

POLITYKA SPOŁECZNEJ I ŚRODOWISKOWEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU CYGAN AUTO SP. Z O.O.

Cygan Auto Sp. z o.o. wprowadziła wewnętrzną politykę, w ramach której dobrowolnie podejmuje działania mające na celu uwzględnienie aspektów społecznych, etycznych, środowiskowych oraz pracowniczych w swojej codziennej aktywności.

Celem polityki jest etyczne i zrównoważone prowadzenie działalności z troską o dobro wspólne. Firma dąży do budowy długofalowych relacji z kontrahentami i klientami, zapewniania dobrych warunków pracy, wsparcia lokalnych społeczności oraz ochrony środowiska naturalnego.

Aby realizować społeczną odpowiedzialność biznesu, Cygan Auto Sp. z o.o. wykorzystuje różne narzędzia. Do najczęściej stosowanych należą:

- kodeks etyczny przedsiębiorstwa;
- wolontariat pracowniczy;
- inwestycje w ekologię i przeciwdziałanie negatywnym zmianom środowiska naturalnego;
- nadzór korporacyjny;
- działania na rzecz lokalnej społeczności;
- kampanie społeczne.

Wolontariat pracowniczy polega na dobrowolnej pracy (np. wykonywaniu określonych prac, przeznaczaniu pewnej liczby godzin pracy) pracowników na rzecz inicjatyw prospołecznych (instytucji, organizacji, akcji).

Programy pracownicze to inwestycje w rozwój pracowników, np. programy podnoszące kwalifikacje zawodowe (kursy, szkolenia), programy integracyjne, programy na rzecz wyrównywania szans (elastyczne formy zatrudnienia, wyrównywanie szans osób po 45. roku życia czy niepełnosprawnych).

Działania proekologiczne to aktywności mające na celu ochronę środowiska, inwestycje minimalizujące wpływ na środowisko. Należą do nich takie inicjatywy, jak: wdrażanie polityki środowiskowej, zrównoważone zarządzanie surowcami, segregacja odpadów, edukacja ekologiczna pracowników i klientów, a także wprowadzanie ekologicznych procesów technologicznych, produktów i usług.

Nadzór korporacyjny obejmuje wprowadzanie przejrzystych i skutecznych systemów zarządzania, tj. Environmental Management System ISO 14000 (system zarządzania środowiskowego).

Działania na rzecz lokalnej społeczności to przedsięwzięcia na rzecz otoczenia, w którym funkcjonuje firma. Obejmują wsparcie lokalnych instytucji i osób, współpracę z lokalnymi organizacjami, programy dla dzieci i młodzieży, działania proekologiczne, a także inwestycyjne.

Kampanie społeczne umożliwiają firmie kształtowanie prospołecznych postaw społeczeństwa za pośrednictwem mediów. Mają na celu niesienie pomocy potrzebującym (np. przekazywanie części zysków ze sprzedaży określonego produktu na cele społeczne lub działania

prośrodowiskowe) lub zwiększenie świadomości społecznej na określony temat (np. ochrona środowiska, edukacja konsumencka).

Wszystkie powyższe aktywności spółka realizuje wg następującego schematu:



W ramach realizacji społecznej odpowiedzialności Cygan Auto Sp. z o.o. podejmuje liczne działania na rzecz lokalnej społeczności. Przekazuje darowizny finansowe, organizuje wolontariat pracowniczy, angażuje się w projekty pomocowe czy sponsoruje wydarzenia charytatywne. Te działania nie tylko pomagają potrzebującym, lecz także budują zaufanie i reputację firmy w oczach społeczeństwa.

Darowizny na rzecz instytucji (w tym fundacji) mają na celu:

- wkład w zrównoważony rozwój społeczny i poprawę jakości życia lokalnych społeczności przez wsparcie instytucji działających na rzecz dobra wspólnego;
- kreowanie pozytywnego wizerunku firmy oraz budowanie zaufania w relacjach z kontrahentami i klientami;
- utrwalanie pozytywnego wizerunku firmy jako podmiotu odpowiedzialnego społecznie, zaangażowanego w życie lokalnych społeczności oraz otwartego na potrzeby otoczenia;
- umacnianie zaufania w relacjach z obecnymi i potencjalnymi kontrahentami oraz klientami, co sprzyja tworzeniu trwałych partnerskich więzi biznesowych;
- zwiększenie lojalności obecnych klientów dzięki utożsamianiu się z wartościami reprezentowanymi przez firmę, a także wyróżnienie jej na tle konkurencji, co może przełożyć się na wzrost udziału w rynku;

pozyskiwanie nowych klientów dzięki budowaniu silnego i wiarygodnego wizerunku firmy wspierającej inicjatywy o charakterze społecznym i charytatywnym. Zaangażowanie firmy w działania na rzecz rozwoju społecznego stanowi istotny czynnik wpływający na pozytywną ocenę przedsiębiorstwa wśród kontrahentów oraz innych podmiotów współpracujących.