

**ORGANIZACJA  
SPOŁECZNIE  
ZAANGAŻOWANA**



## **REGULAMIN PROGRAMU “ORGANIZACJA SPOŁECZNIE ZAANGAŻOWANA”**

### **1. TERMINY**

- 1.1. Terminy i skróty słowne zastosowane w Regulaminie Programu gospodarczego „Organizacja Społecznie Zaangażowana” należy rozumieć w następujący sposób:
- a) Instytut – Instytut Certyfikacji Podmiotów Społecznie Odpowiedzialnych Sp. z o.o. z siedzibą w Nowym Sączu, przy ulicy Naściszowskiej 11, organizator programu gospodarczego „Organizacja Społecznie Zaangażowana”. NIP: 7343525071, REGON: 123100574, KRS: 0000507220.
  - b) Program – program gospodarczy „Organizacja Społecznie Zaangażowana”, organizowany przez Instytut Certyfikacji Podmiotów Społecznie Odpowiedzialnych Sp. z o.o.
  - c) Uczestnik Programu – organizacja/instytucja/firma, która uczestniczy w programie gospodarczym „Organizacja Społecznie Zaangażowana”.
  - d) Organizacja - organizacja/instytucja/firma, która ubiega się o uzyskanie tytułu „Organizacja Społecznie Zaangażowana”.
  - e) Certyfikat – certyfikat „Organizacja Społecznie Zaangażowana” wydawany przez Instytut, otrzymuje go każda organizacja/instytucja/firma, która pozytywnie przeszła proces weryfikacji i uzyskała tytuł „Organizacja Społecznie Zaangażowana”.
  - f) Ankieta weryfikacyjna – ankieta weryfikująca zakres uzyskania Certyfikatu, na jej podstawie Kapituła Programu wydaje ocenę zaangażowania Organizacji.
  - g) Feedback – informacja zwrotna, zawierająca ocenę poszczególnych części Ankiety weryfikacyjnej, ocenę ogólną oraz sugestie dotyczące dalszych działań Organizacji.
  - h) Wizytówka – profil Uczestnika Programu znajdujący się na stronach powiązanych z Programem, zawierający informacje dotyczące jego działalności.
  - i) Regulamin – regulamin programu gospodarczego „Organizacja Społecznie Zaangażowana”, organizowanego przez Instytut.

### **2. INFORMACJE OGÓLNE I ZAŁOŻENIA PROGRAMU**

- 2.1. Organizatorem programu gospodarczego “Organizacja Społecznie Zaangażowana” jest Instytut Certyfikacji Podmiotów Społecznie Odpowiedzialnych Sp. z o.o. z siedzibą w Nowym Sączu.

- 2.2. Program gospodarczy „Organizacja Społecznie Zaangażowana” jest realizowany przy ścisłej współpracy z Fundacją Chcemy Pomagać, operatorem portalu [zaangazowani.org](http://zaangazowani.org).
- 2.3. Program jest skierowany do organizacji/institucji/firm funkcjonujących zarówno w sektorze publicznym, prywatnym, jak i pozarządowym.
- 2.4. Program działa na dwóch płaszczyznach – biznesowej oraz społecznej.
- 2.5. Program w swych założeniach weryfikuje obecne działania Organizacji w zakresie zaangażowania społecznego oraz umożliwia podjęcie dodatkowych działań w tym kierunku.
- 2.6. Program ma na celu zachęcenie organizacji do działań prospołecznych oraz proekologicznych, jak również wyróżnienie oraz promocja dla przedsiębiorstw i instytucji aktywnie zaangażowanych w następujące działania:
  - a) Projekty realizowane na gruncie społecznym, mające na celu wniesienie wartości moralnych i etycznych do społeczności, nie zaś wyłącznie czerpanie korzyści finansowych i materialnych.
  - b) Stosowanie praktyk i strategii biznesowych opartych na solidnych standardach etycznych i moralnych.
  - c) Propagowanie biznesu opartego o poszanowanie praw człowieka, środowiska naturalnego, dobrych relacjach z konsumentami, uczciwych praktyk rynkowych i zaangażowania społecznego.
  - d) Wdrożenie kodeksu etyki lub podobnego dokumentu, bezwzględne przestrzeganie jego zasad przez wszystkich pracowników oraz zarządzających organizacją.
  - e) Zapewnienie uczciwych i bezpiecznych warunków współpracy zarówno dla pracowników, jak i interesariuszy.
  - f) Udział oraz samodzielna realizacja akcji charytatywnych oraz projektów na rzecz ochrony środowiska i ekologii.
  - g) Przestrzeganie podstawowych zobowiązań finansowych w obszarze funkcjonowania Organizacji.
  - h) Działania ukierunkowane na promowanie oraz wspieranie działań na rzecz kultury, sztuki i sportu.

#### 2.7. Cele programu:

- a) Wzmocnienie i uwiarygodnienie pozytywnego wizerunku Organizacji.
- b) Promowanie idei odpowiedzialnego biznesu.
- c) Stosowanie najwyższych standardów etycznych oraz transparentności w działaniach gospodarczych.
- d) Promocja rzetelnych, etycznych oraz społecznie odpowiedzialnych postaw wśród wszystkich trzech sektorów: prywatnego, publicznego oraz pozarządowego.
- e) Wzmocnienie jakościowych relacji i zaufania przedsiębiorców, urzędów i organizacji z ich odbiorcami oraz innymi uczestnikami obrotu gospodarczego.
- f) Pomoc w nawiązywaniu korzystnych i długotrwałych relacji biznesowych, opartych na jasno sprecyzowanych zasadach, z uwzględnieniem wyższych wartości moralnych.
- g) Współdziałanie w oparciu o wyższe wartości dwóch płaszczyzn: biznesowej i społecznej.
- h) Dostarczenie dużej wartości marketingowej Organizacjom.
- i) Poprawa relacji dużych i małych przedsiębiorstw ze społecznością i władzami lokalnymi.

- j) Zwiększenie świadomości o wpływie działalności Organizacji na środowisko, propagowanie działań na rzecz ekologii.

