

Strategia

Spółecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR)

PROFES Sp. z o.o. Sp.k.

Wersja skrócona

Pełna wersja dokumentu dostępna jest na:

www.csr.profes.com.pl

http://profes.com.pl/Spoleczna_odpowiedzialnosc.html

Dokument Strategii opracowano we współpracy z Doradcami CSR
Agencji Rozwoju Pomorza S.A.
Moniką Michałowską i Marceliną Przybysz

Kontakt:

Agencja Rozwoju Pomorza S.A.

Ul. Arkońska 6

80-387 Gdańsk

tel.: +48 58 32 33 101

e-mail: sekretariat@arp.gda.pl

www.arp.gda.pl

14.05.2014 r.

Projekt współfinansowany przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

1. Profil firmy

PROFES Sp. z o.o. Sp. k. założona w 1993 roku jest jedną z największych firm doradczo-szkoleniowych na polskim rynku. Specjalizuje się w obszarach zarządzania organizacją, zarządzania sprzedażą, zarządzania zasobami ludzkimi oraz rozwijaniem umiejętności osobistych. Podczas realizacji projektów doradczych firma wykorzystuje nowoczesne technologie oferując m.in. lekcje e-learningowe, wdrażanie zarządzania wiedzą w oparciu o system Confluence, upowszechnianie wiedzy poprzez mobilne rozwiązania, np. skill-spot, spotkania wirtualne i wirtualne klasy.

PROFES we wdrażanych przez siebie rozwiązaniach łączy elementy zarządzania, takie jak doskonalenie procesów, standaryzacja działań, eliminacja marnotrawstwa, wdrażanie rozwiązań opartych o nowoczesne technologie informatyczne i komunikacyjne, z obszarami miękkimi: praktycznymi umiejętnościami, motywacją i zaangażowaniem pracowników, które firma osiąga głównie dzięki szkoleniom i warsztatom.

W efekcie współpracy z międzynarodową firmą konsultingową Kaizen Institute Consulting Group, powstał przy PROFES KAIZEN® Institute Polska. Poszerzyło to ofertę PROFES o projekty realizowane zgodnie z japońską filozofią ciągłego doskonalenia – KAIZEN, usprawniające procesy produkcyjne, usługowe i administracyjne.

Klienci PROFES to przede wszystkim przedsiębiorstwa duże, zarówno polskie jak i z kapitałem zagranicznym, stanowiące ok. 80% udziału klientów. Pozostałe ok. 20% stanowią firmy średnie. Wachlarz klientów uzupełniają MSP uczestniczące w projektach UE realizowanych przez PROFES, uczelnie wyższe oraz klienci indywidualni uczestniczący w studiach podyplomowych oraz szkoleniach otwartych.

Oferta usług świadczonych przez firmę obejmuje szkolenia, coaching, mentoring i doradztwo w obszarach:

- Zarządzania organizacją
- Zarządzania zasobami ludzkimi
- Wzrostu sprzedaży
- Lean / KAIZEN

2. Norma ISO 26 000

Więcej – patrz pełna wersja Strategii

3. Analiza wewnętrzna istniejących praktyk z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) na podstawie normy ISO 26000

Tabela 1 Inwentaryzacja praktyk z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu w firmie PROFES Sp. z o.o.

<p>Zagadnienia ISO 26000</p>	<p>Inwentaryzacja dobrych praktyk PROFES z zakresu CSR, istniejących w firmie przed opracowaniem strategii społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).</p>
<p>ŁAD ORGANIZACYJNY (6.2)</p>	
<p>Ład organizacyjny to system, poprzez który organizacja podejmuje i wdraża decyzje, zmierzające do realizacji jej celów. Organizacja, która chce postępować w sposób odpowiedzialny społecznie powinna mieć system ładu organizacyjnego umożliwiający jej nadzorowanie oraz praktyczną realizację zasad społecznej odpowiedzialności.</p>	<p>PROFES posiada ład organizacyjny, w którego skład wchodzi szereg stale doskonalonych systemów, opisanych odpowiednimi regulaminami oraz dokumentami wewnętrznymi. Podejmowane przez firmę działania i decyzje są zawsze analizowane w kontekście społecznej odpowiedzialności.</p> <p>Wybrane elementy ładu organizacyjnego PROFES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • System ciągłego doskonalenia – ma na celu generowanie oszczędności, w tym eko-oszczędności, poprawy jakości i komfortu pracy. • Standard rekrutacji – wsparcie w trafnym i sprawiedliwym (pozbawionym dyskryminacji) doborze personelu.

	<ul style="list-style-type: none"> • System controllingu – wspomaga opracowywanie trafnych prognoz i planów finansowych, co pozwala m.in. na terminowe wywiązywanie się ze zobowiązań finansowych wobec wszystkich interesariuszy. • Łącznie przyjęty, aczkolwiek stale wymagający doskonalenia ład korporacyjny jest narzędziem do osiągnięcia założonych celów biznesowych PROFES, zadowolenia wszystkich interesariuszy.
PRAWA CZŁOWIEKA (6.3)	
Zagadnienie 1 Unikanie współudziału w naruszaniu praw człowieka	Brak realizowanych praktyk poza wymogami prawa.
Zagadnienie 2 Działania antydyskryminacyjne	<ul style="list-style-type: none"> • PROFES angażuje się w projekty propagujące równe traktowanie kobiet i mężczyzn w sferze gospodarczej oraz społecznej np.: <i>Równi: Profes podnosi kompetencje, Jak równa z równym</i> (broszury informacyjne o tematyce równościowej; film edukacyjny <i>Asertywna kobieta w pracy</i>; szkolenie w równości szans; szkolenia niwelujące bariery dla kobiet). • Obowiązujący w firmie standard rekrutacji zapobiegający dyskryminacji. • Siedziba firmy została przystosowana w celu umożliwienia osobom niepełnosprawnym dostęp do budynku. • W 2006 roku PROFES zajął 6 miejsce w konkursie Firma Równych Szans
Zagadnienie 3 Działania chroniące podstawowe zasady i prawa w miejscu pracy we własnej firmie i w łańcuchu dostaw	<ul style="list-style-type: none"> • Projekt wewnętrzny <i>Gramy Fair Play</i> (2009) promujący zasady wpisujące się w kulturę organizacyjną firmy; zebrano je w 7 głównych kategoriach: relacje i atmosfera, cel i zespół, komunikacja, feedback, szacunek i zaufanie, wiedza, dojrzałość i doskonalenie.

