

Strategia społecznej odpowiedzialności
Systemy Informatyczne Set(h) sp. z o. o.
wraz z mapą interesariuszy

Niniejszy dokument powstał jako element projektu "Set(h) firmą odpowiedzialną społecznie" realizowanego jako część projektu PARP „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)” w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy

2014

Spis treści

1.	<i>Filozofia Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR) w SETH</i>	4
1.1.	<i>Firma SETH</i>	4
1.2.	<i>Misja i podejście</i>	5
2.	<i>Cele Strategii</i>	6
3.	<i>Kluczowe obszary CSR w SETH</i>	6
3.1.	<i>Pracownicy</i>	7
3.1.1.	<i>Cele</i>	7
3.1.2.	<i>Interesariusze</i>	8
3.1.3.	<i>Działania</i> :.....	8
3.1.4.	<i>Wskaźniki realizacji</i> :	11
3.2.	<i>Partnerzy biznesowi</i>	11
3.2.1.	<i>Cele</i> :.....	11
3.2.2.	<i>Interesariusze</i> :	12
3.2.3.	<i>Działania</i> :.....	12
3.2.4.	<i>Wskaźniki realizacji</i> :	13
3.3.	<i>Społeczeństwo</i>	13
3.3.1.	<i>Cele</i> :.....	13
3.3.2.	<i>Interesariusze</i> :	14
3.3.3.	<i>Działania</i> :.....	14
3.3.4.	<i>Wskaźniki realizacji</i> :	15
3.4.	<i>Środowisko naturalne</i>	15
3.4.1.	<i>Cele</i> :.....	16
3.4.2.	<i>Interesariusze</i> :	16
3.4.2.	<i>Działania</i> :.....	17
3.4.3.	<i>Wskaźniki realizacji</i> :	18
4.	<i>Wdrażanie strategii</i>	19
4.1.	<i>Zasoby finansowe i pozafinansowe</i>	19
4.2.	<i>Zarządzanie</i>	20
4.3.	<i>Norma ISO 26000</i>	20
5.	<i>Komunikacja i promocja</i>	20

5.1.	<i>Portal Internetowy</i>	20
5.2.	<i>Współpraca z mediami</i>	20
6.	<i>Monitoring i ocena</i>	21
6.1.	<i>Raportowanie społeczne</i>	21
6.2.	<i>Konsultacje z interesariuszami</i>	21
7.	<i>Mapa Interesariuszy</i> ..	22

1. *Filozofia Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR) w SETH*

1.1. Firma SETH

W ciągu 20 lat istnienia firmy wdrożyliśmy rozmaite typy aplikacji, zarówno w małych i średnich przedsiębiorstwach, jak i w międzynarodowych korporacjach (Philip Morris, GoodMills, Nordzucker, Südzucker, Federal Mogul, Ybbstaler). Od niewielkich aplikacji po skomplikowane systemy informatyczne. Miarą efektywności przeprowadzonych wdrożeń są dla nas stali klienci, zaś powodem do dumy fakt, że nasz pierwszy klient wciąż korzysta z naszych rozwiązań, dostosowanych do zmieniającego się otoczenia rynkowego.

Dlaczego chcemy podejmować działania prospołeczne?

Zasadniczą motywacją w prowadzeniu naszych działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu jest dążenie do zbudowania wzajemnego zaufania i przejrzystości zarówno w relacjach z otoczeniem zewnętrznym, jak i środowiskiem wewnętrznym firmy, co w naturalny sposób wpływa na zmiany w sposobie prowadzenia biznesu i osiągania przewagi konkurencyjnej. Pozostając na drodze zrównoważonego rozwoju dążymy do uzyskania wskazanych powyżej korzyści. Wierzymy, że jedynym sposobem na ich najwyższy poziom jest opracowanie i wdrożenie długofalowej strategii społecznej odpowiedzialności biznesu, dostosowanej do specyfiki i skali działania, zintegrowanej z systemem zarządzania spółką, co daje możliwość zarządzania w sposób efektywny ryzykami wewnętrznymi i zewnętrznymi we wszystkich obszarach CSR oraz w podstawowej działalności gospodarczej firmy.

Działania społecznej odpowiedzialności biznesu planujemy prowadzić w czterech kluczowych obszarach:

- 1) *Pracownicy***
- 2) *Partnerzy biznesowi***
- 3) *Społeczeństwo***
- 4) *Środowisko naturalne***

Set(h) jest firmą rodzinną. Społeczny wymiar działań jest dla nas fundamentalną wartością, którą wynieśliśmy z domu. Społeczna Odpowiedzialność Biznesu wydaje się nam czymś naturalnym i oczywistym przy prowadzeniu działalności. Uwzględnianie interesu społecznego, kwestii związanych z ochroną środowiska, relacjami z pracownikami jest dla nas sposobem na funkcjonowanie i progresywny wzrost kapitału w zgodzie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Stworzenie i wdrożenie Strategii CSR jest, w naszej opinii, konieczne, gdyż chcemy, aby nasze dotychczasowe, często dość chaotyczne działania realizowane były w sposób bardziej uporządkowany.

