

Status Projektu „Strategia CSR w SULTOF – nowe oblicze firmy”

Projekt realizowany w Firmie do 28 lutego 2014 roku dzięki wsparciu finansowemu ze środków Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy, przeznaczonych na wdrożenie przez PARP* programu pn. „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu - CSR”.

Stan na 31 grudnia 2014 r.

Uprzejmie informujemy Państwa, że rozpoczęty w maju 2014 r. w Spółce proces wdrażania projektu CSR (ang. Corporate Social Responsibility) toczy się zgodnie z przyjętym harmonogramem.

Do 31 grudnia 2014 r. zrealizowaliśmy trzeci etap projektu – **WDRAŻANIE STRATEGII CSR**

1. Najważniejszym zadaniem z punktu widzenia realizacji projektu było uzyskanie certyfikacji w zakresie rozszerzenia normy ISO 9001 na działalność produkcyjną oraz wdrożenie normy ISO 14001 w Spółce.

Prace nad wdrożeniem tych światowych norm, które dają Spółce niezwykley handicap, rozpoczęły się już w lipcu 2014 r, audytem środowiskowym, w ramach audytu CSR. Nasze działania zakończyły się sukcesem - ważnym, formalnym, czyli uzyskaniem certyfikatów jak i nie mniej ważnym –wdrożono zmiany związane z odpowiednim traktowaniem środowiska, jako podstawowego warunku zrównoważonego rozwoju oraz objęto wszystkie procesy w Spółce zarządzaniem jakością.

2. Rozpoczął się proces implementacji regulacji wewnętrznych wpływających bezpośrednio na komfort pracowników Spółki, a w tym:
 - 1) Kodeks etyki SULTOF z elementem polityki antymobbingowej oraz działalności społecznej;
 - 2) Regulamin wynagradzania,
 - 3) System motywacyjny – Regulamin premiowy,
 - 4) System okresowej oceny pracowników.
3. Rozpoczął się również etap wdrożenia wypracowanych mierników i narzędzi ich pomiaru, jako bazy do systematycznej kontynuacji i monitorowania działań Strategii CSR po zakończeniu projektu w ramach raportów społecznych wg standardów GRI.4

Podstawowe założenia strategii CSR Spółki

SULTOF. Bratkowski i Sobieski Sp.j jest świadoma, że odpowiedzialność społeczna to nie jedynie działalność filantropijna lub mniej lub bardziej przypadkowo wybrane zaangażowanie społeczne, lecz współczesna filozofia prowadzeniu biznesu oparta na zaakceptowanych przez Wspólników i załogę Spółki zasadach zebranych w Strategii CSR stanowiącej integralną część strategii biznesowej Spółki, jako czynnik budowania jej przewagi konkurencyjnej.

Spółka zakłada jednoczesne wdrożenie strategii CSR w trzech obszarach.

Strategia CSR obejmuje wszystkich interesariuszy.

Strategia zakłada zmiany organizacyjne, administracyjne, motywacyjne, produktowe oraz procesu komunikacji z jej interesariuszami w Spółce.

Strategia CSR SULTOF. Bratkowski i Sobieski Sp. j. opracowana została w strukturze raportu społecznej

odpowiedzialności biznesu GRI.4 z zachowaniem przesłanek niecertyfikowanych: Normy ISO 26000, Normy SA8000, Serii norm AA1000 oraz certyfikowanych norm ISO.

Priorytetem Spółki jest prowadzenie biznesu w sposób zrównoważony oparty o zaufanie, szacunek i poszanowanie zasad etycznych oraz otwartość i dialog ze wszystkimi grupami Interesariuszy.

Wizja

Rozwijamy się w sposób organiczny, wykorzystując przede wszystkim wypracowane środki finansowe Spółki na powiększanie jej udziału w rynku z jasno określonym profilem w oparciu o doskonałą jakość i innowacyjność w tworzeniu oraz dystrybucji produktów i usług.

Misja

Nasza misja to oferowanie produktów i usług o najwyższej jakości i użyteczności o zminimalizowanym wpływie na środowisko naturalne, przy jednoczesnym przestrzeganiu wysokich standardów postępowania i odpowiedzialności oraz stabilny i efektywny rozwój zapewniający Wspólnikom stały wzrost wartości Spółki, a pracownikom stałą pracę w przyjaznych i dobrych warunkach.

Wartości

Zaufanie: przestrzeganie przez Spółkę wysokich norm etycznych i odpowiedzialność za podejmowane działania;

Otwarcie na Klienta: poznawanie i wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom Klientów;

Etyka i Odpowiedzialność w działaniu;

Innowacyjność: dążenie, poszukiwanie nowych rozwiązań projektowych i produkcyjnych;

Szacunek dla Interesariuszy.

Działania Spółki skierowane do Klientów koncentrują się na dwóch głównych obszarach: zapewnieniu efektywnej komunikacji oraz oferowaniu produktów i usług wysokiej jakości, adekwatnych do potrzeb Klientów i odpowiedzialnych społecznie.