	<ul style="list-style-type: none"> • Rozwinięty proces rekrutacji na nowe stanowiska (tzw. assessment centre) uwzględniający badanie posiadanych umiejętności i kwalifikacji niezbędnych do wykonywania pracy na określonym stanowisku (wykluczenie z polityki zatrudnienia czynnika płci, wieku, pochodzenia, planów rodzinnych).
PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY (6.4)	
Zagadnienie 1 Zatrudnienie i stosunki pracy	<p>Wszyscy pracownicy są legalnie zatrudnieni. Współpraca z odbywa się w oparciu o umowy o pracę.</p> <p>Brak realizowanych praktyk poza wymogami prawa.</p>
Zagadnienie 2 Warunki pracy i ochrona socjalna oraz dialog społeczny	<p>W PROFES są stworzone warunki pracy zgodne z obowiązującymi przepisami. Firma realizuje na rzecz pracowników wszystkie świadczenia wynikające z przepisów Prawa Pracy.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Większość zatrudnionych w PROFES to kobiety, które mają możliwość pogodzenia życia zawodowego z rodzinnym (elastyczny czas pracy, możliwość skrócenia etatu po powrocie z urlopu macierzyńskiego). Firma nie traci kontaktu z osobami na urlopie macierzyńskim. • Zarząd firmy informuje zainteresowanych pracowników, bądź całą załogę o istotnych dla nich sprawach związanych z prowadzoną działalnością i warunkami zatrudnienia. • PROFES organizuje dla swoich pracowników spotkania integracyjne. Najważniejszym jest Wigilia firmowa. Ponadto wyjazdy firmowe oraz integracyjne spotkania ad hoc dla pracowników. Cyklicznie organizujemy piknik dla pracowników z rodzinami (konkursy dla dzieci, upominki).

<p>Zagadnienie 3 Bezpieczeństwo i higiena pracy</p>	<p>Przestrzegane są zasady bezpieczeństwa i higieny pracy. Realizowane są cykliczne badania lekarskie dla pracowników. Tam, gdzie jest to wymagane PROFES dofinansowuje lub finansuje odzież roboczą, okulary.</p> <p>Ponadto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • W ramach działającego w PROFES systemie ciągłego doskonalenia pracownicy sami zgłaszają pomysły dotyczące zwiększenia bezpieczeństwa pracy i poprawy komfortu pracy. • Do dyspozycji pracowników zawsze jest woda pitna oraz wyposażone: kuchnia, czy aneksy kuchenne, w których można przygotować i spożyć posiłek. • Budynek PROFES w celu poprawy komfortu pracy jest wyposażony w klimatyzację, która jest cyklicznie serwisowana i czyszczona. • Okna połaciowe zostały zabezpieczone foliami antyrefleksyjnymi, ochraniającymi przed nadmiernym promieniowaniem słonecznym.
<p>Zagadnienie 4 Rozwój osobisty i zawodowy w miejscu pracy (szkolenia)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pracownicy PROFES mają możliwość uczestniczenia w szkoleniach realizowanych dla klientów PROFES oraz w szkoleniach i konferencjach zewnętrznych (wg potrzeb). • W zw. z istniejącymi w firmie systemami, np. systemem ciągłego doskonalenia, wszyscy pracownicy przechodzą krótkie szkolenia oraz szkolenia na stanowisku pracy dot. tych systemów, co zapewnia dodatkowy rozwój. • PROFES umożliwia również realizację studiów podyplomowych (najczęściej dofinansowywanych z UE i realizowanych na wniosek pracownika). • W dostępie do awansów decydują: kompetencje, doświadczenie, zaangażowanie oraz lojalność względem pracodawcy.

	<ul style="list-style-type: none"> • W przypadku konieczności redukcji zatrudnienia, zwolnionym pracownikom oferowana jest pomoc w znalezieniu nowej pracy (system poleceń i referencji).
ŚRODOWISKO (6.5)	
Zagadnienie 1 Zapobieganie zanieczyszczeniu środowiska (powietrza, wody, gleby gospodarowanie odpadami, wykorzystanie toksycznych środków chemicznych itp.)	<p>Brak realizowanych praktyk poza wymogami prawa.</p>
Zagadnienie 2 Zrównoważone wykorzystanie zasobów (bardziej odpowiedzialne wykorzystanie elektryczności, paliw, surowców i wody)	<ul style="list-style-type: none"> • W PROFES prowadzony jest monitoring produkcji odpadów biurowych (papier, tonery do drukarek, sprzęt elektroniczny), a wytwarzane odpady są segregowane. Informacje o produkcji odpadów przekazywane są na tablicy informacyjnej w przestrzeni wspólnej, informacje o podejmowanych działaniach pojawiają się na www oraz Facebook. Organizowane są zbiórki makulatury oraz odpadów specjalnych (tonery, baterie). Zmniejszono dzięki temu ogólną ilość zużywanego papieru o 30%, tonery oraz sprzęt oddawane są do specjalnych punktów utylizacyjnych. • W rozsyłanym cyklicznie newsletterze, oprócz treści merytorycznych związanych z core biznesem PROFES, opisywane są także m.in. ciekawostki ekologiczne. • Wykorzystanie papieru ekologicznego (pochodzącego w 100% z makulatury lub z włókien odnawialnych) wewnątrz organizacji oraz w materiałach dla uczestników szkoleń. • Wykorzystanie innych materiałów biurowych pochodzących z recyklingu lub materiałów ekologicznych. • Wydruki 2-stronne materiałów szkoleniowych i dokumentów (wewnątrz firmy)