### **3. KORZYŚCI Z UZYSKANIA CERTYFIKATU “ORGANIZACJA SPOŁECZNIE ZAANGAŻOWANA”**

- 3.1. Otrzymanie prestiżowego Certyfikatu: “Organizacja Społecznie Zaangażowana”.
- 3.2. Możliwość korzystania z logo “Organizacja Społecznie Zaangażowana”, którym Uczestnik Programu może promować i komunikować swoje działania przez okres 1 roku od chwili nadania.
- 3.3. Wzrost stopnia zaufania względem Uczestnika Programu ze strony klientów oraz firm współpracujących.
- 3.4. Zwiększenie konkurencyjności nie tylko poprzez działania biznesowe, ale dzięki zaangażowaniu w kwestie społeczne i środowiskowe.
- 3.5. Wzrost lojalności współpracowników oraz zaufanie ze strony odbiorców.
- 3.6. Szybki wzrost zaufania do marki oraz dostarczenie wprost proporcjonalnych korzyści marketingowych.
- 3.7. Promocja medialna, zapewniona przez Instytut.
- 3.8. Wsparcie w budowaniu korzystnych i długotrwałych relacji biznesowych z organizacjami o podobnych wartościach, poprzez udostępnienie Uczestnikom Programu platformy networkingowej Business Connect, [www.business-connect.pl](http://www.business-connect.pl)
- 3.9. Zapewnienie przez Instytut wsparcia procesów sprzedażowych dla Uczestników Programu poprzez: promocję medialną i publikacje prasowe na temat Uczestników Programu „Organizacja Społecznie Zaangażowana”.
- 3.10. Dołączenie do programu „Organizacja Społecznie Zaangażowana” jest komunikowane na portalu Facebook, na oficjalnym funpage’u Programu: [www.facebook.com/zaangazowaniespoleczne](https://www.facebook.com/zaangazowaniespoleczne) .
- 3.11. Uczestnik Programu otrzymuje możliwość uruchomienia mini portalu w domenie Fundacji Chcemy Pomagać: [www.zaangazowani.org](http://www.zaangazowani.org).
- 3.12. Każdej organizacji uczestniczącej w programie, Instytut zapewnia profesjonalne doradztwo biznesowe oraz wsparcie specjalistów w dziedzinie najnowszych rozwiązań z zakresu CSR.

## 4. KAPITUŁA PROGRAMU

- 4.1. Zadania Kapituły:
  - a) Określenie procedur związanych z procesem weryfikacji i oceniania.
  - b) Reprezentacja Programu Organizacja Społecznie Zaangażowana” w kwestiach formalnych oraz na oficjalnych konferencjach i spotkaniach dotyczących Programu.
  - c) Analiza ankiet weryfikacyjnych oraz analiza strategii działań organizacji, starających się o uzyskanie Certyfikatu.
  - d) Ocena ankiety weryfikacyjnej – sporządzenie szczegółowego opisu, oraz oceny ogólnej.
  - e) Rozpatrzenie odwołań oraz innych wniosków i pism dotyczących Programu.
- 4.2. Skład Kapituły
  - 4.2.1. Przewodniczący Kapituły
    - a) Osoba nadzorująca pracę Kapituły
    - b) Osoba decyzyjna w kluczowych kwestiach dotyczących procesu weryfikacyjnego.
    - c) Potwierdza przyznanie Certyfikatu „Organizacja Społecznie Zaangażowana”.
  - 4.2.2. Doradcy merytoryczni
    - a) Eksperti współuczestniczący w procesie weryfikacji i oceny.
    - b) Przysługuje im możliwość wnioskowania nowych rozwiązań i uwag dotyczących funkcjonowania Programu.
    - c) Pełnią funkcję doradczą z zakresu swojej dziedziny.
  - 4.2.3. Ambasadorzy Projektu
    - a) Nominacji na tą funkcję dokonuje Przewodniczący Kapituły.
    - b) Do tej grupy wybierane są osoby związane ze światem sportu, polityki, biznesu i kultury.
    - c) Kwestią kluczową przy wyborze Ambasadora Projektu jest jego działalność z zakresu zaangażowania społecznego.
- 4.3. Aktualna struktura organów Programu „Organizacja Społecznie Zaangażowana” jest dostępna pod adresem [www.zaangazowanie-spoleczne.org](http://www.zaangazowanie-spoleczne.org).

## 5. WARUNKI PRZYSTĄPIENIA DO PROGRAMU

- 5.1. Organizacja zgłasza chęć uczestnictwa w Programie „Organizacja Społecznie Zaangażowana” poprzez formularz zgłoszeniowy znajdujący się na stronie internetowej [www.zaangazowanie-spoleczne.pl](http://www.zaangazowanie-spoleczne.pl) lub drogą telefoniczną.
- 5.2. Organizacja może zostać zgłoszona do Programu poprzez osobę trzecią, związaną umową partnerską, bądź inną formą umowy z Instytutem, upoważnioną do zgłoszenia Organizacji do Programu.
- 5.3. Po zgłoszeniu, Organizacja otrzymuje fakturę proforma. Po jej opłaceniu uzyskuje dostęp do ankiety weryfikacyjnej i innych materiałów związanych z Programem.
- 5.4. W ciągu 24h od otrzymania zgłoszenia, doradca Instytutu kontaktuje się telefonicznie z przedstawicielem Organizacji, w celu omówienia szczegółów Programu i umówienia się na termin wypełnienia ankiety weryfikacyjnej.

- 5.5. Przedstawiciel Instytutu w ustalonym przez Organizację terminie, drogą telefoniczną pomaga w wypełnieniu ankiety weryfikacyjnej osobie upoważnionej z ramienia Organizacji.
- 5.6. Ankieta weryfikacyjna może być wypełniona bez konsultacji telefonicznej ze strony Instytutu, o ile Organizacja tak postanowi.
- 5.7. Wypełniona ankieta weryfikacyjna zostaje wysłana pocztą elektroniczną, bądź pocztą tradycyjną na adres Instytutu.
- 5.8. Wypełnienie ankiety weryfikacyjnej i dostarczenie jej do Instytutu jest jednoznaczne z akceptacją warunków uczestnictwa w Programie.
- 5.9. Ankieta weryfikacyjna zostaje poddana procesowi weryfikacji, który przeprowadzają członkowie Kapituły Programu, uwzględniając warunki zawarte w punkcie 6 i 7 Regulaminu.
- 5.10. Kapituła Programu podejmuje decyzję o przyznaniu Certyfikatu w ciągu 10 dni od dnia otrzymania zgłoszenia:
  - a) Organizacja otrzymuje Feedback ze szczegółową analizą ankiety oraz oceną ogólną, zawierającą decyzję o pozytywnym/negatywnym wyniku uzyskanym w procesie weryfikacyjnym.
  - b) Fakturę proforma.
- 5.11. W przypadku uzyskania wyniku negatywnego, Instytut zapewnia wsparcie swoich specjalistów oraz Feedback z uwagami i sugestiami na temat usprawnienia działań Organizacji w kwestiach zaangażowania społecznego.
- 5.12. W przypadku uzyskania wyniku pozytywnego, Organizacja otrzymuje Certyfikat „Organizacja Społecznie Zaangażowana” wraz z wszystkimi korzyściami z tym związanymi, określonymi w punkcie 2.
- 5.13. Organizacja nie może udostępniać ankiety weryfikacyjnej i informacji dotyczących Programu bez wcześniejszego opłacenia faktury proforma, które jest jednoznaczne z przystąpieniem do Programu.
- 5.14. W przypadku, gdy Organizacja nie wyraża chęci uczestnictwa w kolejnej edycji Programu, jest zobowiązana zgłosić tę decyzję 30 dni przed zakończeniem trwania obecnej edycji Programu.

## **6. WARUNKI UZYSKANIA CERTYFIKATU**

- 6.1. Organizacja prowadzi działalność na terenie Polski minimum od 12 miesięcy. Wyjątkiem są organizacje kontynuujące poprzednią działalność pod nowym szyldem.