RYNEK

CELE STRATEGICZNE	DZIAŁANIA 2014 – 2017	PROGRES 2014
Być blisko klienta i rozumieć jego potrzeby.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Przeprowadzanie cyklicznych, corocznych badań satysfakcji Interesariuszy biznesowych ✓ Systematyczna poprawa wskaźnika NP S (Net Promoter Score) ✓ Wdrażanie nowych narzędzi umożliwiających obustronną komunikację z klientem. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Przeprowadzenie w grudniu 2014 pierwszego badania lojalności klientów, ✓ Określenie bazowego wskaźnika NPS ✓ Wyśłanie pism do klientów, ✓ Stworzenie zakładki CSR na stronie WWW, cokwartalne raporty z wdrażania CSR ✓ Wdrożenie systemu ERP
Tworzyć produkty innowacyjne, proekologiczne oraz dostosowane do potrzeb klientów.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wdrożenie i rozwój innowacyjnych rozwiązań marketingowych, procesowych i produktowych - proekologicznych ✓ Systematyczne wdrażanie kolejnych rozwiązań ✓ Stałe zwiększanie dostępności produktów poprzez uruchomienie nowych kanałów sprzedaży. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wdrożenie normy ISO 9001 u podwykonawcy części mechanicznych myjni ✓ Wykonanie pomiaru hałasu urządzeń produkowanych przez Spółkę
Wprowadzać standardy w zakresie etyki prowadzenie biznesu, transparentności w komunikacji, sprzedaży oraz w relacjach z dostawcami.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prowadzenie działań edukacyjnych w zakresie zasad etycznych obowiązujących w Spółce wobec wszystkich pracowników. ✓ Prowadzenie procesu kwalifikacji pod kątem przestrzegania zasad socjalnych i środowiskowych wobec wszystkich dostawców. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Przeprowadzenie 1 audyt u dostawcy podwykonawcy, zakresie wykonywanych umów. ✓ Wdrożenie standardów raportowania GRI.4

MIEJSCE PRACY

CELE STRATEGICZNE	DZIAŁANIA 2014 – 2017	PROGRES 2014
Cel: przyjazne środowisko pracy, w atmosferze współpracy i kreatywności, nastawione na dialog.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Systematyczne komunikowanie pracownikom strategii, celów, planów i bieżących projektów realizowanych przez Spółkę. ✓ Wprowadzenie i stosowanie systemu oceny pracowniczej wspierającego zaangażowane podejście do pracy. ✓ Wprowadzenie i stosowanie systemu motywacyjnego wspierającego zaangażowanie w realizację celów Spółki 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pracownicy są informowani o strategicznych kwestiach poprzez spotkania z kierownictwem, komunikaty wewnętrzne oraz aktualności mailowe. ✓ Wprowadzenie SOOP ✓ Wprowadzenie systemu wynagrodzeń ✓ Wprowadzenie Kodeksu etyki
Pracownicy mają poczucie satysfakcji z pracy oraz możliwość rozwoju.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Budowanie wśród pracowników kultury dialogu i udzielania informacji zwrotnej. ✓ Stworzenie narzędzi wspierających podwyższanie poziomu wykształcenia, rozszerzanie umiejętności i wiedzy zawodowej korzystających ze szkoleń i doksztalcania ✓ Promocja narzędzi wspierających pracowników w budowaniu ścieżki rozwoju. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Uruchomienie narzędzia do pozyskiwania informacji zwrotnej połączone z akcją informacyjną. ✓ Opracowanie systemu motywacyjnego z opcją opłat za szkolenia przez Spółkę
Cel: pożądany odpowiedzialny społecznie pracodawca.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wdrożenie i kontynuowanie systemu staży dla uczniów i absolwentów szkół technicznych ✓ Wdrożenie i kontynuowanie działań wolontariatu pracowniczego 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Opracowanie systemu staży dla uczniów i absolwentów szkół technicznych ✓ Stworzenie podstaw do działań wolontariatu pracowniczego

SPOŁECZYSTWO

CELE STRATEGICZNE	DZIAŁANIA 2014 – 2017	PROGRES 2014
Edukacja proekologiczna klientów.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wspieranie klientów w świadomym wyborze rozwiązań proekologicznych ✓ Tworzenie platformy wymiany wiedzy dla klientów 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Stworzenie narzędzi wymiany informacji
Współpraca z organizacjami pozarządowymi działającymi w obszarze środowiska oraz grup defaworyzowanych	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utrzymanie współpracy z NGO zakładającą sponsoring i wolontariat pracowniczy 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nawiązanie współpracy z NGO z określonego obszaru

ŚRODOWISKO

CELE STRATEGICZNE	DZIAŁANIA 2014 – 2017	PROGRES 2014
Rozwijamy aspekty ochrony środowiska w działalność Spółki oraz wdrażamy je w proces podejmowania decyzji biznesowych.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utrzymanie Systemu Zarządzania Środowiskowego według międzynarodowej normy zarządzania ISO 14001. ✓ Systematyczne rozszerzanie rozwiązań proekologicznych w produkowanych urządzeniach ✓ Zwiększenie udziału papieru certyfikowanego w ogólnych zakupach papieru do poziomu 100 proc. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wdrożenie Systemu Zarządzania Środowiskowego i zakończenie audytu certyfikującego z wynikiem pozytywnym – otrzymanie certyfikatu ISO 14001 ✓ Uwzględnianie kwestii etycznych, społecznych i środowiskowych w procesie transakcji oraz w podejmowanych decyzjach biznesowych
Wzmacniamy świadomość środowiskową pracowników poprzez edukację i wolontariat pracowniczy.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Stworzenie planu komunikacji w zakresie ochrony środowiska i angażowanie pracowników w działania ekologiczne. ✓ Wdrażanie rozwiązań pro środowiskowych w miejscu pracy. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wprowadzenie rozwiązań wynikających z audytu środowiskowego poprzedzającego wdrożenie ISO 14001.

Zapraszamy Państwa do zapoznania się z kolejnymi publikacjami.

P.S. Ponawiamy prośbę o wypełnienie ankiety i odesłanie do Spółki.