Naszym priorytetowym celem opracowania i wdrożenia Strategii społecznej odpowiedzialności biznesu jest wskazanie fundamentalnych obszarów i adresatów działalności firmy, jak też nadanie ram organizacyjnych podejmowanym przez nas działaniom prospołecznym we wszystkich czterech obszarach.

1.1. Misja i podejście

Misja SET(H)

Naszą misją jest dostarczanie oprogramowania (stacjonarnego i mobilnego) łączącego różne typy systemów informatycznych w jedno, maksymalnie praktyczne i autorskie rozwiązanie trafiające precyzyjnie w potrzeby i oczekiwania zarówno dla klientów korporacyjnych, jak i dla małych i średnich firm, przy jednoczesnym podejmowaniu wieloaspektowych działań prospołecznych.

Nasze podejście

Realizujemy naszą strategię biznesową w sposób odpowiedzialny społecznie, z uwzględnieniem norm etyki w biznesie, jak też potrzeb wszystkich grup interesariuszy, w tym: pracowników, partnerów biznesowych, społeczeństwa oraz środowiska naturalnego. Działamy, opierając się na standardach wyznaczanych przez normy prawa krajowego i międzynarodowego. W codziennej pracy kierujemy się profesjonalnym, indywidualnym podejściem, pragmatyzmem oraz wartościami takimi jak odpowiedzialność, zaangażowanie, wzajemny szacunek, szczególnie do potrzeb i oczekiwań pracownika i partnera biznesowego oraz dbałość o środowisko naturalne.

2. Cele Strategii

Pragniemy realizować działania prospołeczne w myśl koncepcji CSR, ponieważ zależy nam na:

- Partycypowaniu w budowie społeczeństwa informacyjnego;
- Dążeniu do maksymalizacji jakości oferowanych usług;
- Budowaniu w społeczeństwie i w relacjach z klientami wizerunku firmy proekologicznej, transparentnej, życzliwej partnerom i dla otoczenia, tworzącej innowacyjne technologie sprzyjające ułatwieniu procesów biznesowych swoim odbiorcom;
- Dobieraniu etycznych dostawców oraz byciu etycznym partnerem biznesowym;
- Dbaniu o pozycję dobrego pracodawcy, a co za tym idzie osiągnięcie wysokiego poziomu zadowolenia z pracy w Set(h), które w sposób bezpośredni wpływa na efektywność kadry;
- Dbaniu o zdrowie pracowników;
- Zapewnianiu wysokiej jakości usług oraz obsługi;
- Ograniczaniu negatywnego wpływu firmy na środowisko naturalne;
- Wsparciu biznesowych celów strategicznych;
- Osiąganiu wysokiego poziomu zadowolenia partnerów biznesowych.

3. Kluczowe obszary CSR w SET(H)

W SET(H) społeczna odpowiedzialność biznesu staje się stałym elementem działalności. Przez całościowe spojrzenie na wszystkie aspekty działania spółki, zdefiniowanie celów w perspektywie długoterminowej oraz aktywne wyjście poza obowiązki wynikające z przepisów prawa, próbujemy przekształcić CSR z aktywności typowo filantropijnej i promocyjnej w czynnik kształtujący strategię biznesową naszej firmy. Planowane przez nas aktywności w zakresie działalności prospołecznej pogrupowaliśmy według interesariuszy, których one dotyczą. Poniżej opisane działania odnoszą się zatem zarówno do interesariuszy wewnętrznych (pracownicy), jak i do zewnętrznych (partnerów biznesowych, otoczenia społecznego) oraz środowiska naturalnego.

3.1. *Pracownicy*

Personel SET(H) to kluczowy obszar zaangażowania działań społecznie odpowiedzialnych firmy.

Dokładamy wszelkich starań, aby zapewnić naszym pracownikom możliwość samorealizacji i uczucie satysfakcji z pracy. Pragniemy, aby kadra identyfikowała się z firmą na zasadzie zadowolenia z pracy i poczucia lojalności. Czynimy zabiegi, aby dać jej poczucie pewności, że Set(h) zapewnia dobre warunki pracy, dba o ich rozwój, oferuje możliwości szkolenia, zapewnia świadczenia socjalne, jak również jest elastyczny, ułatwiając godzenie ról prywatnych i zawodowych.

3.1.1. Cele

- zwiększenie partycypacji pracowników w procesie zarządzania przedsiębiorstwem;
- zaangażowanie pracowników w proces wdrażania Strategii i standardów społecznych;
- poprawa komunikacji wewnętrznej i usystematyzowanie procesu dialogu poprzez wdrożenie odpowiednich narzędzi wymiany informacji;
- wzrost motywacji i zaangażowania pracowników;
- rozwój zawodowy kadry;
- wzrost świadomości i odpowiedzialności grupowej w dążeniu do wspólnego celu;
- integracja zespołu;
- poprawa warunków pracy przez zwiększenie elastycznych form zatrudnienia;
- wzmocnienie mechanizmów zarządzania różnorodnością, w tym przeciwdziałania dyskryminacji;
- zapewnienie równowagi pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym.

