

# **Strategia Społecznej Odpowiedzialności Biznesu CDG PRO Sp. z o.o.**

**Opracowano dnia 25.09.2014 r.**

## Spis treści:

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Misja, wizja i wartości firmy CDG PRO ..... | 3  |
| Charakterystyka firmy .....                 | 3  |
| Ład organizacyjny .....                     | 5  |
| Kluczowe obszary CSR .....                  | 6  |
| Mapa Interesariuszy .....                   | 11 |
| Wdrażanie strategii .....                   | 13 |
| Monitoring i ocena .....                    | 14 |
| Komunikacja i promocja .....                | 15 |

## Misja, wizja i wartości firmy CDG PRO

**Naszą Misją** jest zapewnienie pełnej satysfakcji naszym klientom poprzez ciągłe doskonalenie procesu produkcji i świadczenia usług. Dzięki zaangażowaniu pracowników będziemy rozwijać trwałe relacje z klientami, kontrahentami i społecznością lokalną.

### Nasza Wizja:

CDG PRO chce być społecznie odpowiedzialną firmą wyróżniającą się wyjątkowym poziomem obsługi klientów i wysoką jakością usług, dbającą jednocześnie o zadowolenie pracowników oraz pozytywny wizerunek.

### Wartości:

- Jesteśmy partnerem dla naszych klientów, których potrzeby motywują nas do pracy.
- Podchodzimy do każdego zadania rzetelnie i z pełnym zaangażowaniem.
- Szanujemy wszystkich przedstawicieli rynku, w tym naszą konkurencję, jej wartości, wiedzę i sposoby działania.
- Cenimy duch przedsiębiorczości, innowacyjność i szybkość działania.
- Prowadzimy aktywny dialog ze światem nauki, uczelniami. Wspieramy wymianę doświadczeń i perspektyw związanych z realizowanymi projektami.



## Charakterystyka firmy

Firma CDG PRO z o.o. powstała w 2009 r. jako wydzielona jednostka firmy Centrum Doradztwa Gospodarczego Sp. z o.o. i rozpoczęła działalność gospodarczą na początku 2010 r. Pomimo swojej krótkiej historii spółka CDG PRO przejęła cały balast doświadczeń spółki matki oraz częściowo wysoko wykwalifikowaną kadrę. Spółka początkowo specjalizowała się w działaniach związanych z pozyskiwaniem i obsługą dotacji inwestycyjnych na rzecz przedsiębiorstw i Jednostek Samorządu Terytorialnego. Z czasem działalność firmy została zdywersyfikowana – dzięki pozyskanym dotacjom w Łodzi utworzona została specjalistyczna szwalnia, zajmująca się produkcją odzieży i akcesoriów sportowo-rekreacyjnych oraz rozpoczęto dwa znaczące projekty badawczo-rozwojowe z zakresu energooszczędności. W strukturach firmy utworzono także laboratorium, wyposażone w nowoczesną aparaturę

badawczą umożliwiającą prowadzenie kompleksowych badań w zakresie promieniowania słonecznego (również skoncentrowanego).

Naszą firmę opieramy zatem na **trzech głównych filarach**, które pozwalają nam być zarówno solidnym partnerem biznesowym jak i dobrym pracodawcą:

- consultingowym - usługi skoncentrowane są na doradztwie w zakresie pozyskiwania środków unijnych na realizację projektów inwestycyjnych, badawczych, innowacyjnych oraz projektów łączących sferę nauki i biznesu. Oferujemy wsparcie w zarządzaniu projektami i w rozliczeniach otrzymanych środków. Zajmujemy się także opracowaniem wszelkiego rodzaju analiz ekonomicznych oraz finansowych.
- badawczo-rozwojowym – prowadzenie własnych projektów B+R ukierunkowanych na zdobycie nowej wiedzy celem opracowania innowacyjnych rozwiązań oraz świadczenie usług badawczych z wykorzystaniem specjalistycznej aparatury laboratoryjnej.
- produkcyjnym – małoseryjna, specjalistyczna produkcja latawców pociągowych o zmiennej konstrukcji oraz odzieży sportowej szytej wyłącznie w Polsce na bazie wysokiej klasy materiałów.