	<p>i dla Klienta), drukowanie e-maili tylko wówczas jeśli to konieczne.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Samochody służbowe posiadają małe trzy-cylindrowe silniki o niskiej emisji spalin oraz są napędzane ekologicznym paliwem gazowym. • Eco-myjnia aut służbowych.
<p>Zagadnienie 3 Łagodzenie skutków oraz adaptacja do zmian klimatu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oświetlenie zewnętrzne jest sterowane automatycznym zegarem czasowym, bazującym na długości dnia w zależności od pory roku. • Instrukcje obsługi urządzeń elektronicznych, urządzenia z systemem oszczędzania energii. • Opisanie i oznaczenie włączników światła. • Do ogrzewania budynku biurowego używany jest gazowy kocioł kondensacyjny, wykorzystujący dodatkowo ciepło odprowadzanych spalin, co przekłada się na wyższą jego sprawność. • Ograniczenie wyjazdów do Klienta - zastąpienie ich wideokonferencjami. • Pracownicy w okresie wiosenno-letnim korzystają z rowerów gdyż przed firmą postawiono stojak na rowery; pracownicy zamieszkujący blisko siebie korzystają ze wspólnego transportu. • Zamontowanie czujek ruchu, wyłączników czasowych i zmierzchowych. • Oświetlenie energooszczędne
<p>Zagadnienie 4 Ochrona środowiska, różnorodność biologiczna i przywracanie siedlisk przyrodniczych</p>	<p>Brak realizowanych praktyk poza wymogami prawa.</p>

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE (6.6)	
Zagadnienie 1 Przeciwdziałanie korupcji	Brak realizowanych praktyk poza wymogami prawa.
Zagadnienie 2 Odpowiedzialne angażowanie się w działalność polityczną	Brak realizowanych praktyk poza wymogami prawa
Zagadnienie 3 Uczciwa konkurencja	Brak realizowanych praktyk poza wymogami prawa
Zagadnienie 4 Promowanie społecznej odpowiedzialności w łańcuchu wartości	<ul style="list-style-type: none"> Niektórym dostawcom PROFES proponuje określone rozwiązania we współpracy, które poprawią jakość obsługi i ich profesjonalizm. Jest to forma przekazywania wiedzy i dobrych praktyk w łańcuchu wartości.
Zagadnienie 5 Poszanowanie praw własności	<ul style="list-style-type: none"> PROFES przestrzega praw autorskich i wymaga tego od innych (np. klientów, konkurencji). Z racji prowadzonej działalności zapisy dot. praw autorskich znajdują powszechne zastosowanie w umowach z kontrahentami.
ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE (6.7)	
Zagadnienie 1 Uczciwy marketing, prawdziwe i obiektywne informacje, uczciwe praktyki dotyczące umów	<ul style="list-style-type: none"> Marketing realizowany na rzecz usług i produktów PROFES jest rzetelny, a przekazywane informacje są zawsze prawdziwe.
Zagadnienie 2 Ochrona zdrowia i bezpieczeństwa konsumentów	Brak realizowanych praktyk poza wymogami prawa

Zagadnienie 3 Zrównoważona konsumpcja	Brak realizowanych praktyk poza wymogami prawa
Zagadnienie 4 - Obsługa klienta, serwis i obsługa reklamacji, edukacja, ochrona danych osobowych i prywatności	<ul style="list-style-type: none"> • Dane osobowe klientów PROFES podlegają ochronie, a pozyskane informacje - tajemnicy, zgodnie ze stosownymi zapisami w umowach.
ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ (6.8)	
Zagadnienie 1 Zaangażowanie społeczne, edukacja i kultura	<ul style="list-style-type: none"> • PROFES jest partnerem Stowarzyszenia Aktywność Kobiet . Firma była zaangażowana w realizację projektów: Aktywność Kobiet (2011, 2012, 2013), Aktywnie w biznes (2012), Wieczorne babskie pogaduchy (3 edycje 2011/2012), Kongres Kobiet Kotliny Kłodzkiej (2012), Konferencja Kobieta w biznesie (2012), Kobiety sukces w polityce (2014). • PROFES cyklicznie bierze udział w akcjach pomocowych: Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy (od 2009), Szlachetna Paczka (od 2010), współpracuje z organizacją Habitat for Humanity (pomoc w organizacji projektu oraz fizyczne wsparcie w budowie 2 budynków dla rodzin niezamożnych); • Wsparcie finansowe dla osób potrzebujących (przysłane listy o pomoc, maile) • Wspieranie organizacji niosących pomoc dzieciom: Stowarzyszenie św. Celestyna w Mikoszowie, Ruch MAITRI (wsparcie dla Afryki) • PROFES angażuje się w bezpłatne edukowanie klientów zgodnie z mottem "Praktycy dla praktyków". Przedstawiciele firmy podczas różnego rodzaju wystąpień dzielą się doświadczeniami dot. np. ekologii, równości szans, społecznej odpowiedzialności oraz wszelkimi innymi informacjami z zakresu zarządzania, kierowania i prowadzenia działalności gospodarczej.