- 6.2. Organizacja nie zalega z płatnościami w US/ZUS, wobec swoich pracowników oraz u swoich kontrahentów produktów i/lub usług. Jeśli takowe zaległości występowały, muszą być uregulowane.
- 6.3. W przypadku występowania zaległości w płatnościach, Organizacja ma obowiązek przedstawić stosowne dokumenty, świadczące o ich obecnym uregulowaniu.
- 6.4. Uczestnik Programu, który w procesie weryfikacji uzyskał wynik negatywny, może starać się ponownie o otrzymanie Certyfikatu „Organizacja Społecznie Zaangażowana” nie wcześniej niż w terminie 6 miesięcy od daty otrzymania decyzji o niezakwalifikowaniu się do Programu.
- 6.5. W Programie mogą uczestniczyć także organizacje Patronujące Programowi, bądź w inny sposób związane z Kapitułą Programu. Nie mają one jednak prawa do jakichkolwiek decyzji związanych z oceną/decyzją dotyczącą procesu weryfikacji bądź samego ich uczestnictwa w Programie.
- 6.6. Kwestie brane pod uwagę przez Kapitułę Programu, podczas procesu weryfikacyjnego zostały opisane w podpunkcie 7.2. Regulaminu.

## **7. METODOLOGIA OCENY ZAANGAŻOWANIA SPOŁECZNEGO**

- 7.1. Część 1: Warunki wstępne dotyczące otrzymania Certyfikatu „Organizacja Społecznie Zaangażowana”

Czy organizacja funkcjonuje w sposób, zakładający, iż zdaje sobie sprawę z wpływu swoich działań w wymiarze: ekonomicznym, etycznym i środowiskowym?

1. Czy organizacja zalegała lub zalega z płatnościami w US/ZUS, wobec swoich pracowników oraz u swoich kontrahentów produktów i/lub usług ?
2. Czy na organizację w przeciągu ostatnich 5 lat zostały nałożone kary, mandaty, wyroki sądowe dotyczące nieuczciwych praktyk rynkowych lub nieuczciwej konkurencji?
3. Czy w organizacji istnieje kodeks etyki (lub inne zbliżone rozwiązanie), który wyznacza reguły postępowania z klientami, współpracownikami i kontrahentami?
4. Czy organizacja podejmuje kroki w celu zredukowania negatywnego wpływu na środowisko naturalne, lub podejmuje działania służące kompensacji negatywnego wpływu?

Certyfikat jest skierowany do wszystkich organizacji zaangażowanych społecznie, może go otrzymać organizacja funkcjonująca zarówno w sektorze publicznym, prywatnym oraz pozarządowym. W zakresie zaangażowania społecznego weryfikujemy działania, które nie wynikają w danej organizacji z nałożonego na nią obowiązku ustawowego i nie są obowiązkowe, ponieważ nie są to wówczas działania związane z zaangażowaniem społecznym, ale z wypełnianiem obowiązków danej organizacji.

Organizacja, która otrzymuje certyfikat „organizacji zaangażowanej społecznie” nie powinna lekceważyć wpływu jaki jest związany z jej funkcjonowaniem, w zakresie pozostałych aspektów związanych z realizacją społecznej odpowiedzialności w danej organizacji. Certyfikat dotyczy zaangażowania społecznego organizacji, ale wymaga się od organizacji określenia wpływu organizacji w zakresie podstawowym, w pozostałych aspektach społecznej odpowiedzialności. Organizacja powinna, przynajmniej w podstawowym zakresie określić wpływ swoich działań dotyczących następujących aspektów społecznej odpowiedzialności:

- wpływu działań organizacji w obszarze ekonomicznym – wywiązywanie się organizacji w ramach zobowiązań finansowych: majątku organizacji i płatności wszystkich zobowiązań finansowych;
- działań etycznych;
- działań organizacji w obszarze środowiska.

Kryteria aspektu ekonomicznego:

Organizacja powinna przestrzegać podstawowych zobowiązań finansowych w obszarze funkcjonowania organizacji, którymi powinni kierować się wszyscy pracownicy i zarządzający organizacją. Organizacja nie zalegała i nie zalega z płatnościami w US/ZUS, wobec swoich pracowników oraz wobec kontrahentów produktów i/lub usług. Organizacja w przeciągu ostatnich 5 lat nie otrzymała kar, mandatów, wyroków sądowych dotyczących nieuczciwych praktyk rynkowych lub nieuczciwej konkurencji.

Sposób weryfikacji:

W zależności od rodzaju organizacji, wymaga się określonej dokumentacji potwierdzającej określenie wpływu organizacji w aspekcie ekonomicznym. W przypadku kiedy organizacja posiada standard lub normę skupiającą się na analizie tych wpływów powinny te normy i/lub standardy zostać uznane jako potwierdzenie wpływu organizacji na ten obszar.

Maks. liczba punktów 2 pkt.

Organizacja określiła swój wpływ w aspekcie ekonomicznym na poziomie co najmniej podstawowym i wywiązuje się z niego 2 pkt.

Organizacja nie określiła swojego wpływu w aspekcie ekonomicznym na żadnym poziomie i nie wywiązuje się z niego 0 pkt.

Kryteria w zakresie działań etycznych :

Organizacja powinna przestrzegać zasad etyki formułując wartości oraz ogólne zasady, którymi mają kierować się wszyscy pracownicy i zarządzający organizacją oraz określić zasady i wymogi obowiązujące w relacjach z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym, dotyczące kwestii kluczowych z punktu widzenia danej organizacji oraz opracować procedury i mechanizmy zgłaszania naruszeń zasad zawartych w kodeksie etyki lub dokumencie zbliżonym do kodeksu etyki.

Sposób weryfikacji:

W zależności od wielkości i rodzaju organizacji wymaga się potwierdzenia określenia zasad etyki funkcjonowania organizacji. Liczba zgłoszonych i potwierdzonych przypadków złamania zasad etyki, kodeksu etyki lub polityki antydyskryminacyjnej. Oświadczenia o przyjęciu zasad etyki, kodeksu etyki lub innego systemu dotyczącego etyki funkcjonowania organizacji.

Maks. liczba punktów 2 pkt .

Organizacja przyjęła system dotyczący etyki funkcjonowania organizacji kodeks etyki lub inną jego formę oraz opracowała procedury i stworzyła mechanizmy zgłaszania naruszeń, dotyczących zasad zawartych w kodeksie 2 pkt.

Organizacja przyjęła kodeks etyki lub inną jego formę dotyczącą etyki funkcjonowania organizacji 1 pkt.

Organizacja nie przyjęła kodeksu etyki oraz innej formy dotyczącej etyki funkcjonowania organizacji

0 pkt.

Kryteria w zakresie działań środowiskowych:

Określenie działań na rzecz środowiska jakie podejmuje organizacja w celu rozwiązania potencjalnych problemów. System pomiaru i weryfikacji oznacza taki system, który można użyć do określenia ilości zasobów naturalnych (np. energia, woda lub papier) wykorzystywanych przez organizację oraz wpływu ich zużycia na środowisko. Organizacja może wpływać na środowisko na wiele różnych sposobów, w celu zminimalizowania go, powinna wyznaczyć priorytety postępowania w tym zakresie. Małe i średnie organizacje, w tym firmy również wywierają określony wpływ na środowisko, nie zawsze dysponują one odpowiednimi środkami, aby zminimalizować problemy.