### **Potencjał kadrowy i techniczny**

Nasz zespół tworzą, zarówno, osoby pracujące od samego początku powstania firmy, jak i młody personel, wnoszący powiew świeżości oraz pomysły zgodne z najnowszymi trendami. Nasi pracownicy posiadają niezbędne wykształcenie oraz doświadczenie.

Obecnie w naszej firmie pracuje blisko 20 osób.

Ponadto, jako organizacja działająca w oparciu o specjalistyczną informację, współpracujemy z wysoko wykwalifikowanymi i doświadczonymi ekspertami z różnych dziedzin nauki i gospodarki, dzięki czemu jesteśmy w stanie zapewnić naszym Klientom fachową pomoc w wielu istotnych aspektach każdego przedsięwzięcia.

Spółka dysponuje odpowiednimi pomieszczeniami, które dają możliwość oraz w pełni zaspokajają potrzeby w zakresie prowadzonej działalności. CDG PRO wynajmuje pomieszczenia do prowadzenia działalności zlokalizowane w siedzibie spółki-matki, tj. pod adresem Świltza 145B. Ponadto firma posiada oddział w Łodzi (ul. Piłsudskiego 135) oraz wynajmuje pomieszczenia biurowo-laboratoryjne w Rzeszowie przy ul. Boya Żeleńskiego 23.

### **Cele strategiczne firmy:**

- Oferowanie profesjonalnych usług doradczych, świadczonych przez wykwalifikowany, odpowiednio nadzorowany i motywowany personel,
- Pogłębianie wiedzy w zakresie energooszczędności,
- Wypromowanie na rynkach europejskiej marki sportowej produkowanej w Polsce.

## Ład organizacyjny

Naszą strategię biznesową realizujemy w sposób odpowiedzialny społecznie, z uwzględnieniem norm etyki w biznesie, jak też potrzeb wszystkich grup interesariuszy, w tym m.in.: pracowników, klientów, społeczeństwa przy jednoczesnym poszanowaniu środowiska naturalnego. Działamy, opierając się na standardach wyznaczanych przez normy prawa krajowego i międzynarodowego, jak również uwzględniając kodeksy etyczne odnoszące się do prowadzonej przez nas działalności.

W codziennej pracy kierujemy się profesjonalnym, indywidualnym podejściem, pragmatyzmem oraz wartościami takimi jak: uczciwość, otwartość, szacunek, odpowiedzialność i zaangażowanie.



Naszą działalność prowadzimy z poszanowaniem wszystkich praw człowieka oraz jego godności. Unikamy praktyk dyskryminacyjnych i gwarantujemy zachowanie równość szans.

Utrzymujemy również otwarte i uczciwe relacje ze współpracownikami, zarówno bezpośrednimi pracownikami jak i podmiotami zewnętrznymi tj. z podwykonawcami,

dostawcami, konkurencją etc. W obszarze tym wychodząc ponad obowiązki wynikające z przepisów prawa, mamy na uwadze warunki pracy, rozwój społeczny (szkolenia), potrzebę prowadzenia stałego dialogu z podmiotami współpracującymi.

Podejmujemy kroki mające na celu zmniejszenie poziomu zużycia zasobów naturalnych, będących następstwem prowadzonej działalności, staramy się zmniejszać skalę zanieczyszczeń emitowanych do środowiska. Szczególną uwagę przykładamy do segregacji odpadów.

Nasze relacje z innymi podmiotami rynkowymi, w tym z organizacjami rządowymi, partnerami, dostawcami, wykonawcami, konkurencją skupiają się na przeciwdziałaniu nieuczciwej konkurencji, uczciwej współpracy oraz poszanowaniu praw własności. Staramy się rozwijać długoterminowe relacje z partnerami i dostawcami, promujemy zachowania konkurencyjne, które przynoszą korzyść społeczeństwu i środowisku.

