecho a la consecución de las acciones sociales, económicas y ambientales que llevan a cabo.

Así, dentro del ámbito social, Interdix Galicia, se ha planteado la consecución de los siguientes objetivos y **líneas de actuación**, en consonancia con su situación empresarial en este entorno:

Objetivos específicos	GRUPOS DE INTERÉS	Acciones propuestas
Estrategias a llevar a cabo de forma global en la comunidad	COMUNIDAD	<p>Establecer una Política de Acción Social.</p> <p>Difundir las actividades llevadas a la cabo por las ONGs y las asociaciones con las que se colabora a través de la Web de la empresa, boletines, apariciones en la prensa, mailing, etc.</p>
Comunicación de la empresa (Coherente; Transparente; Innovadora; Diversa)	TODOS	<p>Hacer visible la visión, misión y valores de la empresa incorporando términos de RSE (web; tablón; intranet; folletos; etc)</p> <p>Llevar a cabo una plataforma Web donde se establezca una subsección en materia de RSE (información sobre el compromiso y las acciones de RSE)</p> <p>Implantar un Plan de Comunicación de RSE.</p>
Estrategia de la RSE	PUESTOS DIRECTIVOS	Diseñar un plan director en materia de RSE que permita avanzar en el desarrollo de este ámbito en la empresa.
Mejorar a la comunicación entre las diferentes esferas de la empresa	EMPLEADO S/AS / PUESTOS DIRECTIVOS	Informe anual (público) sobre los aspectos sociales.

5.2 *Priorización de las acciones a implantar*

Una vez identificados los objetivos generales y específicos y las acciones asociadas a cada uno ellos, el equipo de trabajo realiza una priorización de las acciones planteadas, valorando de 1 a 5 (donde 1 es el valor mínimo, 3 medio y 5 alto) los siguientes criterios:

- **Urgencia:** se valora la acción en función de si puede suponer o no un problema el abordar o posponer esa medida
- **Viabilidad:** se trata de definir el aspecto económico y cómo influye en la posibilidad de la puesta en marcha
- **Garantía de éxito:** se trata de medir la acción por el resto de aspectos no económicos que influyen en su realización
- **Importancia:** se debe definir la importancia real de esa acción

A continuación, por cada una de las acciones a implantar, se muestra el **resultado de las valoraciones** otorgadas a los criterios establecidos:

Ámbito económico

Objetivo general	Objetivos específicos	GRUPOS DE INTERÉS	Acciones propuestas	PRIORIZACIÓN DE ACCIONES (Valoración de 1 a 5)				MEDI A
				URGENCIA	VIABILIDAD	GARANTÍA	IMPORTANCIA	
MEJORAS CONTRACTUALES	Mejora de aspectos contractuales con proveedores	PROVEEDORES	<p>Elaborar un Código de Conducta. Donde recoger el compromiso con los grupos de interés y las declaraciones que la organización quiera suscribir en materia de derechos humanos, derechos laborales, diversidad, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debe ser debatido y aprobado por los integrantes de la empresa y formalmente por la dirección y la persona responsable de su cumplimiento y asumido por todo el personal de la empresa. - Debe ser difundido entre todos los grupos de interés y garantizar que todos ellos entienden su funcionamiento y la forma en la que se aplica <p>Se toma de base el Pacto mundial de las Naciones Unidas; las directrices de la OCDE o principios CERES. Reconocidos a nivel internacional.</p>	2	5	5	4	4
ALIANZAS Y COLABORACIONES.	Establecer relación de mutuo beneficio con proveedores	PROVEEDORES	Colaborar con los proveedores en el desarrollo de acciones en materia de RSE ; Voluntariado, desarrollo de actuaciones en conjunto, compras solidarias, cuidado del medio, etc.	2	5	4	2	3
			Difundir los avances realizados en materia de RSE , que se han realizado conjuntamente con los proveedores a través de web; folletos; etc...	2	5	4	2	3
SATISFACCIÓN	Establecer mecanismos para conocer el grado de satisfacción del cliente con el producto o con el servicio	CLIENTES	Establecer reuniones periódicas con los clientes, llevar a cabo plataformas de diálogo y realizar encuestas que permitan recoger las opiniones, expectativas y el grado de satisfacción de los clientes.	3	5	5	2	4
			Recepción de quejas. Reclamaciones y buzón de sugerencias (redactar un protocolo)	3	5	5	2	4