Sposób weryfikacji:

W zależności od wielkości i rodzaju organizacji wymaga się potwierdzenia działań na rzecz środowiska. Dokumentacja organizacji w zakresie opłat eksploatacyjnych, zaświadczenia od firm zewnętrznych zajmujących się utylizacją odpadów organizacji (odzysk, odpady zwykłe i toksyczne), raporty administracyjne.

Maks. liczba punktów 2 pkt.

Organizacja przyjęła mierzalne cele dotyczące redukcji wolumenu poziomu zanieczyszczeń/odpadów, regularnie odnotowuje i raportuje poziom poszczególnych typów odpadów, co stanowi wyjście ponad regulacje prawne, proponuje zachęty i nagrody pracownikom uczestniczącym w działaniach zmierzających do minimalizowania poziomu odpadów, zanieczyszczeń, poziomu konsumpcji paliwa. Organizacja podjęła działania służące



ograniczeniu zanieczyszczenia/ odpadów do znaczącej redukcji poziomu zanieczyszczenia/odpadów 2pkt.

Organizacja stosuje praktyki w zakresie postępowania z odpadami i zanieczyszczeniami stanowiącymi wypełnienie minimalnych kryteriów wynikających z obowiązujących przepisów, odnotowuje poprawę w zakresie gospodarki odpadami i zanieczyszczeniami, która ma charakter relatywy. Organizacja wykorzystuje nowe technologie i rozwiązania procesowe służące zwiększeniu poziomu redukcji zanieczyszczeń i odpadów, stosuje standardowe wysiłki: w zakresie redukcji paliw, ulepszenia floty pojazdów itd. wykorzystując bardziej wydajne, przechodzi na transport produkujący w mniejszym stopniu dwutlenek węgla 1pkt.

Organizacja nie stosuje praktyk w zakresie postępowania z odpadami i zanieczyszczeniami stanowiącymi wypełnienie minimalnych kryteriów wynikających z obowiązujących przepisów, nie odnotowuje poprawy w zakresie gospodarki odpadami i zanieczyszczeniami. Organizacja nie wykorzystuje nowych technologii i rozwiązań procesowych służących zmniejszeniu poziomu redukcji zanieczyszczeń i odpadów, nie stosuje standardowych wysiłków: w zakresie redukcji paliw, ulepszenia floty pojazdów itd. 0 pkt.

## 7.2. Część 2: Weryfikacja obszaru dotyczącego zaangażowania społecznego organizacji

5. Czy organizacja oferuje swój czas, inwestuje lub wspiera jakiegokolwiek inicjatywy społeczne?

Kryteria:

Zaangażowanie społeczne oznacza celowe działania, którego cel został uznany za społeczny a działania te przyczyniają się do rozwiązywania problemów społecznych.

Inwestowanie społeczne może odbywać się zarówno w ramach podstawowej, jak i dodatkowej działalności organizacji, najwyższy wymiar zaangażowania społecznego powinien łączyć wsparcie inicjatyw z rozwojem innowacyjnych produktów i/lub usług. Działania niezwiązane z podstawową działalnością organizacji są punktowane w przypadku, gdy wykonywane są na rzecz osób i/lub społeczności (na przykład organizowanie kiermaszów w celu zgromadzenia funduszy dla organizacji lub wsparcia społecznych celów).

Inwestycje społeczne mają miejsce wówczas, gdy organizacja inwestuje swoje zasoby w inicjatywy i programy mające na celu poprawę społecznych aspektów życia społeczności lokalnej.

Inicjatywa społeczna zakłada celowe działanie w formule pomysłu na realizację określonego projektu, którego cel został uznany za społeczny, realizacją tego celu zajmuje się określona grupa osób lub jedna osoba(w przypadku niewielkich inicjatyw). W zakresie zaangażowania społecznego weryfikujemy działania, które nie wynikają w danej organizacji z nałożonego na nią obowiązku ustawowego i nie są obowiązkowe, ponieważ nie są to wówczas działania związane z zaangażowaniem społecznym, ale z wypełnianiem obowiązków danej organizacji.

Sposób weryfikacji:

Dokumentacja dotycząca współpracy z organizacjami, w tym plany projektowe, protokoły oraz/lub notatki ze spotkań, komunikacja pomiędzy partnerami, formalne porozumienia pomiędzy partnerami, wsparcie finansowe i rzeczowe. Punktuje się szczególnie

działania innowacyjne, dokładnie wypracowane oraz ukierunkowane, wykonywane w ramach podstawowej działalności. Rozróżnienie pomiędzy podstawową a dodatkową działalnością organizacji jest kluczowe do określenia sposobu/rodzaju wolontariatu. W przypadku działalności podstawowej wolontariat ściśle wiąże się z tymi obszarami oraz związanymi z nimi możliwościami pracowników.

Maks. liczba punktów 2 pkt.

Organizacja zajmuje się inwestowaniem społecznym w ramach podstawowej lub dodatkowej działalności lub organizacja realizuje albo zakończyła projekty i/lub inicjatywy realizowane w partnerstwie powyżej 2 w ciągu roku 2 pkt.

Organizacja zajmuje się inwestowaniem społecznym w ramach podstawowej lub dodatkowej działalności lub organizacja realizuje albo zakończyła projekty i/lub inicjatywy realizowane samodzielnie lub w partnerstwie powyżej 1 w ciągu roku 1 pkt.

Organizacja nie zajmuje się inwestowaniem społecznym i nie realizuje projektów i/lub inicjatyw realizowanych w partnerstwie 0 pkt.

6. Czy organizacja dzieli się wiedzą i doświadczeniem w obszarze zaangażowania społecznego ze swoimi interesariuszami (na przykład pracownikami, klientami i partnerami organizacji)?

Sposób weryfikacji:

Dokumentacja odnośnie uczestnictwa oraz organizacji spotkań, szkoleń, konferencji mających na celu edukację i wymianę doświadczeń w zakresie tematyki społecznej, w tym plany projektowe, protokoły oraz/lub notatki ze spotkań, komunikacja pomiędzy partnerami, strony internetowe, kampanie społeczne, formalne porozumienia pomiędzy partnerami dotyczące wsparcia finansowego i rzeczowego.

Maks. liczba punktów 4 pkt.

Organizacja uczestniczy w spotkaniach oraz organizuje spotkania, szkolenia, konferencje mające na celu edukację, wymianę doświadczeń w zakresie tematyki społecznej, powyżej 2 razy w ciągu roku 2 pkt.

Organizacja rozpowszechnia informacje o tematyce społecznej na swoich produktach i/lub stronach internetowych i/lub prowadzi kampanie społeczne powyżej 1 razu w ciągu roku. 2pkt.

Organizacja uczestniczy w spotkaniach, szkoleniach, konferencjach mających na celu edukację, wymianę doświadczeń w zakresie tematyki społecznej, powyżej 2 razy w ciągu roku 1 pkt.