W stosunku do naszych klientów, biorąc pod uwagę marketing oferowanych przez nas produktów i usług staramy się przekazywać obiektywną i rzetelną informację. Dbamy, aby jakość naszej obsługi i świadczonych usług była zawsze na wysokim poziomie. Wyznacznikiem naszej pracy jest osiągnięcie możliwie najwyższego poziomu satysfakcji naszych klientów.

Poprzez wspieranie akcji społecznych angażujemy się również w działalność na rzecz społeczności lokalnych.

Zasadniczą motywacją w prowadzeniu naszych działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu jest uznanie ich kluczowej roli w osiąganiu celów biznesowych.

Celem Strategii społecznej odpowiedzialności biznesu CDG PRO Sp z o.o. jest wskazanie fundamentalnych obszarów i adresatów naszej działalności, jak też nadanie ram organizacyjnych podejmowanym przez nas działaniom prospołecznym.

## **Kluczowe obszary CSR**

Odpowiedzialność społeczna to element przyjętej strategii firmy CDG PRO. Odpowiedzialne działanie firmy oznacza traktowanie naszych pracowników, klientów, partnerów handlowych, interesów społeczeństwa lokalnego i środowiska naturalnego z zachowaniem szacunku i w zrównoważony sposób. Tylko ten sposób pozwoli nam na odnoszenie sukcesów przez długi czas. W naszej strategii skupiamy się na czterech obszarach: relacjach z personelem, klientach i etyce biznesu, środowisku naturalnym oraz zaangażowaniu społecznym.



## Cele związane z wdrażaniem Strategii Społecznej Odpowiedzialności

**Cel główny:** zbudowanie organizacji odpowiedzialnej i etycznie postępującej względem wszystkich interesariuszy, na których oddziałuje, z możliwi największym poszanowaniem środowiska naturalnego.

### Cele szczegółowe:

W OBSZARZE RELACJI Z PERSONELEM - zapewnienie przyjaznego środowiska pracy sprzyjającego rozwojowi osobowemu, poprawie komunikacji oraz procesowi świadomego podejmowania decyzji

Powyższy cel szczegółowy będzie realizowany przez następujące cele cząstkowe:

- Zbudowanie właściwych relacji pomiędzy firmą a pracownikami i współpracownikami
- Wzrost motywacji i zaangażowania pracowników
- Wzrost świadomości i odpowiedzialności grupowej w dążeniu do wspólnego celu
- Zwiększenie partycypacji pracowników w procesie zarządzania firmą
- Zapewnienie równowagi pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym
- Integracja zespołu
- Rozwój zawodowy kadry
- Promowanie zdrowia i dobrobytu

Działania:

- Poprawa komunikacji wewnętrznej poprzez wykorzystanie nowych kanałów oraz optymalizację trybu spotkań wewnątrz-firmowych,
- Budowanie ścieżek rozwoju kariery,
- Usprawnienie komunikacji zarząd-pracownicy,
- Stosowanie elementów elastycznego zatrudnienia, umożliwiających godzenie życia prywatnego z rodzinnym,
- Realizacja badań satysfakcji pracowniczej – coroczne badanie, którego wyniki pozwolą odpowiednio modyfikować przyjęte elementy polityki personalnej, ale także działań związanych z CSR i stanowić będą podstawę do podejmowania działań naprawczych,
- Propagowanie dbałości o zdrowie i dobrobyt / realizacja programów propagujących zdrowy tryb życia.