<p>Zagadnienie 2</p> <p>Tworzenie miejsc pracy i rozwijanie kompetencji</p>	<ul style="list-style-type: none"> • PROFES realizuje program Aktywna Praktyka - miesięczne praktyki dla studentów i absolwentów uczelni wyższych, których celem jest umożliwienie studentom/absolwentom zdobycia pierwszych praktycznych doświadczeń zawodowych w obszarze pracy projektowej oraz w działaniach związanych z KAIZEN, danie możliwości rozwoju, nawiązania relacji zawodowych – biznesowych. Rocznie praktykę w PROFES odbywa ok. 10 studentów; w zależności od sytuacji firmy praktykantom składana jest oferta pracy (obecnie co najmniej 6 pracowników to byli praktykanci). • Firma jest partnerem projektu Praktykomania - program praktyk dla studentów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. • PROFES angażuje się w organizowanie przestrzeni wymiany wiedzy i doświadczeń jakim są Forum Menedżerów HR oraz Klub Koordynatora KAIZEN. • Firma regularnie współpracuje z organizacjami studenckimi - średnio rocznie PROFES angażuje się w 4 wydarzenia skierowane do studentów oferując wsparcie merytoryczne np. podczas organizowanych konferencji i warsztatów dla studentów z obszarów działalności PROFES.
<p>Zagadnienie 3</p> <p>Rozwój i dostęp do technologii, tworzenie bogactwa i dochodów, zdrowie, inwestycje społeczne</p>	<p>Brak realizowanych praktyk poza wymogami prawa</p>

4. Benchmarking branżowy realizowanych praktyk z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)

Więcej – patrz pełna wersja Strategii

Wnioski

PROFES realizuje dobre praktyki we wszystkich obszarach społecznej odpowiedzialności opisanych przez ISO 26000. Prawdopodobnie ich pojawienie się jest rezultatem dobrze rozwiniętego ładu organizacyjnego, wspierającego wartości i postawy charakterystyczne dla CSR. Taka sytuacja powoduje, że obecne w firmie praktyki, które przynoszą rezultaty będą w naturalny sposób kontynuowane, a jednocześnie jest zapewniona przestrzeń na rozwijanie nowych działań społecznie odpowiedzialnych, gdyż odzwierciedlają one wartości spółki. Działania CSR-owe podejmowane przez spółkę są w większości dobrze przemyślane, zaplanowane, a ich rezultaty są monitorowane i podsumowywane – jest to dosyć unikatowe w przypadku polskich firm, a zwłaszcza firm małych. Jest to zdecydowanie przewaga PROFES nad konkurencją, której działania mają często charakter przypadkowy i akcydentalny, i nie noszą znamion świadomego, strategicznego zarządzania obszarem CSR.

Najwięcej rozwiniętych praktyk zidentyfikowano w miejscu pracy, w obszarach środowiska i zaangażowania społecznego. Co ciekawe i dosyć nietypowe szczególnie w przypadku polskich przedsiębiorstw usługowych, PROFES prowadzi świadome działania antydyskryminacyjne. W obszarze praw człowieka znajdziemy kompleksowe praktyki, które zostały wdrożone przez spółkę.

Tak szeroki wachlarz prowadzonych działań z zakresu CSR daje spore możliwości wyboru dalszego rozwoju i kontynuowania istniejących praktyk w obszarach, które zostaną uznane za strategiczne dla firmy.

Po porównaniu działań społecznie odpowiedzialnych realizowanych przez PROFES z dostępnymi opisami praktyk konkurencji można stwierdzić, że PROFES jest jednym z liderów jeśli chodzi o zaangażowanie w działania CSR-owe w branży doradczej, szczególnie w przypadku sektora MSP.

Praktyki PROFES są w dużej części podobne do większości praktyk występujących w reprezentowanej branży, jednak pojawiają się również działania unikalne, takie jak te z obszaru praw człowieka.

Dzięki kontynuowaniu skoordynowanych działań zarządczych i komunikacyjnych oraz koncentracji w pierwszej kolejności na obszarach społecznej odpowiedzialności, które zostaną uznane przez spółkę za strategiczne firma może ubiegać się o pozycję lidera.

5. Analiza interesariuszy

Więcej – patrz pełna wersja Strategii

5.1 Wyniki analizy interesariuszy

W wyniku analizy interesariuszy, przeprowadzonej zgodnie z metodologią względem dwóch kryteriów oceny:

- zainteresowanie interesariuszy działalnością firmy, oceniane w skali od 1 do 5 (1: bardzo niski poziom zainteresowania interesariuszy działalnością firmy; 5: bardzo wysoki poziom zainteresowania interesariuszy działalnością firmy)
- wpływ interesariuszy na działalność firmy (1: bardzo niski wpływ interesariuszy na działalność firmy; 5: bardzo wysoki wpływ interesariuszy na działalność firmy)

określono interesariuszy kluczowych dla PROFES na poziomie całej firmy i wszystkich obszarów CSR łącznie.

Wyłoniono także interesariuszy, którzy są kluczowi w poszczególnych obszarach ISO 26000 jednak nie koniecznie znaleźli się w gronie tych kluczowych w ujęciu dla całej firmy. Rezultaty zaprezentowane są poniżej w Tabeli 3.