Organizacja nie uczestniczy i nie organizuje spotkań, szkoleń, konferencji mających na celu edukację oraz wymianę doświadczeń w zakresie tematyki społecznej 0 pkt.

7. Czy organizacja oferuje programy praktyk zawodowych lub wspiera te działania w jakiegokolwiek innej formie np. stażów zawodowych, praktyk wspiera rozwoju umiejętności zawodowych?

Kryteria:

Kwestią kluczową jest nabycie przez praktykantów nowych umiejętności, które pomogą im znaleźć zatrudnienie w przyszłości. „Praktyki zawodowe” to stanowisko pracy przeznaczone do doskonalenia umiejętności zawodowych praktykantów. Programy praktyk zawodowych mogą trwać od kilku tygodni do kilku lat. Efektywne programy praktyk zawodowych wspierające rozwój umiejętności w społeczeństwie, przynoszą organizacji wymierne korzyści w postaci funkcjonowania w stabilnych środowiskach biznesowych oraz możliwość zatrudniania nowych pracowników.

Sposób weryfikacji:

Dokumentacja dotycząca programu praktyk oraz umowy z praktykantami.

Maks. liczba punktów 2 pkt.

Organizacja posiada programy płatnych praktyk, które umożliwiają praktykantom otrzymanie zaświadczenia i/lub świadectwa potwierdzającego nabyte umiejętności 2pkt.

Organizacja oferuje program bezpłatnych praktyk, który zapewnia rozwój umiejętności i możliwość uzyskania zaświadczenia i/lub świadectwa potwierdzającego nabyte umiejętności 1pkt.

Organizacja oferuje program bezpłatnych praktyk, który zapewnia rozwój umiejętności, ale bez możliwości uzyskania zaświadczenia i/lub świadectwa 1pkt.

Organizacja nie posiada programu praktyk szkoleniowych 0 pkt.

8. Czy pracownicy organizacji mają możliwość zgłaszania swoich pomysłów dotyczących usprawnienia funkcjonowania organizacji w zakresie zaangażowania społecznego?

Sposób weryfikacji:

Dokumentacja organizacji w formie notatek oraz/lub protokoły ze spotkań z pracownikami, lub innej formy przyjętej jako kanał komunikacji z pracownikami dotyczący funkcjonowania organizacji w zakresie zaangażowania społecznego na przykład wewnętrzna sieć internetowa, która zawiera możliwość zgłaszania takich pomysłów. Dokumentacja organizacji dotycząca uzgodnień, planów naprawczych, pomysłów usprawnienia w zakresie zaangażowania społecznego opracowanych w wyniku konsultacji społecznych z pracownikami.

Maks. liczba punktów 2 pkt.

Organizacja posiada narzędzia dające możliwość zgłaszania pomysłów swoim pracownikom i wykorzystuje pomysły swoich pracowników dotyczących funkcjonowania organizacji w zakresie zaangażowania społecznego 2pkt.

Organizacja daje możliwość zgłaszania pomysłów swoim pracownikom nieformalnie, na przykład w trakcie spotkań z pracownikami, nie posiada systemu zarządzania w tym zakresie, ale wykorzystuje pomysły swoich pracowników dotyczących funkcjonowania organizacji w zakresie zaangażowania społecznego 1 pkt.

Organizacja nie posiada narzędzi dających możliwość zgłaszania pomysłów swoim pracownikom i nie wykorzystuje pomysłów swoich pracowników dotyczących funkcjonowania organizacji w zakresie zaangażowania społecznego 0 pkt.

9. Czy organizacja stwarza swoim pracownikom możliwość rozwoju osobistego poprzez szkolenia bądź inne programy edukacyjne związane z rozwojem zawodowym i osobistym?

Sposób weryfikacji:

Dokumentacja organizacji dotycząca ilości i rodzaju odbytych szkoleń i programów edukacyjnych.

Maks. liczba punktów 2 pkt.

Organizacja stwarza swoim pracownikom możliwości rozwoju wiedzy. Pracownicy regularnie uczestniczą w szkoleniach zewnętrznych oraz wewnętrznych. Do ich prowadzenia jest oddelegowana przeszkolona osoba lub są one organizowane we współpracy z organizacją zewnętrzną 2pkt.

Organizacja nie stwarza swoim pracownikom możliwości rozwoju wiedzy. Pracownicy nie uczestniczą w szkoleniach zewnętrznych oraz wewnętrznych 0 pkt.

10. Czy organizacja posiada program społecznego zaangażowania?

Kryteria:

“Program społecznego zaangażowania” może zawierać następujące elementy:

- Założenia/cele
- Czynności niezbędne do osiągnięcia celów
- Odpowiedzialność za każde działanie
- Kolejność działań
- Ramy czasowe
- Monitoring oraz ewaluację
- Komunikacja nt. postępu działań

Może składać się z następujących aspektów:

- Zaangażowania interesariuszy
- Wolontariatu
- Praktyk w zakresie zaangażowania społecznego
- Konsultacji z lokalną społecznością przed rozpoczęciem działań przez organizację

Program zaangażowania społecznego nie powinien być identyfikowany ze strategią społecznej odpowiedzialności, stanowi on jedynie część strategii lub może być realizowany samodzielnie.

Sposób weryfikacji:

Program zaangażowania społecznego i/lub dokumentacja zaangażowania społecznego organizacji, notatki oraz/lub protokół ze spotkań z interesariuszami społecznymi, plany działania opracowania wytycznych w zakresie opracowania programu zaangażowania społecznego.

Maks. liczba punktów 2 pkt.

Organizacja posiada plan działań dotyczący zaangażowania społecznego i dokonuje oceny jego realizacji 2 pkt.

Organizacja posiada plan działań dotyczący zaangażowania społecznego i nie dokonuje oceny jego realizacji 1 pkt.

Organizacja nie posiada planu działań dotyczącego zaangażowania społecznego 0 pkt.

11. Czy organizacja podejmuje decyzje o wyborze dostawcy/kontrahenta produktów i/lub usług biorąc pod uwagę kwestie społeczne oraz jego zaangażowanie społeczne?

Sposób weryfikacji:

Istotnym czynnikiem wpływającym na wzrost zaangażowania społecznego a zatem na społeczeństwo jest to, czy organizacja świadomie wybiera dostawców i/lub kontrahentów. Organizacja ma możliwość budowy polityki zakupu produktów i/lub usług wpisując w nią kryteria o charakterze etycznym, społecznym, środowiskowym i/lub stosując klauzule społeczne. Weryfikacja narzędzi i procedur umożliwiających wybór dostawcy/kontrahenta pod względem jego zaangażowania społecznego. Dokumentacja dotycząca polityki zakupowej organizacji, formalnego wymogu obowiązkowego uwzględniania wśród kryteriów wyboru dostawcy/kontrahenta towarów/usług wymogów o charakterze społecznym. Dokumentacja dotycząca zastosowanych klauzul społecznych w polityce zakupowej organizacji daje możliwość otrzymania dodatkowych 2 punktów.