3.1.2. Interesariusze

Do najistotniejszych grup interesariuszy w tym obszarze należą:

- pracownicy – to osoby zatrudnione na podstawie umowy o pracę;
- współpracownicy – to osoby fizyczne i jednoosobowe podmioty gospodarcze ewentualnie współpracujące z firmą na podstawie umów cywilnoprawnych.

3.1.3. Działania:

- **zwiększanie partycypacji pracowników w procesie zarządzania przedsiębiorstwem i wdrażania Strategii** - poprzez możliwość uczestnictwa pracowników w procesach zarządzania, gdzie współpodejmowane decyzje mają wpływ na dalsze losy tych, którzy je podejmują – dążymy do rozszerzania uprawnień w ramach stanowisk pracy. Zamierzamy koncentrować się w zasięgu partycypacji informacyjnej, konsultacyjnej i decyzyjnej. Udział pracowników w procesach decyzyjnych daje możliwość uwzględnienia różnych punktów widzenia w konfliktach, lepszej analizy problemów, identyfikacji efektywnych zarządzeń, pozyskanie nowej wiedzy i doświadczeń, zmniejszenie fluktuacji, podniesienie jakości i zwiększenie produktywności. Na kanwie partycypacji planujemy utworzenie kodeksu etyki.
- **poprawa komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej** - planujemy stworzyć i uruchomić narzędzie „Set(h) Fit Solution” umożliwiające rozwój otwartego dialogu z personelem (w tym: w zakresie partycypacji) po to, aby skutecznie komunikować się z naszymi pracownikami. Powyższe narzędzie na stałe stanie się elementem strategii wewnętrznej komunikacji firmy. Jego funkcjonowanie winno wpłynąć na sprawne komunikowanie się z całym personelem. Pragniemy, aby stało się ono płaszczyzną dialogu, wymiany informacji, zgłaszania pomysłów, jak również dzielenia się wiedzą.
- **opracowanie systemu ocen okresowych** – zamierzamy stworzyć i wdrożyć

- System Oceny Okresowej Pracowników (360°) jako procedury, w trakcie której oceniający dokonują okresowego bilansu pracy wykonanej przez ocenianych oraz analizują ich przyszłe możliwości. Ocena okresowa pracowników Set(h) stanie się cyklicznym (dwa razy do roku) działaniem stanowiącym element funkcjonowania firmy. Ocena okresowa stanie się również jednym z narzędzi w procesie rekrutacyjnym jako ocena kwalifikująca (pracownika zatrudnionego na okres próbny) do przedłużenia umowy o pracę. W naszej ocenie wpłynie ona znacząco na poprawę efektywności decyzji kadrowych.
- **analiza predyspozycji i potrzeb szkoleniowych pracowników** – pragniemy na bieżąco monitorować potrzeby szkoleniowe personelu w dziedzinie rozwoju osobistego oraz zawodowego, indywidualnie określać kompetencje, dokonywać ich oceny i porównania, co pozwoli nam na nakreślenie indywidualnych strategii rozwoju i zastosowania systemu motywacyjnego (zmiana uposażenia i nagrody).
- **budowa systemu benefitów** - z uwagi na niezwykłą wartość, jaką stanowi odpowiednio dobrana i wykwalifikowana kadra i mając na względzie pozytywną motywację - niezbędne jest wprowadzenie tego typu rozwiązań, które pokazują zatrudnionym, że pracodawcy zależy na nich jako jednostkach (indywidualne podejście). To z kolei buduje emocjonalne przywiązanie do firmy i poczucie wdzięczności, które pobudza pracownika do lepszej i wydajniejszej pracy, gruntując lojalność - skutecznie wiąże z firmą. Zależy nam na efektywnym zarządzaniu różnymi pokoleniami pracowników, stąd podjęte przez nas działania w zakresie budowy zróżnicowanego systemu benefitów – dostosowanych do potrzeb pracownika w każdym okresie produkcyjnym (paleta od zajęć sportowych po prywatną opiekę zdrowotną dla rodziny).
- **zwiększenie równowagi życia rodzinnego i zawodowego** – wierzymy, że miejsce pracy, które ma na uwadze indywidualne predyspozycje swoich pracowników gwarantuje jego identyfikację z firmą. Wprowadzenie mechanizmów

work-life balance zapewni pracownikom zrównoważony rozwój rozumiany jako równowaga między życiem zawodowym i prywatnym. Wychodzimy naprzeciw potrzebom i oczekiwaniom naszych pracowników oferując im. przyjazne rozwiązania tj.: elastyczny czas pracy, możliwość pracy zdalnej (pracy z domu), wspieramy wolontariat pracowniczy. W najbliższym czasie przewidujemy wprowadzenie programu „Biznes-mama, biznes-tata” w ramach wykorzystania możliwości pracy zdalnej, zaś na prośbę pracowników odwożących lub/i przywożących dzieci z przedszkola, jak też innych zainteresowanych, zostanie wprowadzony ruchomy czas pracy. Do tego niezbędna będzie stała ewaluacja Regulaminu czasu pracy.