Wpływ na interesariuszy:

- Kadra właścicielska/zarząd
- Pracownicy i współpracownicy, w tym: praktykanci / stażyści

W OBSZARZE RELACJI Z KLIENTAMI - zapewnienie pełnego dostępu do informacji oraz zachowania trwałej wysokiej jakości w wewnętrznym i zewnętrznym procesie funkcjonowania organizacji

Powyższy cel szczegółowy będzie realizowany przez następujące cele cząstkowe:

- Zapewnienie profesjonalnego i indywidualnego podejścia do klienta,
- Zwiększenie świadomości na temat własności intelektualnej wśród potencjalnych klientów,
- Zapewnienie sprawnej komunikacji, wypracowanie spójnego systemu kontaktowania się klientów z pracownikami,
- Standaryzacja procesu obsługi klientów,
- Udostępnianie istotnych informacji marketingowych w sposób przejrzysty i dostępny,
- Umożliwienie wyrażania opinii i poglądów w ramach procesów decyzyjnych,
- Uczciwe rozpatrywanie uzasadnionych roszczeń,
- Umożliwienie klientom/konsumentom podejmowania świadomych, niezależnych decyzji dotyczących wyboru i usług.

Działania:

- Zmiana w kierunku podniesienia jakości świadczonych usług (m.in. udoskonalenie rozpoznawania potrzeb klientów i budowania oferty ściśle na nie odpowiadającej),
- Maksymalizacja precyzyjności w ramach prowadzonych negocjacji oraz formułowaniu umów z klientami,



- Większa informatyzacja, przyspieszająca realizację procesów,
- Rzetelne informowanie oraz stosowanie uczciwych, przejrzystych i pomocnych informacji marketingowych,
- Prowadzenie edukacji konsumenckiej,
- Stosowanie uczciwych umów, które zawierają jasne i zrozumiałe informacje,
- Zapewnienie zrozumiałego dla wszystkich pracowników i klientów systemu numeracji umów, pism wychodzących,
- Oferowanie konsumentom produkty i usługi korzystne społecznie i środowiskowo w całym cyklu życia,
- Powstrzymanie się od uzależnienia dostępu do usług od udzielania przez konsumenta/klienta zgody na niechciane wykorzystanie danych do celów marketingowych,
- Ochrona danych osobowych za pomocą odpowiednich środków bezpieczeństwa,
- Utrzymywanie i doskonalenie systemów wspomagających zapobieganie zakłóceniom w dostarczaniu usług,
- O efektywnym wykorzystaniu energii w zakresie efektywnego wykorzystania energii.

Wpływ na interesariuszy:

- Kadra właścicielska/zarząd
- Pracownicy i współpracownicy, w tym: praktykanci / stażyści
- Klienci
- Kontrahenci i partnerzy biznesowi
- Konkurencja
- Urzędy i instytucje publiczne

W OBSZARZE ŚRODOWISKA NATURALNEGO - dbałość o środowisko naturalne w całym zakresie działalności organizacji

Powyższy cel szczegółowy będzie realizowany przez następujące cele cząstkowe:

- Edukacja i podnoszenie świadomości pracowników w zakresie działań proekologicznych podejmowanych przez firmę,
- Realizowanie podejścia opartego na cyklu życia,
- Bardziej efektywne wykorzystania zasobów oraz ograniczenie emisji zanieczyszczeń i powstawania odpadów,
- Promowanie i upowszechnianie pro środowiskowych technologii i praktyk.

Działania:

- Oszczędne zużycia paliw, energii, materiałów eksploatacyjnych, wody, papieru i innych materiałów mających wpływ na środowisko naturalne,
- Dokładniejsze segregowanie odpadów, zwiększenie standardów w tym zakresie,

- Propagowanie wśród pracowników postaw proekologicznych,
- Tam gdzie to możliwe uzupełnienie lub zastąpienie zasobów nieodnawialnych alternatywnymi, odnawialnymi źródłami i o niskim wpływie na środowisko,
- W możliwie jak najszerszym zakresie wykorzystywanie materiałów z recyklingu.