Maks. liczba punktów 4 pkt.

Organizacja przyjęła w obowiązującej polityce zakupowej formalny wymóg obowiązkowego uwzględniania wśród kryteriów wyboru dostawcy towarów/usług wymogów o charakterze społecznym.

Weryfikujemy czy kontrahent/partner ma świadomość odpowiedzialności społecznej, dba o ekologię, wykorzystuje etyczne praktyki biznesowe oraz szanuje prawa człowieka. Organizacja stara się współpracować głównie z innymi organizacjami społecznie zaangażowanymi, posiadamy narzędzia i procedury umożliwiające weryfikację partnerów i kontrahentów 2pkt.

Organizacja w obowiązującej polityce zakupowej lub udokumentowanych zasadach zawierania umów z dostawcami umieszcza w umowach standardowych klauzule społecznych 2pkt.

Organizacja przyjęła w obowiązującej polityce zakupowej zasadę zaangażowania społecznego. Organizacja zwraca uwagę na kwestie społeczne przy wyborze dostawcy/kontrahenta/partnera, ale nie posiada formalnych wymogów zapisanych w polityce zakupowej organizacji 1 pkt.

Organizacja nie przyjęła w obowiązującej polityce zakupowej formalnego wymogu obligatoryjnego uwzględniania wśród kryteriów wyboru dostawcy towarów/usług wymogów o charakterze społecznym i nie stosuje takich kryteriów 0 pkt.

Organizacja nie przyjęła w obowiązującej polityce zakupowej lub udokumentowanych zasadach zawierania umów z dostawcami wymogu obligatoryjnego umieszczania w umowach standardowych klauzul społecznych 0 pkt.

12. Czy organizacja korzysta z usług i/lub produktów lokalnych dostawców? W jakim zakresie?

Kryteria weryfikacji:

Korzystanie z usług i/lub produktów lokalnych dostawców wiąże się z zaangażowaniem społecznym, wykraczającym poza identyfikację swoich interesariuszy w środowisku funkcjonowania organizacji. Wiąże się z uznaniem wartości tej społeczności. Zaangażowanie powinno wynikać ze zrozumienia, że organizacja jest interesariuszem społeczności i łączy ją z nią wspólnota interesów, jednym z nich jest rozwój gospodarczy i społeczny.

Sposób weryfikacji:

Potwierdzenie przez organizację w polityce zakupowej dotyczącej uzyskiwania usług i/lub towarów u lokalnych dostawców, które ma miejsce w sposób cykliczny. Potwierdzenie przez organizację przyjęcia zasady korzystania z usług i/lub produktów lokalnych dostawców.

Maks. liczba punktów 2 pkt.

Organizacja przyjęła w obowiązującej polityce zakupowej zasadę korzystania z usług i/lub produktów lokalnych dostawców 2 pkt.

Organizacja nie przyjęła w obowiązującej polityce zakupowej zasady korzystania z usług i/lub produktów lokalnych dostawców 0 pkt.

13. Czy organizacja dostarcza konsumentowi i/ lub usługobiorcy możliwie najpełniejsze informacje o danym produkcie i/lub usłudze?

Kryteria weryfikacji:

Opracowane procedury, procent pracowników zapoznany z procedurami, liczba usprawnień wdrożonych na podstawie analiz reklamacji, poziom satysfakcji klientów. Liczba uzasadnionych zgłoszeń na nieetyczne zachowania sprzedawców oraz działania podjęte przez organizację w odpowiedzi na zgłoszenia.

Sposób weryfikacji:

Dokumentacja organizacji dotycząca realizacji produktów i/lub usług w formie dostępnych informacji dla klienta lub usługobiorcy. Opracowanie procedur dotyczących jakości

i terminowości obsługi klientów. Analiza reklamacji i podejmowanie działań naprawczych. Przeprowadzanie badań satysfakcji klientów. Dokumentacja organizacji dotycząca rodzajów i jakości otrzymania informacji o danym produkcie i/lub usłudze.

Maks. liczba punktów 2 pkt.

Organizacja prowadzi rzetelny marketing na temat swoich produktów i/lub usług, ponadto dostarcza swoim konsumentom i/lub usługobiorcom możliwie najpełniejsze informacje o danym produkcie i/lub usłudze. Organizacja stworzyła system informacji gdzie klient i/lub usługobiorca może otrzymać wiarygodne i wyczerpujące informacje o danym produkcie i/lub usłudze 2 pkt.

Organizacja prowadzi rzetelny marketing na temat swoich produktów i/lub usług, ponadto dostarcza swoim konsumentom i/lub usługobiorcom możliwie najpełniejsze informacje o danym produkcie i/lub usłudze. Organizacja prowadzi badanie satysfakcji klienta i/lub usługobiorcy o danym produkcie i/lub usłudze 1 pkt.

Organizacja nie przywiązuje uwagi do prowadzenia rzetelnego marketingu dotyczącego swoich produktów i/lub usług, nie dostarcza swoim konsumentom i/lub usługobiorcom pełnych informacji o danym produkcie i/lub usłudze. Organizacja nie stworzyła system informacji gdzie klient i/lub usługobiorca może otrzymać wiarygodne i wyczerpujące informacje o danym produkcie i/lub usłudze 0 pkt.

14. Czy wprowadzając nowe produkty i/lub usługi organizacja bierze pod uwagę ich wpływ na społeczeństwo i uwzględnia potrzeby otoczenia przy tworzeniu, bądź rozwijaniu produktów i/lub usług?

Kryteria weryfikacji:

Opracowane procedury, procent pracowników zapoznany z procedurami, liczba usprawnień wdrożonych na podstawie analiz reklamacji, badanie poziomu satysfakcji klientów.

Sposób weryfikacji:

Dokumentacja organizacji dotycząca uwzględniania potrzeb otoczenia przy tworzenia bądź rozwijaniu nowych produktów i/lub usług, które wskazywał klient i/ lub usługobiorca, w tym analiza reklamacji i podejmowanie działań naprawczych. Przeprowadzanie badań satysfakcji klientów.

Maks. liczba punktów 2 pkt.

Organizacja uwzględnia potrzeby otoczenia przy tworzenia bądź rozwijaniu nowych produktów i/lub usług, które wskazywał klient i/ lub usługobiorca prowadząc badanie satysfakcji klienta i/lub usługobiorcy 2 pkt.

Organizacja nie uwzględniania potrzeb otoczenia przy tworzenia bądź rozwijaniu nowych produktów i/lub usług, które wskazywał klient i/ lub usługobiorca 0 pkt.

15. Czy organizacja posiada certyfikaty, nagrody oraz zaświadczenia lub inną formułę nagrodzenia organizacji potwierdzającą zaangażowanie społeczne lub rzetelność gospodarczą,

transparentność finansową, zaangażowanie społeczne, dobre praktyki rynkowe, lub inny obszar jej funkcjonowania za który została wyróżniona?

Sposób weryfikacji:

Dokumentacja organizacji dotycząca uznania/potwierdzenia przez zewnętrzną instytucję w formie przyznanego certyfikatu, zaświadczenia i/lub nagrody dotyczącej zaangażowania społecznego i/lub społecznej odpowiedzialności biznesu.