- **opracowanie programu kształtowania relacji interpersonalnych** – jako działania zmierzające do pełnej integracji zespołu, wzrostu motywacji i odpowiedzialności, której efektem jest sprawna realizacja określonego celu firmy. Pragniemy wzmocnić grupę przez konstruktywny dialog, sprawną komunikację i możliwość partycypacji na trzech poziomach.
- **zarządzanie różnorodnością** – w tym przeciwdziałanie dyskryminacji. Różnorodność jest dla nas wartością, wpływającą na kreatywność, pomysłowość i dającą nam szeroki pogląd na szereg aspektów funkcjonowania Firmy. Nie godzimy się na jakiegokolwiek przejawy dyskryminacji względem odmiennego wyznania, orientacji seksualnej, narodowości czy też stopnia sprawności.
- **bezpieczne i komfortowe warunki pracy** – dokładamy najwyższej staranności, aby naszym pracownikom zapewnić komfortowe, nowoczesne i bezpieczne warunki pracy. Dbając o komfort pracowników podjęliśmy działania w zakresie dostarczania pracownikom świeżo palonej i pochodzącej od społecznie odpowiedzialnego dostawcy kawy, działającego zgodnie z zasadami Fair Trade. Dbając o komfort i możliwość relaksu w pracy zakupiliśmy stół do gry w piłkarzyki, co pozwala nam integrować zespół, uczyć się wspólnej zabawy i budowy zaangażowania pracowników. W najbliższym czasie planowany jest zakup

wyciskarki do soków z owoców i warzyw, w celu zapobiegania infekcjom pracowników i ich absencji oraz pozytywnego wpływania na ich stan zdrowia.

3.1.4. Wskaźniki realizacji:

- 1) liczba pracowników włączonych w działania CSR - wartość bazowa 3, wartość docelowa: 24
- 2) liczba przeprowadzonych szkoleń dla pracowników - wartość bazowa 0, wartość docelowa: 3
- 3) liczba stworzonych narzędzi w procesie komunikacji - wartość bazowa 0, wartość docelowa 1
- 4) liczba opracowanych Systemów Ocen Okresowych 360°- wartość bazowa 0, wartość docelowa 1
- 5) liczba przeprowadzanych analiz w zakresie predyspozycji pracowniczych - wartość bazowa 0, wartość docelowa 1
- 6) liczba zaoferowanych udogodnień w formie benefitów pracowniczych - wartość bazowa 3, wartość docelowa 6
- 7) liczba wdrożonych rozwiązań work-life balance - wartość bazowa 1, wartość docelowa 4
- 8) liczba opracowanych programów relacji interpersonalnych - wartość bazowa 0, wartość docelowa 1

3.2. Partnerzy biznesowi

*O sukcesie Firmy stanowi zaufanie naszych partnerów biznesowych.
Dokładamy szczególnej staranności, aby relacje z partnerami biznesowymi miały charakter długotrwałej, zaufanej oraz efektywnej współpracy i komunikacji.
Zgodnie z regułą partnerstwa w biznesie hołdujemy zasadom potrzeby stałego udoskonalania jakości świadczonych usług, w trosce o nich i środowisko, z którego czerpiemy.*

3.2.1. Cele:

- stworzenie kodeksu etyki;
- zapewnienie profesjonalnego i indywidualnego podejścia do klienta;
- informowanie o możliwościach technicznych i praktycznych oferowanych rozwiązań (aplikacji / oprogramowania);
- zapewnienie sprawnej komunikacji.

3.2.2. Interesariusze:

- Klienci zagraniczni - współpracujemy zarówno z polskimi firmami, jak i z krajowymi oddziałami międzynarodowych koncernów
- Klienci krajowi

3.2.3. Działania:

- **kodeks etyki** – planujemy stworzenie kodeksu etyki zawodowej, określającego cele etyczne kadry Set(h), normy postępowania i typowe konflikty etyczne mogące się pojawić w praktyce zawodowej. Naszym zamierzeniem jest, aby dokument ten stanowił kanwę ram zachowań i wartości personelu firmy. W celu precyzyjnego określenia obecnej sytuacji firmy, jak i czynników warunkujących sprawną organizację przedsiębiorstwa przeprowadzony zostanie audyt organizacyjny. Dążymy do budowania relacji z naszymi klientami na przejrzystych zasadach, zaś jednym z podstawowych wyznaczników naszej działalności jest zachowywanie tajemnicy powierzonych nam danych. Chronimy wszelkie informacje, jakie uzyskujemy od klienta.
- **dbałość o relacje z partnerami biznesowymi** – efektywna komunikacja z klientami / kontrahentami wymaga stałego doskonalenia jakości obsługi klienta. Planujemy wykonanie analizy procesów usługowych, która to da nam podstawę do utworzenia modelu realizacji procesów usługowych. Wierzymy, że dzięki temu dokonamy rozeznania obecnej sytuacji, wyeliminujemy niepożądane stany, co z kolei wpłynie na skrócenie czasu trwania procesu, zwiększenie zaangażowania pracowników i klientów, lepsze zrozumienie specyfiki procesu oraz usprawni przepływ informacji. W celu zapewnienia profesjonalnego i indywidualnego podejścia do klienta dokonany zostanie audyt systemu obsługi klienta, który pozwoli na trafne określenie i eliminację problemów związanych z relacjami z partnerami biznesowymi. Audyt dostarczy cennych informacji nt. głównych czynników satysfakcji i niezadowolenia, określi silne i słabe strony w zakresie obsługi. Wszystkie działania kierujemy w obszarze zwiększenia przewagi

konkurencyjnej. Przez władze lokalne (Gmina) i organizowane przez podległe im jednostki spotkania – docieramy do wybranych partnerów biznesowych ze strefy ekonomicznej.