Tabela 2 Interesariusze kluczowi PROFES

Interesariusze kluczowi na poziomie całej firmy	Interesariusze kluczowi dla poszczególnych obszarów CSR	Obszar społecznej odpowiedzialności
WŁAŚCICIELE PROFES	WŁAŚCICIELE PROFES	ŁAD ORGANIZACYJNY (6.2)
OBECNI KLIENCI 1. Korporacje z kapitałem zagranicznym 2. Firmy produkcyjne 3. Firmy usługowe / handlowe 4. Polskie duże firmy PRACOWNICY I WSPÓŁPRACOWNICY <u>Obecni:</u> 1. Konsultanci zarządzający (umowy o pracę oraz własna działalność)	PRACOWNICY I WSPÓŁPRACOWNICY 1. Konsultanci zarządzający (umowy o pracę oraz własna działalność) 2. Kadra menadżerska 3. Specjaliści 4. Trenerzy i konsultanci wewnętrzni (własna działalność) 5. Praktykanci i stażyści z regularnych naborów (np. UE, SWPS, PWr, WSB) 6. Stażyści z konkursu (np. na	PRAWA CZŁOWIEKA (6.3)

<p>2. Kadra menadżerska</p> <p>3. Specjaliści</p> <p>4. Trenerzy i konsultanci wewnętrzni (własna działalność)</p> <p>5. Asystenci</p> <p>6. Praktykanci i stażyści</p> <p><u>Potencjalni:</u></p> <p>7. Praktykanci i stażyści z regularnych naborów (np. UE, SWPS, PWr, WSB)</p> <p>8. Stażyści z konkursu (np. na Uniwersytecie Ekonomicznym)</p>	<p>Uniwersytecie Ekonomicznym)</p> <p>7. Byli pracownicy i współpracownicy powracający do firmy</p> <p>OTOCZENIE SPOŁECZNE / SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA</p> <p>1. Pozostałe NGO i osoby fizyczne, z którymi prowadzone są działania prospołeczne (np. Habitat czy Sowarzystanie Św. Celestyna)</p>	
<p><u>Byli:</u></p> <p>9. Powracający do firmy</p> <p>10. Współpracujący jako pracownicy już innych firm (współpraca pomiędzy firmami)</p> <p>11. Aktywnie współpracujący</p> <p>PARTNERZY</p> <p><u>Obecni:</u></p> <p>1. KAIZEN Institute</p> <p>2. Którzy stali się klientami</p> <p>3. Politechnika Warszawska</p> <p>4. Występujący wspólnie z PROFES z ofertą dla klienta</p>	<p>PRACOWNICY I WSPÓŁPRACOWNICY</p> <p><u>Obecni:</u></p> <p>1. Konsultanci zarządzający (umowy o pracę oraz własna działalność)</p> <p>2. Kadra menadżerska</p> <p>3. Specjaliści</p> <p>4. Trenerzy i konsultanci wewnętrzni (własna działalność)</p> <p><u>Byli pracownicy:</u></p> <p>1. Powracający do firmy</p>	<p>PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY (6.4)</p>
<p>5. Partnerzy podczas organizacji eventów (udostępniają siedzibę firmy i swoje doświadczenie podczas szkoleń organizowanych dla klientów PROFES)</p>	<p>ŚRODOWISKO</p> <p>1. Pracownicy</p>	<p>ŚRODOWISKO (6.5)</p>
<p>6. Związek Pracodawców Polska Miedź</p> <p>7. e-peers</p> <p>8. Inne uczelnie wyższe (rekrutacja praktykantów i stażystów, wykłady)</p> <p>9. Izby gospodarcze, związki pracodawców, stowarzyszenia (w tym Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Aktywność Kobiet)</p> <p>10. Wydawnictwo MT Biznes -</p>	<p>DOSTAWCY</p> <p>1. Polkongres (tłumaczenia i obsługa techniczna przy organizacji konferencji i eventów)</p> <p>2. Adkom</p> <p>3. DPI (drukarnia)</p> <p>4. Anion Plant</p> <p>KONKURENCJA</p>	<p>UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE (6.6)</p>

<p>wspólnie wydawane książki z zakresu zarządzania (Biblioteka Profes)</p> <p>11. Medialog - wydawca Kwartalnika KAIZEN)</p> <p>OTOCZENIE SPOŁECZNE / SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA</p> <ol style="list-style-type: none"> WOŚP Pozostałe NGO i osoby fizyczne, z którymi prowadzone są działania prospołeczne (np. Habitat czy Sowarzystwienie Św. Celestyna) <p>DOSTAWCY</p> <p><u>Obecni:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Polkongres (tłumaczenia i obsługa techniczna przy organizacji konferencji i eventów) DPI (drukarnia) Adkom Anion Plant Usługodawcy współpracujący długofalowo, trudni do zmiany (np. VB Leasing, Netia, Polkomtel) <p>ŚRODOWISKO</p> <ol style="list-style-type: none"> Pracownicy Klienci <p>KONKURENCJA</p> <ol style="list-style-type: none"> Firmy większe (podobne do Profes), z którymi jest możliwa współpraca Firmy większe (podobne do Profes), bez możliwości współpracy, relacja typowo konkurencyjna (np. 6 dużych firm KAIZEN we Wrocławiu) 	<ol style="list-style-type: none"> Firmy większe (podobne do Profes), z którymi jest możliwa współpraca <p>PARTNERZY</p> <ol style="list-style-type: none"> Którzy stali się klientami Występujący wspólnie z PROFES z ofertą dla klienta Partnerzy podczas organizacji eventów (udostępniają siedzibę firmy i swoje doświadczenie podczas szkoleń organizowanych dla klientów PROFES) 	
	<p>OBEJNI KLIENTY</p> <ol style="list-style-type: none"> Korporacje z kapitałem zagranicznym Polskie duże firmy Grupy kapitałowe Firmy produkcyjne Firmy usługowe / handlowe 	<p>ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE (6.7)</p>
	<p>PARTNERZY</p> <ol style="list-style-type: none"> KAIZEN Institute Izby gospodarcze, związki pracodawców, stowarzyszenia (w tym Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Aktywność Kobiet) Politechnika Warszawska Inne uczelnie wyższe (rekrutacja praktykantów i stażystów, wykłady) WOŚP Pozostałe NGO i osoby fizyczne, z którymi prowadzone są działania prospołeczne (np. Habitat czy Sowarzystwienie Św. Celestyna) 	<p>ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ (6.8)</p>