Wpływ na interesariuszy:

- Kadra właścicielska/zarząd
- Pracownicy i współpracownicy w tym: praktykanci / stażyści
- Kontrahenci i partnerzy biznesowi
- Urzędy i Instytucje publiczne
- Otoczenie społeczne

W OBSZARZE ZAANGAŻOWANIA SPOŁECZNEGO - zaangażowanie na rzecz otoczenia społecznego, współpracy partnerskiej oraz wymiany doświadczeń

Powyższy cel szczegółowy będzie realizowany przez następujące cele cząstkowe:

- Podnoszenie świadomości społecznej w zakresie ochrony środowiska i możliwości wykorzystania Funduszy Strukturalnych,
- Włączanie się w inicjatywy dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu poprzez współpracę z partnerami społecznymi,
- Budowanie trwałych relacji ze społecznością lokalną,
- Wzmocnienie integracji organizacji ze społecznością,
- Tworzenie wartości współpracy partnerskiej, wspierając wymianę doświadczeń zasobów i starań.

Działania:

- Zaangażowanie w lokalne inicjatywy z organizacjami, instytucjami publicznymi, władzami samorządowymi i innymi przedsiębiorstwami w celu budowania i formalizowania dialogu, rozwoju współpracy i opracowania narzędzi komunikacji,
- Zaangażowanie się kadry w akcje charytatywne (np. Szlachetna Paczka, zbiórka plastikowych nakrętek i in.),
- Wspieranie rozwoju społeczności lokalnej poprzez dzielenie się wiedzą i doświadczeniem,
- Upowszechnienie idei CSR w otoczeniu biznesowym,
- Promocja i wspieranie edukacji na wszystkich jej poziomach,
- Promocja działań kulturalnych, przy jednoczesnym docenianiu lokalnych kultur i tradycji kulturowych,
- Udział w lokalnych i ogólnokrajowych programach stażowych,
- Rozważenie uczestnictwa w tworzeniu innowacyjnych technologii, które mogą pomóc w rozwiązywaniu problemów społecznych i środowiskowych w społecznościach lokalnych,

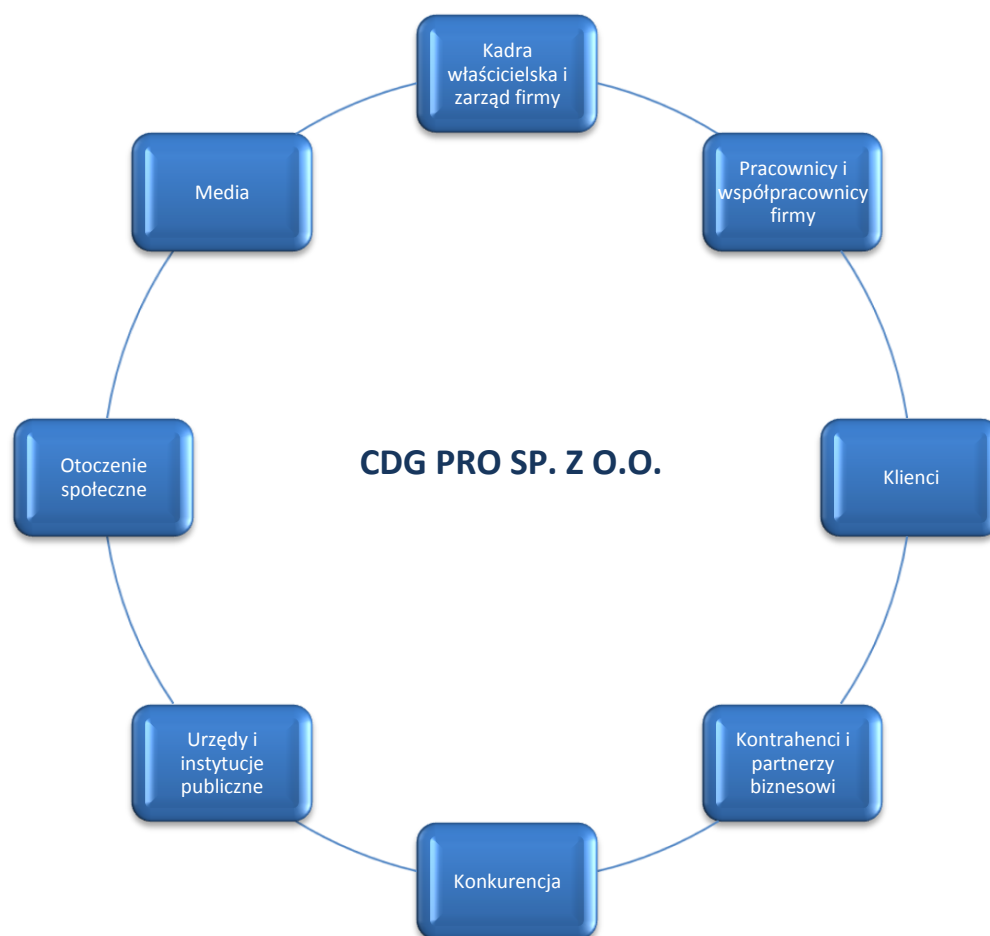
- Rozważenie podjęcia współpracy partnerskiej z ośrodkami badawczo-naukowymi na rzecz rozwoju naukowego i technologicznego,
- Wspomaganie rozwoju lokalnych dostawców, preferowanie lokalnych dostawców produktów i usług.