ATENCIÓN AL CLIENTE	Crear un servicio de atención al cliente personalizado y de calidad	CLIENTES	Crear canales específicos que permitan a los clientes solicitar información a la empresa de fácil acceso. Sistemas automatizados de recepción de preguntas y emisión de respuestas a través de formularios web, teléfono de atención al consumidor, dirección de correo electrónico solo para clientes, bases de datos para tener un registro del camino para la relación con los mismos	1	5	5	1	3
			Crear un protocolo de actuación para gestionar adecuadamente las quejas, sugerencias y/o reclamaciones. Al igual que las felicitaciones y reconocimientos o consultas. Debe incluir un sistemas de análisis de reclamaciones y quejas que permitan clasificarlas para realizar acciones oportunas. Como criterios a valorar se sugieren los siguientes; Periodicidad, Tipo de clientes, Tipo de productos/servicios, Servicio de venta o post-venta, etc.	2	5	5	2	4
SEGURIDAD Y CALIDAD	Garantizar la seguridad y la calidad de los productos y servicios ofrecidos	CLIENTES	Implantar un sistema de gestión de la calidad; Como la ISO 9001 o EFQM	1	2	3	2	2

Ámbito social								
Objetivo general	Objetivos específicos	GRUPOS DE INTERÉS	Acciones propuestas	PRIORIZACIÓN DE ACCIONES PROPUESTAS (Valoración de 1 a 5)				MEDIA
				URGENCIA	VIABILIDAD	GARANTÍA	IMPOR TANCIA	
ESTRATEGIA CON LA COMUNIDAD	Estrategias a llevar a cabo de forma global en la comunidad	COMUNIDAD	Establecer una Política de Acción Social.	1	5	5	2	3
			Difundir las actividades llevadas a la cabo por las ONGs y las asociaciones con las que se colabora a través de la Web de la empresa, boletines, apariciones en la prensa, mailing, etc.	2	5	5	4	4
INFORMACIÓN	Comunicación de la empresa (Coherente;	TODOS	Hacer visible la visión, misión y valores de la empresa incorporando términos de RSE (web; tablón; intranet; folletos; etc)	5	5	5	5	5

Y COMUNICACIÓN.	Transparente; Innovadora; Diversa)		Llevar a cabo una plataforma Web donde se establezca una subsección en materia de RSE (información sobre el compromiso y las acciones de RSE)	5	5	5	5	5
			Implantar un Plan de Comunicación de RSE.	3	5	5	4	4
ESTRATEGIA DE LA RSE		PUESTOS DIRECTIVOS	Diseñar un plan director en materia de RSE que permita avanzar en el desarrollo de este ámbito en la empresa.	2	3	4	2	3
ESTRATEGIA CON LOS EMPLEADOS Y LAS EMPLEADAS	Mejorar a la comunicación entre las diferentes esferas de la empresa	EMPLEADOS/AS / PUESTOS DIRECTIVOS	Informe anual (público) sobre los aspectos sociales.	3	5	5	3	4

5.3 Categorización de las acciones valoradas

En base a la priorización de acciones, y con la finalidad de planificar en el tiempo el Plan de Acción de Interdix Galicia, se procede a su categorización, clasificándolas en acciones a desarrollar a **corto, medio y/o largo plazo**.

5.3.1. Acciones a Corto Plazo (periodo de implantación inferior a 1 año)

Ámbito económico		
Objetivos específicos	GRUPOS DE INTERÉS	Acciones propuestas
Mejora de aspectos contractuales con proveedores	PROVEEDORES	<p>Elaborar un Código de Conducta. Donde recoger el compromiso con los grupos de interés y las declaraciones que la organización quiera suscribir en materia de derechos humanos, derechos laborales, diversidad, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debe ser debatido y aprobado por los integrantes de la empresa y formalmente por la dirección y la persona responsable de su cumplimiento y asumido por todo el personal de la empresa. - Debe ser difundido entre todos los grupos de interés y garantizar que todos ellos entienden su funcionamiento y la forma en la que se aplica <p>Se toma de base el Pacto mundial de las Naciones Unidas; las directrices de la OCDE o principios CERES. Reconocidos a nivel internacional.</p>
Establecer mecanismos para conocer el grado de satisfacción del cliente con el producto o con el servicio	CLIENTES	<p>Establecer reuniones periódicas con los clientes, llevar a cabo plataformas de diálogo y realizar encuestas que permitan recoger las opiniones, expectativas y el grado de satisfacción de los clientes.</p>
		<p>Recepción de quejas. Reclamaciones y buzón de sugerencias (redactar un protocolo)</p>
Crear un servicio de atención al cliente personalizado y de calidad	CLIENTES	<p>Crear un protocolo de actuación para gestionar adecuadamente las quejas, sugerencias y/o reclamaciones. Al igual que las felicitaciones y reconocimientos o consultas. Debe incluir un sistema de análisis de reclamaciones y quejas que permitan clasificarlas para realizar acciones oportunas. Como criterios a valorar se sugieren los siguientes; Periodicidad, Tipo de clientes, Tipo de productos/servicios, Servicio de venta o post-venta, etc.</p>