5.2 Wnioski z analizy interesariuszy:

PROFES posiada dwie najszerzej reprezentowane grupy kluczowych interesariuszy, a są to Partnerzy oraz Pracownicy i współpracownicy. Interesariusze wycenieni najwyżej (10 i 9 punktów w 10-cio punktowej skali) i uznani przez to za najistotniejszych dla funkcjonowania firmy zostali wyróżnieni pogrubioną czcionką (patrz Tab. 3). Znajdziemy w tym gronie Właścicieli PROFES, przedstawicieli Pracowników i współpracowników, Partnerów a także niektórych dostawców.

Rodzaj oraz charakter interesariuszy kluczowych jest naturalną konsekwencją działalności szkoleniowej i doradczej prowadzonej przez PROFES.

Powyższy wniosek pozostaje spójny z założeniami strategicznego rozwoju firmy, który odbywa się w dużej mierze dzięki partycypacji pracowników w procesie zarządzania firmą, a także dzięki nieustannemu dbaniu o jakość i efektywność w każdej sferze działania przedsiębiorstwa. W połączeniu z istniejącymi dobrymi relacjami z dostawcami firmy, całość przekłada się na wysoką jakość oferowanych produktów i usług, wysokie standardy obsługi klienta, a także zadowolenie odbiorców, a w konsekwencji dalszy rozwój firmy.

Więcej – patrz pełna wersja Strategii

5.3 Możliwe formy rozwoju dialogu z interesariuszami

Więcej – patrz pełna wersja Strategii

6. Cele strategiczne w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) PROFES oraz rekomendowane działania rozwojowe wspierające realizację założeń strategicznych.

6.1 Analiza istotności zagadnień

Więcej – patrz pełna wersja Strategii

6.2 Obszary strategiczne

W wyniku przeprowadzonej analizy, cztery z siedmiu obszarów społecznej odpowiedzialności opisanych w ISO 26000 zostały uznane za priorytetowe dla PROFES:

- Ład organizacyjny (6.2)
- Praktyki z zakresu pracy (6.4)
- Środowisko (6.5)
- Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej (6.8)

Oznacza to, że aby wspierać realizację celów biznesowych PROFES, działania społecznie odpowiedzialne powinny być planowane i realizowane w szczególności w tych obszarach. Oznacza to również, że dla tych obszarów priorytetowych zostaną określone cele strategiczne PROFES z zakresu CSR.

6.3 Identyfikacja celów strategicznych

W wyniku przeprowadzonej analizy istotności zagadnień określono obszary i zagadnienia ISO 26000 kluczowe dla PROFES (Tab. 1). Zgodnie z przyjętą metodologią są to obszary, dla których zostaną zdefiniowane cele strategiczne w zakresie społecznej odpowiedzialności firmy. Takie podejście zapewni właściwe wykorzystanie szans oraz zarządzanie ryzykiem występującym w kluczowych, z biznesowego punktu widzenia, obszarach działalności PROFES, a przez to wzmocnienie pozycji firmy w tych obszarach.

Zdefiniowano następujące cele strategiczne dla PROFES w obszarach kluczowych:

(6.2) ŁAD ORGANIZACYJNY

Zarządzając przez pryzmat społecznej odpowiedzialności chcemy wzmocnić nasz wizerunek godnego zaufania partnera biznesowego i osiągnąć pozycję lidera w branży szkoleniowo-doradczej.

(6.4) PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Rozważnie inwestując w ciągły rozwój naszych pracowników i współpracowników chcemy utrzymywać wysoką jakość oraz stwarzać inspirujące środowisko pracy, które stanie się inkubatorem pomysłów przekuwanych w nowe produkty i usługi zaspokajające oczekiwania Klientów.

(6.5) ŚRODOWISKO

Szanując środowisko naturalne i jego zasoby chcemy wspierać zrównoważone wykorzystywanie zasobów przez naszych Klientów rozwijając ofertę usług pro-środowiskowych.

(6.8) ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Jako odpowiedzialny członek społeczności lokalnej chcemy przyczynić się do rozwijania kompetencji oraz tworzenia miejsc pracy dzięki współpracy z organizacjami studenckimi, angażowaniu się w programy praktyk i staży oraz nieodpłatnemu dzieleniu się wiedzą i doświadczeniem, stając się sprawdzonym i lojalnym partnerem biznesowym.

6.4 Rekomendowane działania wspierające realizację celów strategicznych

ŁAD ORGANIZACYJNY (6.2)

Obecnie realizowane przez PROFES praktyki w obszarze ładu organizacyjnego ujęte w części inwentaryzacyjnej (Tab. 1) realizują cel strategiczny *„Zarządzając przez pryzmat społecznej odpowiedzialności chcemy wzmocnić nasz wizerunek stabilnego partnera biznesowego i osiągnąć pozycję lidera w branży szkoleniowo-doradczej.”* i powinny być kontynuowane.