Wpływ na interesariuszy:

- Kadra właścicielska/zarząd
- Pracownicy i współpracownicy, w tym: praktykanci / stażyści
- Urzędy i instytucje publiczne,
- Otoczenie społeczne

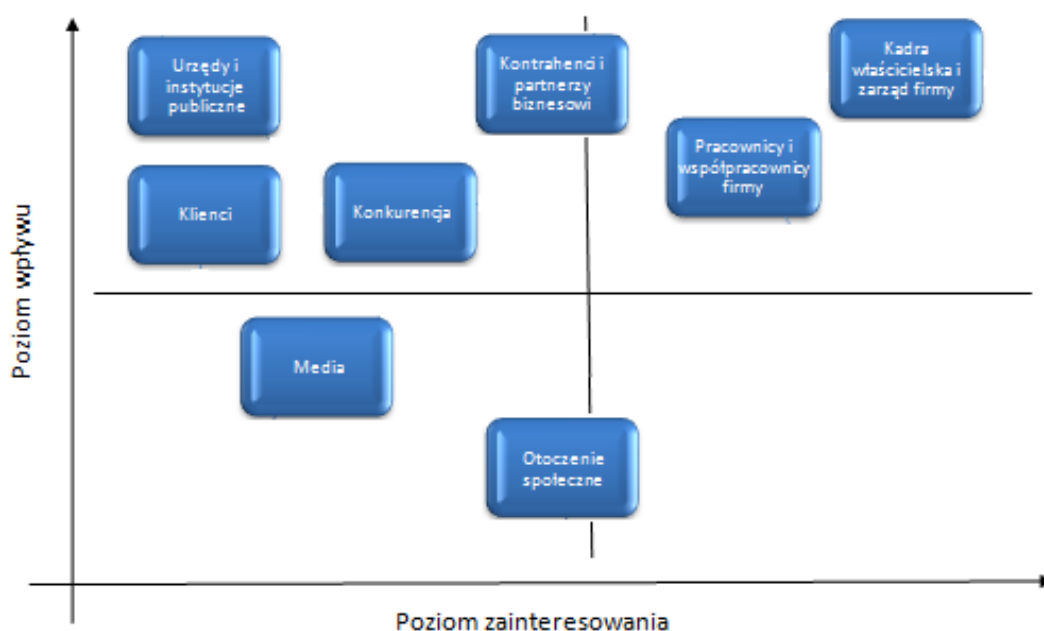
## Mapa Interesariuszy

W naszej działalności uwzględniamy interesy nie tylko naszego przedsiębiorstwa, ale także licznych interesariuszy, którzy stanowią otoczenie i relacje, z którymi wpływają na działanie CDG PRO.