Ámbito social		
Objetivos específicos	GRUPOS DE INTERÉS	Acciones propuestas
Estrategias a llevar a cabo de forma global en la comunidad	COMUNIDAD	<p>Difundir las actividades llevadas a cabo por las ONGs y las asociaciones con las que se colabora a través de la Web de la empresa, boletines, apariciones en la prensa, mailing, etc.</p>

Comunicación de la empresa (Coherente; Transparente; Innovadora; Diversa)	TODOS	Hacer visible la visión, misión y valores de la empresa incorporando términos de RSE (web; tablón; intranet; folletos; etc)
		Llevar a cabo una plataforma Web donde se establezca una subsección en materia de RSE (información sobre el compromiso y las acciones de RSE)
		Implantar un Plan de Comunicación de RSE.
Mejorar a la comunicación entre las diferentes esferas de la empresa	EMPLEADOS/AS / PUESTOS DIRECTIVOS	Informe anual (público) sobre los aspectos sociales.

5.3.2. Acciones a Medio Plazo (periodo de implantación comprendido entre 1 y 3 años)

Ámbito económico		
Objetivos específicos	GRUPOS DE INTERÉS	Acciones propuestas
Establecer relación de mutuo beneficio con proveedores	PROVEEDORES	Colaborar con los proveedores en el desarrollo de acciones en materia de RSE ; Voluntariado, desarrollo de actuaciones en conjunto, compras solidarias, cuidado del medio, etc.
Establecer relación de mutuo beneficio con proveedores	PROVEEDORES	Difundir los avances realizados en materia de RSE , que se han realizado conjuntamente con los proveedores a través de web; folletos; etc...
Crear un servicio de atención al cliente personalizado y de calidad	CLIENTES	Crear canales específicos que permitan a los clientes solicitar información a la empresa de fácil acceso. Sistemas automatizados de recepción de preguntas y emisión de respuestas a través de formularios web, teléfono de atención al consumidor, dirección de correo electrónico solo para clientes, bases de datos para tener un registro del camino para la relación con los mismos

26

5.3.3. Acciones a Largo Plazo (periodo de implantación superior a 3 años)

Ámbito social		
Objetivos específicos	GRUPOS DE INTERÉS	Acciones propuestas
Garantizar la seguridad y la calidad de los productos y servicios ofrecidos	CLIENTES	Implantar un sistema de gestión de la calidad , como la ISO 9001 o EFQM

5.4 Selección de Acciones Tempranas

Entre las acciones categorizadas a corto y medio plazo, se identifican aquellas acciones que Interdix Galicia está interesada en implantar de forma prioritaria y que, por lo tanto, serán iniciadas con carácter inmediato a través del programa Responsabilízate. A estas acciones las denominamos **Acciones Tempranas**.

A continuación, por cada ámbito de la RSE se muestran **las acciones identificadas por el equipo de trabajo como Acciones Tempranas**:

Ámbito Económico

- **ACCIÓN 1:** Elaborar un Código de Conducta. Donde recoger el compromiso con los grupos de interés y las declaraciones que la organización quiera suscribir en materia de derechos humanos, derechos laborales, diversidad, etc.
- **ACCIÓN 2:** Establecer reuniones periódicas con los clientes, llevar a cabo plataformas de diálogo y realizar encuestas que permitan recoger las opiniones, expectativas y el grado de satisfacción de los clientes.
- **ACCIÓN 3:** Recepción de quejas. Reclamaciones y buzón de sugerencias (redactar un protocolo)
- **ACCIÓN 4:** Crear un protocolo de actuación para gestionar adecuadamente las quejas, sugerencias y/o reclamaciones. Al igual que las felicitaciones y reconocimientos o consultas. Debe incluir un sistema de análisis de reclamaciones y quejas que permitan clasificarlas para realizar acciones oportunas. Como criterios a valorar se sugieren los siguientes; Periodicidad, Tipo de clientes, Tipo de productos/servicios, Servicio de venta o post-venta, etc.

Ámbito Social

- **ACCIÓN 1:** Difundir las actividades llevadas a la cabo por las ONGs y las asociaciones con las que se colabora a través de la Web de la empresa, boletines, apariciones en la prensa, mailing, etc.
- **ACCIÓN 2:** Hacer visible la visión, misión y valores de la empresa incorporando términos de RSE (web; tablón; intranet; folletos; etc)
- **ACCIÓN 3:** Llevar a cabo una plataforma Web donde se establezca una subsección en materia de RSE (información sobre el compromiso y las acciones de RSE)
- **ACCIÓN 4:** Implantar un Plan de Comunicación de RSE
- **ACCIÓN 5:** Informe anual (público) sobre los aspectos sociales.

5.5 Seguimiento y control de las acciones identificadas como “Acciones Tempranas”

La empresa Interdix Galicia, se compromete a realizar un seguimiento del desarrollo de las acciones tempranas a través de un **cuadro de mando integral**, lo cual confiere a la RSE de un verdadero enfoque estratégico dentro de la empresa.