Maks. liczba punktów 2 pkt.

Organizacja posiada dokument, zaświadczenie, nagrodę potwierdzającą działania organizacji z zakresu zaangażowania społecznego, powyżej 1-go 2 pkt.

Organizacja posiada dokument, zaświadczenie, nagrodę potwierdzającą działania organizacji z zakresu zaangażowania społecznego, tylko w ilości 1 – 1 pkt.

Organizacja nie posiada dokumentu, zaświadczenia, nagrody potwierdzającej działania organizacji z zakresu zaangażowania społecznego - 0 pkt.

#### **14. OCENA ANKIETY WERYFIKACYJNEJ**

14.1. Model oceniania współczynnika zaangażowania:

14.1.1. Ankieta weryfikacyjna podzielona jest na 4 części:

- a) Informacje ogólne
- b) Informacje wstępne
- c) Wpływ Organizacji na otoczenie
- d) Wartość, wiarygodność i dobre praktyki organizacji

14.1.2. Ankieta weryfikacyjna ma na celu zweryfikowanie stopnia zaangażowania. Na podstawie pytań są przyznawane punkty, gdzie następnie każda część jest oceniana osobno w trzystopniowej skali:

- a) Wynik pozytywny - celujący
- b) Wynik pozytywny – dobry
- c) Wynik negatywny

14.1.3. Pierwsze 7 pytań zawartych w ankiecie weryfikacyjnej jest umieszczone wyłącznie w celach informacyjnych, nie są punktowane.

14.1.4. Kolejne części ankiety weryfikacyjnej są punktowane i oceniane następująco:

- a) Pytania do automatycznej oceny – Pytania jednokrotnego wyboru, za które są przyznawane punkty. Pytania, w których znajduje się tabela do wpisania danych, jest punktowana za każdy kolejny wpis do tabeli.
- b) Pytania opisowe – punktowane indywidualnie, według uznania Kapituły Programu.

14.1.5. Kolejne części ankiety weryfikacyjnej są sumowane i na ich podstawie wystawiana jest ocena ogólna według wzoru:



- a) Informacje wstępne – ta część obejmuje 4 pytania. Uzyskanie wyniku pozytywnego – celującego tej części jest możliwe tylko wtedy, gdy udzielona odpowiedź na pytanie numer 20 to c.
- Punktacja tej części:  
X – ilość punktów  
X < 1 – wynik negatywny  
1 < X < 8 – wynik pozytywny – dobry  
X = 8 – wynik pozytywny – celujący
- b) Wpływ Organizacji na otoczenie – ta część obejmuje 9 pytań.
- Punktacja tej części:  
X – ilość punktów  
X < 5 – wynik negatywny  
5 < X < 15 – wynik pozytywny – dobry  
X > 15 – wynik pozytywny – celujący
- c) Wartość, wiarygodność i dobre praktyki organizacji – ta część obejmuje 11 pytań.
- Punktacja tej części:  
X – ilość punktów  
X < 10 – wynik negatywny  
10 < X < 20 – wynik pozytywny – dobry  
X > 20 – wynik pozytywny – celujący

#### 14.1.6. Wzór wyliczenia całości oceny:

Ocena negatywna = 0 pkt  
Ocena pozytywna dobra = 1 pkt  
Ocena pozytywna celująca = 2 pkt

a2 – ocena części 2  
a3 – ocena części 3  
a4 – ocena części 4

F = współczynnik  
 $F = (a2 + a3 + a4) / 3$

#### 14.1.7. Wzór wyliczenia oceny ogólnej:

Gdy F = 2 – Organizacja jest zaangażowana w stopniu celującym  
Gdy  $1 < F < 2$ , przy założeniu, że żaden z czynników a2, a3, a4 jest równy 0 – Organizacja zaangażowana w stopniu dobrym.  
Gdy F < 1 – Weryfikacja negatywna

## 15. OBLICZANIE WSPÓŁCZYNNIKA ZAANGAŻOWANIA SPOŁECZNEGO

1). Za terminowość rozliczeń z Urzędem Skarbowym, Oddziałami ZUS, Urzędami Celnymi, Urzędami Miasta lub Gminy i Marszałkowskimi, pracownikami, kontrahentami produktów i/lub usług.

Każde opóźnienie, które nastąpiło z winy organizacji powyżej 14 dni w ostatnich 24 miesiącach powoduje odjęcie -1 punkt, brak opóźnień w ostatnich 24 miesiącach 2 punkty.

2). Za brak obciążeń komorniczych, kar, mandatów wynikających z nieuczciwych praktyk rynkowych lub nieuczciwej konkurencji stwierdzonych prawomocnymi orzeczeniami sądowymi lub nadanych w wymiarze prawnym lub administracyjnym.

Każde nałożenie przez organ administracji państwowej lub samorządowej kary, mandatu i/lub obciążenia komorniczego na organizację w ostatnich 24 miesiącach powoduje odjęcie -1 punkt, w przypadku braku takich obciążeń opóźnień w ostatnich 24 miesiącach przyznaje się dodatkowe 2 punkty.

3). Za stosowanie kodeksu etyki, który wyznacza reguły postępowania etycznego lub inne rozwiązanie dotyczące etyki w organizacji.

Przygotowanie i wdrażanie kodeksu etyki, który wyznacza reguły postępowania lub inne rozwiązanie dotyczące etyki w organizacji przyznaje się 3 punkty.

4). Za zredukowanie negatywnego wpływu na środowisko naturalne lub działania służące kompensacji negatywnego wpływu.

Każde działanie redukujące negatywny wpływ na środowisko naturalne lub działania służące kompensacji negatywnego wpływu w organizacji, w ostatnich 5 latach przyznaje się +1 punkt.

5). Za wspieranie i realizację inicjatyw społecznych.

Każdy projekt i/lub inicjatywa, która nie wynika z zapisu aktu prawnego i nie jest obowiązkiem w sensie organizacyjnym +1 punktów, dodatkowy punkt za realizację projektu i/lub inicjatywy w partnerstwie z inną organizacją +1 punkt.

6). Za dzielenie się wiedzą i doświadczeniem w obszarze zaangażowania społecznego ze swoimi interesariuszami.

Każde zorganizowanie spotkania, szkolenia, konferencji, które nie wynika z zapisu aktu prawnego i nie jest obowiązkiem w sensie organizacyjnym, mające na celu edukację, wymianę doświadczeń w zakresie tematyki społecznej w ciągu ostatnich 5 lat +1 punkt, za uczestnictwo w spotkaniach, konferencjach i szkoleniach w ciągu ostatnich 12 miesięcy +1 punkt, za rozpowszechnianie informacji o tematyce społecznej na swoich produktach i/lub stronach internetowych, które nie są obowiązkiem wynikającym z zapisów aktów prawnych i nie są obowiązkiem w sensie organizacyjnym w ciągu ostatnich 5 lat +1 punkt, za każde zorganizowanie i/lub współorganizowanie kampanii społecznej w ostatnich 5 latach +2 punkt.