Interesariuszami działań, zmierzającymi do realizacji społecznej odpowiedzialności biznesu firmy CDG PRO są:

- 1) Kadra właścicielska oraz zarząd firmy,
- 2) Pracownicy i współpracownicy firmy – osoby zatrudnione w CDG PRO, byli pracownicy oraz potencjalni pracownicy (w tym praktykanci i stażyści), współpracownicy to osoby fizyczne i jednoosobowe podmioty gospodarcze współpracujące z firmą na podstawie umów cywilnoprawnych,
- 3) Klienci – indywidualni, mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP), Jednostki Samorządu Terytorialnego (JST),
- 4) Kontrahenci i partnerzy biznesowi – w tym podwykonawcy, dostawcy, jednostki naukowe występujące w roli zarówno partnerów jak i podwykonawców.
- 5) Konkurencja – podmioty działające w pokrewnej branży, świadczące zbliżone usługi i oferujące podobne produkty,
- 6) Urzędy i Instytucje publiczne – administracja publiczna,
- 7) Otoczenie społeczne – członkowie społeczności lokalnej,
- 8) Media – lokalne/regionalne/krajowe/międzynarodowe.



**Budowanie dobrych relacji z interesariuszami pozwala nam stale się rozwijać i na bieżąco sprawdzać efekty naszych działań.**

Dzięki dialogowi z interesariuszami i angażowaniu ich w działania firmy, możemy podejmować lepsze decyzje biznesowe, sprawniej zarządzać ryzykiem oraz opracowywać długofalowe plany rozwoju uwzględniające zarówno nasze wartości, jak i potrzeby otoczenia, w którym funkcjonujemy. Komunikacja z interesariuszami, daje nam możliwość strategicznego

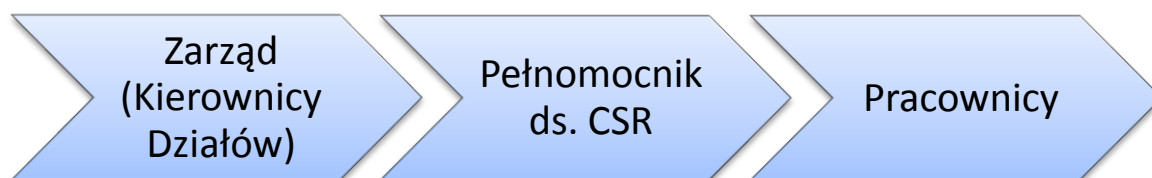
sprostania potrzebom partnerów. Pobudza też innowacyjność i zmiany w organizacji. Wreszcie, zapewnia bieżącą weryfikację naszych działań.

## Wdrażanie strategii

Działania:

- A) Powołanie Zespołu odpowiedzialnego za opracowanie i wdrożenie strategii CSR w skład którego wchodzi: Prezes Zarządu oraz Pełnomocnik Zarządu ds. CSR. (Uchwała ZARZĄDU CDG PRO SP. Z O.O. Z DNIA 16 LIPCA 2014 R.),
- B) Przyjęcie przez Zarząd Strategii Społecznej Odpowiedzialności Biznesu firmy CDG PRO Sp. z o.o.,
- C) Bieżąca realizacja i monitoring działań przy koordynacji ze strony Pełnomocnika ds. CSR.

**Odpowiedzialność za realizację celów Strategii CSR kształtować będzie się następująco:**



Do realizacji celów Strategii posłużą następujące działania:

1. Analiza przedwdrożeniowa dla firmy.
2. Opracowanie i wdrożenie zasad włączających pracowników do procesu zarządzania Firmą.
  - Przygotowanie mapy zarządzania talentami.
  - Przygotowanie indywidualnego profilu osobowościowego.
  - Weryfikacja i zmiana obowiązujących procedur związanych z procesem zarządzania Firmą.
  - Opracowanie i wdrożenie kanałów komunikacji umożliwiających przejrzysty proces oceny pracowników.
  - Opracowanie i wdrożenie programu wymiany doświadczeń między doświadczonymi a młodymi pracownikami.
  - Przeprowadzenie analizy potrzeb szkoleniowych.