Ponadto podjęcie poniższych działań wesprze PROFES w wykorzystaniu zidentyfikowanej szansy :

- Opracowanie systemu raportowania społecznej odpowiedzialności firmy i w jego ramach cykliczne raportowanie działalności firmy oraz komunikowanie wydawanych raportów.
- Wyznaczenie w organizacji osoby, której zadaniem byłoby koordynowanie prowadzonych działań CSR-owych, ich monitoringu oraz zbierania danych do raportu. Taki ‘koordynator CSR’ mógłby wspomóc nawiązywanie i utrzymywanie relacji partnerskich z innymi podmiotami w otoczeniu biznesowym PROFES, w celu realizacji wspólnych inicjatyw CSR-owych o zwiększonym zasięgu oddziaływania. W wyniku tych działań, PROFES mógłby się stać naturalnym liderem integrującym organizacje społecznie odpowiedzialne w swoim otoczeniu biznesowym.

W dalszej perspektywie:

- Zintegrowanie polskich firm z wybranej branży istotnej w kontekście prowadzonej przez PROFES działalności biznesowej (w tym np. szkoleniowo-doradczej, producentów kosmetyków, żywności czy innej), wokół inicjatywy mającej na celu wypracowanie standardów CSR dla branży. Do projektu można pozyskać np. Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Ministerstwo Gospodarki przy którym działa obecnie Grupa Robocza CSR dla MŚP w ramach 3 etapu prac Wizji 2050 dla polskiego biznesu, czy Polską Izbę Firm Szkoleniowych.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY (6.4)

Osiągnięcie założonego celu w tym obszarze, którym jest: *„Rozważnie inwestując w ciągły rozwój naszych pracowników i współpracowników chcemy utrzymywać wysoką jakość oraz stwarzać inspirujące środowisko pracy, które stanie się inkubatorem pomysłów przekuwanych w nowe produkty i usługi zaspokajające oczekiwania Klientów.”*, przy jednoczesnym zapobieżeniu zidentyfikowanym ryzykom i mając na uwadze wykorzystanie istniejących szans, wesprą następujące rekomendowane przez nas działania:

- Wewnętrzny projekt z obszaru dzielenia się wiedzą, polegający na regularnych, cyklicznych (np. raz w miesiącu) warsztatach i/lub szkoleniach prowadzonych przez pracowników dla pracowników.
- Program mentoringu lub ew. staży wewnętrznych podczas których młodszy stażem, mniej doświadczeni pracownicy lub tacy, którzy chcieliby rozwinąć swoją wiedzę i kompetencje w innym obszarze niż obszar ich obecnej specjalizacji, mogli by ‘terminować’ przez określony czas u pracowników będących ekspertami w danej dziedzinie (lub mieć przydzielonego mentora).

- Umożliwienie pracownikom zaangażowania się we współpracę międzynarodową (np. projekty międzynarodowe, zagraniczne staże i szkolenia np. w ramach Programu Erasmus+ (Akcja 1 Mobilność Edukacyjna, Sektor: Edukacja Dorosłych, Mobilność Kadry), Leonardo czy H2020 w kontekście budowania wzajemnych korzyści firmy i pracownika..

W dalszej perspektywie:

- Wdrożenie w firmie rozwiązań z zakresu strategicznego zarządzania kompetencjami, a w konsekwencji wyznaczenie ścieżek kariery pracownikom. Umożliwi to lepsze wykorzystanie potencjału zespołu poprzez inwestowanie w rozwój pracowników w kontrolowany sposób, w biznesowo uzasadnione obszary. Takie podejście umożliwi wykorzystanie nowo nabytych i rozwiniętych przez pracowników umiejętności w ich codziennej pracy, co przyczyni się do rozwoju przedsiębiorstwa.

(6.5) ŚRODOWISKO

Obecnie realizowane przez PROFES praktyki z zakresu środowiska ujęte w części inwentaryzacyjnej (Tab. 1) przyczyniają się do realizacji celu strategicznego *„Szanując środowisko naturalne i jego zasoby chcemy wspierać zrównoważone wykorzystywanie zasobów przez naszych Klientów rozwijając ofertę usług pro-środowiskowych.”* i powinny być kontynuowane. Ponadto wdrożenie poniżej rekomendowanych działań przyczyni się do dalszego rozwoju firmy w tym obszarze:

- Budowanie wizerunku PROFES jako eko-eksperta poprzez dzielenie się specjalistyczną wiedzą i własnym doświadczeniem z tego zakresu, będącą ‘próbką’ oferowanych usług. Może się to odbywać np. poprzez utworzenie sekcji na stronie WWW lub eko-bloga zawierającego inspiracje i wskazówki z tego zakresu (lub opisy poszczególnych rozwiązań proekologicznych wdrożonych przez PROFES w ramach przedsiębiorstwa), ewentualnie proekologiczne/efektywnościowe rozwiązania oparte o Lean/Kaizen, które mogą być wykorzystane przez klientów w swoich firmach.
- Stworzenie na WWW bazy wiedzy lub bazy dobrych praktyk zawierającej przykłady zrealizowanych usług z zakresu środowiska). W bazie mogłyby się znajdować case study wdrożone przez firmę PROFES, opisane wg. z góry przyjętego schematu (np. raport A3 lub inny).
- Opracowanie polityki prośrodowiskowej wspierającej właściwe wdrażanie i utrzymywanie standardów dotyczących ochrony środowiska naturalnego.
- Działania inwestycyjne ograniczające negatywny wpływ organizacji na środowisko naturalne. W szczególności:
 - ograniczenie zużycia wody (poprzez zamontowanie perlatorów na krany i stoperów w toaletach),
 - ograniczenie zużycia energii elektrycznej i ciepłej oraz gazu ziemnego (poprzez wykorzystanie oświetlenia LED-owego, które jest bardziej efektywne i jednocześnie wpływa na zmniejszenie odpadów, ze względu na większą żywotność; wykorzystanie odnawialnych źródeł energii, np. pompy ciepła),