- **aplikacje Set(h)** - czynimy starania w zakresie informowania naszych partnerów o możliwościach i funkcjonalności oferowanych przez firmę autorskich rozwiązaniach. Do każdego klienta podchodzimy indywidualnie i z zaangażowaniem, tak aby jego potrzeby i oczekiwania stały w zgodzie z efektem końcowym naszej pracy.
- **komunikacja** - zapewniamy klientom sprawną komunikację poprzez dostęp on line, tele i video konferencje ze stale doskonaloną, w zakresie obsługi klienta, kadrą.

3.2.4. Wskaźniki realizacji:

- 1) liczba stworzonych kodeksów etyki - wartość bazowa 0, wartość docelowa 1
- 2) liczba wykonanych analiz procesów usługowych- wartość bazowa 0, wartość docelowa 1
- 3) liczba wykonanych audytów organizacyjnych - wartość bazowa 0, wartość docelowa 1
- 4) liczba wykonanych audytów systemu obsługi klienta - wartość bazowa 0, wartość docelowa 1
- 5) liczba szkoleń z zakresu obsługi klienta - wartość bazowa 0, wartość docelowa 3
- 6) liczba przeszkolonych pracowników - wartość bazowa 1, wartość docelowa 6

3.3. **Spółeczeństwo**

Wartością bezwzględną, pozostającą w naszym posiadaniu jest wiedza specjalistyczna, która połączona z zaangażowaniem w działania na rzecz społeczeństwa stanowi najwyższe dobro, jakim pragniemy się dzielić.

3.3.1. Cele:

- wymiana wiedzy w zakresie projektowania i produkcji dedykowanych systemów IT;
- rozwój partnerstw z lokalnymi ośrodkami edukacji;
- włączanie się w inicjatywy w zakresie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw poprzez współpracę z partnerami społecznymi;
- stwarzanie warunków do rozwoju dobrowolnych inicjatyw w ramach wolontariatu pracowniczego.

3.3.2. Interesariusze:

- Partnerzy biznesowi
- Pracownicy naukowcy
- Studenci, uczniowie szkół średnich
- Gmina
- Dziennikarze
- Organizacje pracodawców
- Organizacje pozarządowe (NGO)

3.3.3. Działania:

- ***dzielenie się wiedzą i doświadczeniem*** – w Set(h) wierzymy, że posiadanie specjalistycznej wiedzy i doświadczenia obliuguje do dzielenia się tym zasobem ze społeczeństwem. Podejmujemy współpracę z uczelniami wyższymi oferując w naszej firmie miejsce stażystom, jak również wymieniamy się wiedzą (zrealizowane zostały wykłady dla studentów w ramach cyklu „Wykład specjalisty z przemysłu” oraz „Dobre praktyki w rekrutacji”). Staże umożliwiają studentom / uczniom zapoznanie się ze specyfiką pracy w firmie komercyjnej, są szansą na zdobycie nowych doświadczeń i umiejętności. Stała współpraca z władzami szkół i uczelni (Politechnika Rzeszowska, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie (w najbliższym czasie planujemy nawiązać współpracę z członkami Klastra Edukacji Technicznej i Zawodowej) sprawia, że realizowany program nauczania w zakresie IT dostosowywany zostaje (na kanwie wymiany doświadczeń) do obecnych wymagań rynku.

- **inicjatywy na rzecz społeczności** – jesteśmy otwarci na wszelkie działania na rzecz społeczności lokalnej, dlatego też regularnie wspieramy Zakład Opiekuńczo – Leczniczy oraz rzeszowski oddział hospicjum „Radosne Serce”, a także współpracowaliśmy z Rzeszowskim Klubem Sportowym Głuchych „Res-Gest” w ramach oferty staży dla osób niesłyszących. Naszym stałym działaniem jest współpraca z Warsztatami Terapii Zajęciowej przy Domu Pomocy Społecznej w Rzeszowie.
- **współpraca z NGO** - chętnie podejmujemy inicjatywy we współpracy z organizacjami trzeciego sektora, tj. zbiórka makulatury na rzecz budowy studni w Sudanie – akcji organizowanej przez Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy, wspieramy warsztaty terapii zajęciowej.
- **wolontariat pracowniczy** – dążymy do zwiększenia zaangażowania pracowników w realizację spontanicznych i dobrowolnych inicjatyw prospołecznych.