7). Za realizację programów praktyk zawodowych lub wspieranie tych działań w jakiegokolwiek innej formie np. stażów zawodowych, praktyk wspiera rozwoju umiejętności zawodowych.

Każda praktyka zawodowa lub wspieranie tych działań w innej formie, na przykład stażów zawodowych, które nie wynikają z zapisu aktu prawnego i nie są obowiązkiem w sensie organizacyjnym, ale umożliwiają praktykantom otrzymanie zaświadczenia i/lub świadectwa potwierdzającego nabyte umiejętności +1 punkt, za każdy program płatnych praktyk lub innej formy działań w tym zakresie, które nie wynikają z zapisu aktu prawnego i nie są obowiązkiem w sensie organizacyjnym i umożliwiają praktykantom otrzymanie zaświadczenia i/lub świadectwa potwierdzającego nabyte umiejętności przyznaje się dodatkowy +2punkty.

8). Za możliwość zgłaszania wśród pracowników pomysłów dotyczących usprawnienia funkcjonowania organizacji w zakresie zaangażowania społecznego, dotyczy to samej organizacji oraz jej otoczenia.

Każde zgłoszenie pomysłu i wykorzystanie usprawnienia zgłaszanego przez pracowników jakie organizacja zastosowała w zakresie zaangażowania społecznego w ostatnich 5 latach +1 punkt, za wynagrodzenie pracownika w zakresie wykorzystania usprawnienia w organizacji przyznaje się każdorazowo dodatkowy + 1 punkt.

9). Za stwarzanie swoim pracownikom możliwości rozwoju osobistego poprzez szkolenia bądź inne programy edukacyjne związane z rozwojem zawodowym i osobistym.

Każde przeszkolenie pracownika w systemie szkoleń wewnętrznych i zewnętrznych, które nie wynika z zapisu aktu prawnego i nie jest obowiązkiem w sensie organizacyjnym w ostatnich 2 latach +1 punkt.

10). Za posiadanie i realizację programu społecznego zaangażowania.

W sytuacji gdy organizacja wdraża program społecznego zaangażowania i dokonuje jego oceny +20 punktów, za samą realizację tego programu bez weryfikacji +15 punktów.

11). Za decyzje o wyborze dostawcy/kontrahenta produktów i/lub usług uwzględniającego zaangażowanie społeczne.

Każde uwzględnienie w wyborze dostawcy/kontrahenta produktów i/lub usług jego zaangażowania społecznego w ostatnich 5 latach przyznaje się +1 punkt, za każde zastosowanie klauzul społecznych + 15 punktów.

12). Za współpracę organizacji z lokalnymi dostawcami i korzystanie z ich usług i/lub produktów.

Każde uwzględnienie w usługach i/lub produktach lokalnych dostawców w ostatnich 2 latach przyznaje się organizacji + 2 punkty.

13). Za dostarczanie konsumentowi i/ lub usługobiorcy możliwie najpełniejszych informacji o danym produkcie i/lub usłudze.

Każde udokumentowane działanie uwzględniające potrzeby klienta i/lub usługobiorcy dotyczące informacji w ostatnich 5 latach przyznaje się organizacji +5 punktów.

14). Za uwzględnienie w nowych produktach i/lub usługach organizacji wpływu na społeczeństwo i potrzeby otoczenia przy tworzeniu, bądź rozwijaniu produktów i/lub usług.

Każde udokumentowane działanie uwzględniające potrzeby otoczenia przy tworzeniu i/lub rozwijaniu nowych produktów i/lub usług, na które wskazywał klient i/lub usługobiorca w ostatnich 5 latach przyznaje się organizacji +10 punktów.

15). Za certyfikaty, nagrody oraz zaświadczenia lub inną formułę nagrodzenia organizacji potwierdzającą zaangażowanie społeczne za które została wyróżniona.

Każdy certyfikat, nagroda, zaświadczenie lub inna formuła nagrodzenia organizacji w zakresie zaangażowania społecznego w ostatnich 10 latach przyznaje się organizacji +5 punktów, jednak nie można przyznać więcej niż 45 punktów.

## **16. POSTANOWIENIA KOŃCOWE**

16.1. Wszelkie dane i dokumentacja dostarczone przez Organizację, niezbędne dla poprawnego przebiegu procesu weryfikacji są poufne i mogą być wykorzystane wyłącznie do celów Programu Gospodarczego „Organizacja Społecznie Zaangażowana”.

- 16.2. Zgłoszenie Organizacji do udziału w Programie jest jednoznaczne z akceptacją Regulaminu Programu oraz ze zgodą na przetwarzanie danych na rzecz Programu.
- 16.3. W przypadku otrzymania informacji, poświadczonych odpowiednią dokumentacją, podważających prawdziwość oświadczeń złożonych przez Organizację, Kapituła Programu ma 14 dni na rozpatrzenie otrzymanego wniosku i załączonych dokumentów oraz wydania stosownego oświadczenia dotyczącego dalszego losu Organizacji.
- 16.4. W przypadku niewywiązywania się Organizacji z obowiązków nałożonych przez Program i Instytut, Kapituła Programu ma prawo unieważnić Certyfikację.
- 16.5. Uczestnik Programu, który traci tytuł „Organizacja Społecznie Zaangażowana” jest zobowiązany usunąć wszelkie znamiona wizualne łączące go z Programem „Organizacja Społecznie Zaangażowana” z portali i stron internetowych, na których były one umieszczane.
- 16.6. Organizacja, która nie kontynuuje uczestnictwa w Programie w kolejnej jego edycji, traci prawo do korzystania z materiałów związanych z Programem. Jest zobowiązana usunąć znamiona wizualne łączące ją z Programem „Organizacja Społecznie Zaangażowana” z portali i stron internetowych, na których były one umieszczane.
- 16.7. W przypadku niewywiązywania się Instytutu ze zobowiązań zawartych w Regulaminie, Organizacja ma prawo żądać zwrotu kosztów, po wcześniejszym przedstawieniu wniosku odwoławczego z załączeniem rzetelnych dokumentów, poświadczających naruszenie Regulaminu Instytutu.
- 16.8. Organizacja akceptując Regulamin, wyraża zgodę na przetwarzanie danych osobowych przez Instytut, zgodnie z art. 23 ust. 1 pkt.1 i ust. 2 ustawy z 29.08.1997 r. o ochronie danych osobowych (DzU nr 133, poz. 883).
- 16.9. Akceptacja Regulaminu przez Organizację jest jednoznaczna ze zgodą na otrzymywanie informacji dotyczących Programu drogą elektroniczną zgodnie z Ustawą z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną, Dz.U. nr 144, poz. 1204.
- 16.10. Instytut ma prawo do wprowadzania zmian w Regulaminie, pod warunkiem, że owe zmiany nie wpłyną na warunki zagwarantowane aktualnym Uczestnikom Programu.
- 16.11. Każda zmiana Regulaminu zostanie opublikowana na stronie internetowej [www.zaangazowanie-spoleczne.org](http://www.zaangazowanie-spoleczne.org).