- ograniczenie ilości odpadów związanych z papierem i materiałami papieropochodnymi, jak również innymi materiałami (poprzez wdrożenie standardów zarządzania papierem, wykorzystanie ekologicznych suszarek do rąk zamiast ręczników papierowych, filtrów wody zamiast wody w butlach),
- zwiększenie liczby stanowisk ogólnofirmowych do segregacji odpadów.
- Włączenie do systemu ciągłego doskonalenia funkcjonującego w firmie, standardów proekologicznych (m.in. do audytu 5S, do Systemu Sugestii)
- Wypracowanie proekologicznego produktu doradczo-szkoleniowego łączącego aspekty ciągłego doskonalenia z aspektami ochrony środowiska, eliminacji marnotrawstwa i eko-marnotrawstwa. Wskazane jest nawiązanie współpracy z ekspertami w dziedzinie ochrony środowiska i optymalizacji procesów, w tym współpraca z jednostką naukową.
- Edukacja interesariuszy w zakresie zagadnień dot. ochrony środowiska, zrównoważonego rozwoju, czy zrównoważonej produkcji.
- Wdrożenie rozwiązań i certyfikacji typu eko-biuro wsparte odpowiednią komunikacją nt. wdrażanych rozwiązań skierowaną do klientów i partnerów biznesowych.

W dalszej perspektywie:

- Zastosowanie standardu „zielonych wydarzeń” przy organizacji spotkań i szkoleń.

(6.8) ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Obecnie realizowane przez PROFES praktyki z zakresu zaangażowania społecznego ujęte w części inwentaryzacyjnej (Tab. 1), a zwłaszcza inicjatywy takie jak Forum Menedżerów HR, Klub Koordynatora KAIZEN czy Program Aktywna Praktyka wspierają realizację przyjętego celu strategicznego: *„Jako odpowiedzialny członek społeczności lokalnej chcemy przyczynić się do rozwijania kompetencji oraz tworzenia miejsc pracy dzięki współpracy z organizacjami studenckimi, angażowaniu się w programy praktyk i staży oraz nieodpłatnemu dzieleniu się wiedzą i doświadczeniem, stając się sprawdzonym i lojalnym partnerem biznesowym.”* powinny być one zatem kontynuowane i nadal rozwijane. Jednocześnie proponowane poniżej rozwiązania również wpisują się w zdefiniowany powyżej cel i przyczynią się do jego osiągnięcia:

- Wprowadzenie specjalnej oferty dla studentów z współpracujących uczelni (w szczególności praktykantów i stażystów w PROFES), umożliwiającej udział w szkoleniach komercyjnie oferowanych przez firmę w zamian za ich odpracowanie.

W dalszej perspektywie:

- Uruchomienie wieloletniego projektu skierowanego do studentów z zakresu dzielenia się wiedzą, we współpracy z wybranymi uczelniami i organizacjami studenckimi. Projekt mógłby się opierać o kwartalnie organizowane przez PROFES nieodpłatne seminaria i/lub warsztaty i być uzupełniony konkursem stażowym (rozstrzyganym raz do roku).

- Wprowadzenie preferencyjnej oferty cenowej na szkolenia organizowane przez PROFES dla członków organizacji studenckich współpracujących z PROFES (np. uzależnione od frekwencji na spotkaniach organizowanych w ramach projektu proponowanego powyżej).
- Wprowadzenie programu umów barterowych dla współpracujących z PROFES organizacji pozarządowych (zapewniającego równowagę wzajemnie świadczonych usług), w ramach których NGO mogłyby korzystać z profesjonalnych, wysokiej jakości szkoleń oferowanych przez PROFES.

7. Analiza działań komunikacyjnych

7.1 Analiza możliwości raportowania społecznego

Firma PROFES może raportować podejmowane działania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu oraz ich rezultaty opracowując raport społeczny, który powinien zawierać cele strategiczne PROFES, podejmowane działania i ich rezultaty. Raportowanie społeczne może się odbywać w okresie dwuletnim.

Rekomendowane wskaźniki przedstawiające rezultaty wdrożonych działań, które mogą być publikowane m.in. w raporcie społecznym, na stronie internetowej lub w innych materiałach informacyjnych:

1. Liczba odwiedzin podstrony internetowej firmy PROFES, na której umieszczono informacje o społecznej odpowiedzialności firmy,
2. % poziom rotacji członków zespołu firmy PROFES,
3. % kobiet na stanowiskach kierowniczych,
4. % wykorzystania materiałów biurowych pochodzących z recyklingu i/lub materiałów ekologicznych,
5. Poziom zużycia energii przez urządzenia biurowe firmy,
6. Liczba spotkań/szkoleń/dni otwartych zorganizowanych z wykorzystaniem standardu „zielonych wydarzeń”,
7. % aut napędzanych paliwem gazowym,
8. % wykorzystania oświetlenia LED-owego w biurze firmy,
9. Liczba studentów uczestniczących w programie stażowym,
10. % klientów firmy zadowolonych z usług świadczonych przez firmę PROFES (dane pozyskane na podstawie wyników badania satysfakcji klientów)

7.2 Rekomendowane działania z zakresu Public Relations wspierające wdrażanie strategii CSR

Więcej – patrz pełna wersja Strategii