3.3.4. Wskaźniki realizacji:

- 1) liczba nawiązanych partnerstw z lokalnymi ośrodkami edukacji - wartość bazowa 2, wartość docelowa 4
- 2) liczba działań podjętych na rzecz społeczności lokalnej - wartość bazowa 5, wartość docelowa 8
- 3) liczba organizacji pozarządowych, z którymi podjęto współpracę - wartość bazowa 3, wartość docelowa 5
- 4) liczba oddolnych inicjatyw w ramach wolontariatu pracowniczego - wartość bazowa 1, wartość docelowa 5

3.4. Środowisko naturalne

W SET(H) wierzymy, że potencjałem w zakresie ochrony środowiska jest wiedza, która pomaga minimalizować negatywny wpływ na środowisko oraz wspierać w proekologicznych działaniach naszych klientów.

Istotą zarządzania ochroną środowiska w naszej firmie jest minimalizacja lub eliminacja niekorzystnych skutków prowadzonej działalności.

Dbłość o środowisko naturalne, to nie tylko gospodarka odpadami i oszczędność zużycia energii. Mając na względzie rozwój SET(H), jako przedsiębiorstwa przyjaznego dla środowiska, staramy się stale edukować w aspekcie ekofunkcjonowania. W tym celu przystąpiliśmy do projektu „EKO biuro” realizowanego przez Podkarpacką Akademię Przedsiębiorczości i współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Projekt rozpoczęła seria szkoleń dotyczących wprowadzenia eko-zmiany w przedsiębiorstwie, budowania świadomości ekologicznej interesariuszy firmy oraz komunikowania kwestii związanych z szeroko pojętym środowiskiem. Zależy nam także na tym, aby nasza firma identyfikowana była z tzw. zieloną informatyką.

Kompozycja takich działań pozwala nam z sukcesem realizować cele biznesowe przy jednoczesnym zachowaniu należytej troski o środowisko naturalne.

3.4.1. Cele:

- obniżenie kosztów zakupów energii;
- kształtowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa w zakresie ekologii, budowanie wizerunku firmy kierującej się odpowiedzialnością za zrównoważony rozwój;
- wykorzystanie podjętych działań na rzecz środowiska dla wzmocnienia perspektyw rozwoju przedsiębiorstwa;
- obniżenie poziomu pogłosu akustycznego w budynku przedsiębiorstwa;
- neutralizowanie szkodliwych substancji lotnych emitowanych przez urządzenia i dodatkowej jonizacji powietrza przez obecność roślin.

3.4.2. Interesariusze:

- Pracownicy
- Partnerzy biznesowi
- Społeczeństwo
- Środowisko naturalne

3.4.2. Działania:

- ***obniżenie energochłonności i materiałochłonności*** – dokonaliśmy analizy rodzajów źródeł energii elektrycznej, paliw transportowych i materiałów eksploatacyjnych, która wskazała możliwości ograniczenia kosztów zakupu energii, wprowadzenie jednolitego standardu wykorzystania papieru w celu redukcji kosztów zakupu materiałów eksploatacyjnych oraz instalacji systemu fotowoltaicznych źródeł energii w celu ograniczenia kosztów zakupu nośników energii. Należy podkreślić, że wszystkie z rekomendowanych działań, poza aspektami finansowymi niosą ze sobą znaczne zmniejszenie presji działalności gospodarczej na środowisko. Pracownicy są edukowani z zakresu obniżania kosztów i poziomu zużycia materiałów eksploatacyjnych, w biurze funkcjonują wlepki informacyjne typu „gotuj tyle wody ile potrzebujesz”, „gaś światło” lub „wyłączaj klimatyzację”. Zarazem są one cennym przykładem efektywnego połączenia działań pro oszczędnościowych z działaniami pro środowiskowymi.
- ***ekologiczna marka firmy*** – w naszej firmie odpowiedzialność ekologiczna jest głęboko zakorzeniona w świadomości kadry i zarządzających. Dokonana została analiza elementów flory i fauny w otoczeniu firmy. W ramach podjęcia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa w zakresie ekologii sugerowane jest podjęcie monitoringu środowiska geograficznego otoczenia budynku, zwłaszcza kondycji roślinności i stanu fauny. Dokonane obserwacje nieruchomości należącej do firmy pozwalają na stwierdzenie, że pomimo przemysłowego charakteru terenu, w dużej mierze zachowana została na nim bioróżnorodność biologiczna. Ta cecha

predestynuje przedsiębiorstwo do podjęcia dalszych działań na rzecz otoczenia przyrodniczego i stanowi zdecydowanie silny atut w aspekcie ekologicznego marketingu.