A través del siguiente cuadro de mando se realiza un **control de los indicadores de seguimiento** establecidos para cada acción temprana, de la siguiente manera:

- A cada acción se le asocia uno o varios indicadores.
- Para cada indicador se establece un periodo de ejecución (fecha de inicio y fecha fin prevista), un valor inicial y un valor objetivo/esperado y se identifica una persona responsable de su control o medición, así como la periodicidad de control o frecuencia con la que se revisa el indicador.
- Con la periodicidad señalada en el cuadro de mando, y con el objetivo de conocer el progreso de implantación de la acción, el responsable del seguimiento de cada indicador cumplimenta el valor alcanzado así como el grado de ejecución en el que se encuentra la acción junto con la fecha valor en la cual se realiza el seguimiento. De esta forma, se podrán identificar las barreras y cuellos de botella que puedan producir estrangulamientos en la ejecución de las acciones (bien sea por factores endógenos o bien por factores externos al servicio).

Así, con el cuadro de mando, Interdix Galicia persigue potenciar el mayor **grado de eficiencia y eficacia en la ejecución de las acciones** y trabajar sobre un calendario que garantice el desarrollo en tiempo del Plan de acción.

Ámbito económico

Acciones propuestas	Persona Responsable	Indicador	Fecha Inicio	Valor de Inicio	Valor Esperado	Fecha Final	Valor Alcanzado	Valor Alcanzado			Grado de Ejecución		
								6/2018	12/2018	6/2019	6/2018	12/2018	6/2019
<p>Elaborar un Código de Conducta. Donde recoger el compromiso con los grupos de interés y las declaraciones que la organización quiera suscribir en materia de derechos humanos, derechos laborales, diversidad, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debe ser debatido y aprobado por los integrantes de la empresa y formalmente por la dirección y la persona responsable de su cumplimiento y asumido por todo el personal de la empresa. - Debe ser difundido entre todos los grupos de interés y garantizar que todos ellos entienden su funcionamiento y la forma en la que se aplica <p>Se toma de base el Pacto mundial de las Naciones Unidas; las directrices de la OCDE o principios CERES. Reconocidos a nivel internacional.</p>	José Antonio Giz Paz	Documento	1/18	0	1	3/18							
<p>Establecer reuniones periódicas con los clientes, llevar a cabo plataformas de diálogo y realizar encuestas que permitan recoger las opiniones, expectativas y el grado de satisfacción de los clientes.</p>	José Antonio Giz Paz	Nº cuestionarios realizados/año	1/18	0	20	12/18							
<p>Crear un protocolo de actuación para gestionar adecuadamente las quejas, sugerencias y/o reclamaciones. Al igual que las felicitaciones y reconocimientos o consultas. Debe incluir un sistema de análisis de reclamaciones y quejas que permitan clasificarlas para realizar acciones oportunas.</p>	José Antonio Giz Paz	Protocolo	1/18	0	1	3/18							

Ámbito social													
Acciones propuestas	Persona Responsable	Indicador	Fecha Inicio	Valor de Inicio	Valor Esperado	Fecha Final	Valor Alcanzado	Valor Alcanzado			Grado de Ejecución		
								6/2018	12/2018	6/2019	6/2018	12/2018	6/2019
Difundir las actividades llevadas a cabo por las ONGs y las asociaciones con las que se colabora a través de la Web de la empresa, boletines, apariciones en la prensa, mailing, etc.	José Antonio Giz Paz	Nº difusiones (bimensual)	2/18	0	6	2/19							
Hacer visible la visión, misión y valores de la empresa incorporando términos de RSE (web; tablón; intranet; folletos; etc)	José Antonio Giz Paz	Nº Difusiones fijadas (Web)	1/18	0	1	2/18							
Llevar a cabo una plataforma Web donde se establezca una subsección en materia de RSE (información sobre el compromiso y las acciones de RSE)	José Antonio Giz Paz	Sección Web	1/18	0	1	2/18							
Implantar un Plan de Comunicación de RSE.	José Antonio Giz Paz	Plan de comunicación RSE	1/18	0	1	12/18							
Informe anual (público) sobre los aspectos sociales.	José Antonio Giz Paz	Informe anual	11/18	0	1	11/18							

6 CONCLUSIONES

La elaboración y el desarrollo del Plan de Acción ha permitido a la empresa identificar los objetivos a alcanzar en el marco de la RSE, conocer y desarrollar las acciones asociadas al cumplimiento de los objetivos que se ha planteado, coordinar los recursos de forma eficiente y eficaz para la gestión de las acciones e implantar un sistema de seguimiento y control de la ejecución del Plan de Acción en RSE.

Lugo, a 03 de enero de 2018

Antonio Giz

GaliciaDigital - Interdix Galicia S.L.

32