3. Analiza przedwdrożeniowa interaktywnego portalu intranetowego wspomagającego przepływ informacji.
4. Wypracowanie narzędzi dialogu z otoczeniem biznesu.
5. Działania w zakresie komunikacji społecznej.

## Monitoring i ocena

Za monitorowanie realizacji strategii odpowiada Pełnomocnik ds. CSR:

### **Działania monitoringowe obejmą:**

- monitoring rzeczowy - dotyczący osiągnięcia celów Strategii, prawidłowego przebiegu procesów na rzecz realizacji celów,
- monitoring finansowy – dotyczący planowanego wydatkowania środków z budżetu projektu.

Monitoring będzie prowadzony na podstawie m.in.: umowy o dofinansowanie projektu pn: „Wdrożenie rozwiązań CSR w CDG PRO Sp. z o.o. w obszarach: relacje z przedsiębiorstwem i zaangażowanie społeczne”, umowy z wykonawcą usług doradczych w projekcie, protokołów odbioru dokumentów będących wynikiem usług doradczych, raportów i zaleceń wykonawczych powstałych w wyniku realizacji usług doradczych, notatek informacyjnych nt. projektu, print screenów ze strony www, oraz na podstawie dokumentów finansowych – rachunków/faktur od wykonawców usług doradczych, dostawców, potwierdzeń przelewów.

Ponadto podstawą działalności społecznie odpowiedzialnej firmy CDG PRO będzie wdrożenie reguł raportowania społecznego, sporządzonego zgodnie ze standardami w tym zakresie. Dzięki raportom nastąpi wywiązanie się z obowiązku komunikacyjnego wobec interesariuszy naszej firmy. Będziemy komunikować zarówno im, jak i ogółowi społeczeństwa o działaniach, które poczyniliśmy w danym roku w dziedzinie CSR. Raport sporządzany będzie do końca pierwszego kwartału roku następującego po roku, którego dotyczy.

Istotną praktyką, która na stałe wejdzie do reguł działalności firmy będą konsultacje z interesariuszami. Działania CSR naszej firmy uwzględniają potrzeby i oczekiwania naszych interesariuszy. Pragniemy być przekonani, że działania realizowane przez nas wpisują się w ich oczekiwania. Konkluzje z powyższych konsultacji będą dla nas podstawą do dokonywania przeglądu i ewentualnych modyfikacji w działaniach podejmowanych w danych obszarach.

Firma CSG PRO planuje utworzenie nowej strony www firmy, w której znajdować się będzie dedykowana podstrona dotycząca wdrożenia w Spółce Strategii CSR. Pomysł stworzenia całkiem nowej strony internetowej spółki, wraz z widocznym odnośnikiem do podstrony związanej z CSR zrodził się w wyniku uświadomienia potrzeby budowania wizerunku przedsiębiorstwa odpowiedzialnego w stosunku do swoich pracowników, interesariuszy, a także w związku z promowaniem zachowań i rozwiązań prośrodowiskowych. Powyższy serwis (podstrona związana z CSR) stanowił będzie narzędzie, na którym publikowane będą informacje dotyczące działalności CSR firmy. Będzie on regularnie aktualizowany o podejmowane przez spółkę inicjatywy społecznie odpowiedzialne. Na stronach serwisu znajdować się będą najważniejsze postanawiania strategii SCR oraz coroczne raporty CSR. Stworzenie tego serwisu będzie jednoznaczne z posiadaniem narzędzia do sprawnego komunikowania społeczeństwu działań prospołecznych realizowanych przez naszą firmę i uzyskiwania informacji zwrotnej na temat podejmowanych przez nas inicjatyw.