- **marketing ekologiczny** – Nasza Firma wpisuje się charakterem prowadzonej działalności w otoczenie. Dokładamy wszelkich starań, aby nie wywoływać destrukcyjnego wpływu na środowisko i minimalizować lub też eliminować potencjalne zagrożenia. Podejmujemy działania na rzecz zachowania różnorodności przyrodniczej otoczenia i wzmocnienia społeczno- ekologicznego aspektu własnej działalności, dlatego też zmierzamy do budowania zielonego wizerunku firmy kierującej się odpowiedzialnością za zrównoważony rozwój.
- **ergonomia stanowiska pracy** – dążymy do zapewnienia naszym pracownikom jak najlepszych warunków pracy w zgodzie z zasadami EKO biura. W celu obniżenia poziomu pogłosu zamierzamy tworzyć roślinne bariery akustyczne oraz zawiesić na ścianach plakaty. Urozmaicenie wystroju biura dodatkową florą w postaci roślin mających zdolność do oczyszczania powietrza pozwoli na zmniejszenie poziomu substancji lotnych (emitowanych przez urządzenia komputerowe) i jednocześnie zwiększy wilgotność względną powietrza oraz oczyści powietrze z drobnoustrojów i cząstek łatwo unoszących się w warunkach dodatniego zjonizowania powietrza. Dodatkowo wsparciem w procesie „oczyszczania powietrza w miejscu pracy” będzie regularny przegląd klimatyzacji. Przy stanowiskach pracy zamierzamy umieścić tabliczki informujące o właściwej pozycji za biurkiem oraz o ewentualnych ćwiczeniach fizycznych właściwych przy pracy przy komputerze. W kwestii zabezpieczenia przeciwpożarowego corocznie dokonujemy przeglądów i konserwacji gaśnic. Natomiast w kwestii bezpieczeństwa przeciwpożarowego organizujemy ponadobowiązkowe szkolenia p-poż z praktycznym użyciem gaśnicy dla wszystkich pracowników, a także kurs pierwszej pomocy z pracownikiem pogotowia dla wszystkich pracowników.

3.4.3. Wskaźniki realizacji:

- 1) liczba przeszkolonych pracowników w zakresie postawy i działań proekologicznych - wartość bazowa 2, wartość docelowa 24
- 2) liczba ustawionych w biurze roślin oczyszczających - wartość bazowa 8, wartość docelowa 40
- 3) liczba podejmowanych działań w zakresie marketingu ekologicznego - wartość bazowa 0, wartość docelowa 10
- 4) liczba przeglądów klimatyzacji w roku - wartość bazowa 1, wartość docelowa 2

4. **Wdrażanie strategii**

4.1. Zasoby finansowe i pozafinansowe

Jesteśmy stabilnym i dobrze rokującym przedsiębiorstwem, co naturalnie przekłada się na realną możliwość finansowania działań społecznie odpowiedzialnych dzisiaj, jak i w kolejnych latach.

Nasze zasoby pozafinansowe do wykorzystania w działaniach CSR

Poza czysto materialną wartością planujemy przeznaczyć na realizację Strategii nw. zasoby:

- wiedza (know-how) – nasza kadra (programiści, testerzy, architekci logiki biznesowej rozwiązań informatycznych, administrator sieci) dysponuje wiedzą specjalistyczną z zakresu projektowania i produkcji dedykowanych systemów IT, którą zamierzamy się dzielić - w ramach naszych społecznie odpowiedzialnych zadań;
- środki trwałe i infrastruktura techniczna, które mogą być wykorzystywane do działań społecznie odpowiedzialnych. Są to przede wszystkim:
 - ✓ zestawy komputerowe stacjonarne;
 - ✓ laptopy do pracy zdalnej zakupione w ramach projektu Swiss Contribution;
 - ✓ drukarki laserowe lokalne, sieciowe, kolorowe, skanery, projektory, kamery internetowe, głośniki komputerowe;
 - ✓ telefony stacjonarne i komórkowe, faksy;
 - ✓ siedziba Spółki z salami szkoleniowymi i nowoczesną linią technologiczną do wytwarzania i testów oprogramowania, w której możemy przyjąć np. stażystów;
- magazyn, który przeznaczamy na zbiórki makulatury z przeznaczeniem na misje w Sudanie.

4.2. Zarządzanie

W realizację działań społecznie odpowiedzialnych (wynikających ze strategii CSR) zaangażowany będzie cały zespół firmy Set(h). Za wdrażanie działań w poszczególnych obszarach odpowiedzialna będzie Pani Sabina Witalec Specjalista ds. Public Relations i HR, która to jednocześnie odpowiada za komunikację działań CSR.

4.3. Norma ISO 26000

W celu uporządkowania całości działań Set(h) w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu planujemy dokonać w firmie implementacji normy ISO 26000. Dlatego też, wykonany zostanie audyt firmy w zakresie zgodności z wytycznymi normy ISO 26000, zaś jego efektem będzie opracowanie strategii wdrożenia tej normy.

5. Komunikacja i promocja

5.1. Portal internetowy

Na stronie internetowej firmy <http://seth.pl/> (w zakładce CSR) zamierzamy informować o wszystkich działaniach wynikających ze Strategii i realizacji działań społecznie odpowiedzialnych prowadzonych przez Set(h). Będziemy na bieżąco dokonywać aktualizacji witryny.

5.2. Współpraca z mediami

Planujemy komunikować mediom o wszystkich realizowanych działaniach prospołecznych, których się podejmujemy (zarówno w prasie lokalnej jak i branżowej). W tym celu będziemy współpracować z mediami branżowymi, jak i tymi, zajmującymi się społeczną odpowiedzialnością. Zamierzamy zwiększyć zakres wykorzystania kanałów informacyjnych przez media społecznościowe. Jako sposób na promocję działań CSR planujemy zamieszczać plakaty na terenach uczelni i szkół, z którymi współpracujemy.

W niedalekich zamierzeniach jest realizacja reportażu radiowego i filmiku na YouToube. Pracownicy i partnerzy biznesowi otrzymają gadżety proekologiczne.

6. Monitoring i ocena

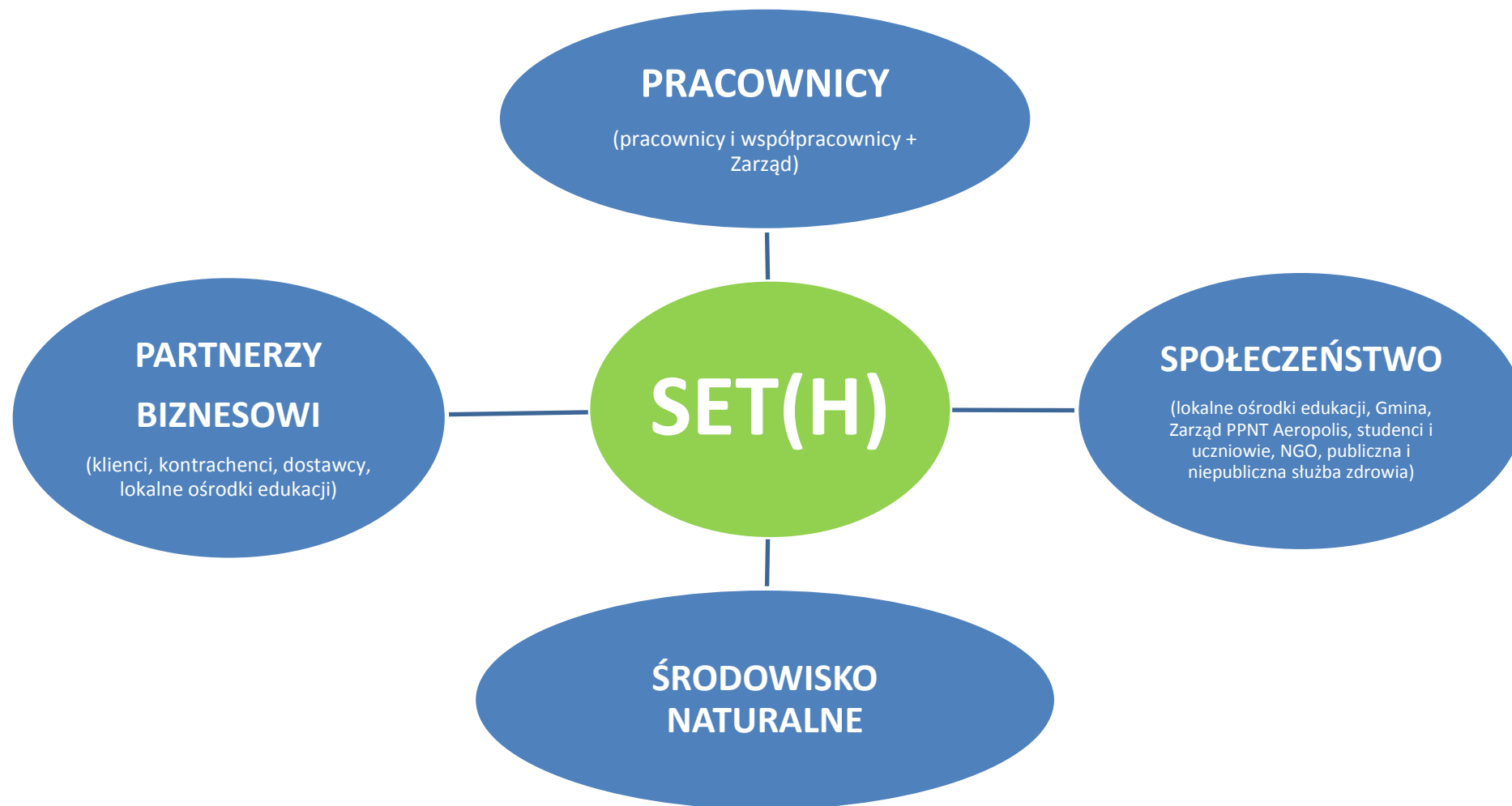
6.1. Raportowanie społeczne

Standardem działalności społecznie odpowiedzialnej naszej firmy będzie wdrożenie reguł raportowania społecznego, zgodnie ze standardami Global Reporting Initiative. Dzięki corocznym raportom nastąpi wywiązanie się z obowiązku komunikacyjnego wobec interesariuszy naszej firmy na temat działań zrealizowanych w danym roku.

6.2. Konsultacje z interesariuszami

Nieocenioną wartością jest dla nas opinia naszych interesariuszy – dlatego też zamierzamy stale konsultować z nimi działania, które będziemy podejmować w obszarze CSR. Zakres funkcjonowania SET(H) w przestrzeni społecznie odpowiedzialnego biznesu musi uwzględniać potrzeby i oczekiwania naszych interesariuszy. Konkluzje z powyższych konsultacji będą dla nas podstawą do dokonywania przeglądu i ewentualnych modyfikacji działań w ramach wdrażania i realizacji Strategii.

7. Mapa Interesariuszy



SET(H)