

# O ODPOWIEDZIALNOŚCI

Zintegrowany Raport Społeczny ANG Spółdzielni  
(wcześniej ANG Spółdzielni Doradców Kredytowych)  
za 2016 r.

# SPIS TREŚCI

<b>Słowo do Przyjaciół ANG</b>	<b>2</b>	<b>Co sprawia, że nasi eksperci i spółdzielcy są zadowoleni ze współpracy ze Spółdzielnią?</b>	<b>41</b>
ANG w liczbach	4	Dlaczego warto z nami współpracować?	43
<b>O Spółdzielni</b>	<b>6</b>	Zatrudnienie w Spółdzielni	44
Nagrody i wyróżnienia za 2016 r.	9	Oczekiwania klientów wobec ekspertów	45
Inicjatywy, w które jesteśmy zaangażowani	10	Ustawa o kredycie hipotecznym i jej konsekwencje dla nas oraz dla klientów	46
Jakie działania Spółdzielni wyróżniają ją na tle branży?	11	Zarządzanie różnorodnością w ANG	48
O połączeniu Spółdzielni	11	Nasze inicjatywy, w które można się zaangażować	49
Promujemy odpowiedzialną sprzedaż. Nasz cel – 0% missellingu	13	Co nam się udało, a nad czym musimy jeszcze popracować	50
Zarządzanie etyką w ANG	13	Nasze plany i marzenia na 2017 r. i kolejne lata – cd.	51
Bez zaufania, ale z nadzieją, czyli podejście Polaków do branży finansowej	17	<b>3. PARTNERZY FINANSOWI</b>	
Nasze wyniki finansowe	19	<b>O naszej wspólnej odpowiedzialności</b>	<b>52</b>
Nasza zintegrowana strategia	24	ANG w liczbach	53
Nasze plany i marzenia dla spółdzielni na 2017 r. i kolejne lata	26	Co wyróżnia ANG na rynku wg naszych interesariuszy?	55
<b>1. KLIENCI</b>		Jak skutecznie budować zaufanie do sektora finansowego?	56
<b>O odpowiedzialnej sprzedaży</b>	<b>28</b>	Jak budować naszą wspólną odpowiedzialną relację?	57
Klienci ANG a.d. 2016 w liczbach	29	Jak zapobiegamy nieodpowiedzialnej sprzedaży	58
Czym dla naszych klientów jest odpowiedzialna, etyczna sprzedaż?	30	Nasze plany i marzenia na 2017 r. i kolejne lata – cd.	60
Co robimy, by ograniczyć ryzyko nieodpowiedzialnej sprzedaży?	32	<b>O raporcie</b>	<b>62</b>
Korzyści dla klientów ze współpracy z ekspertami kredytowymi	33	Indeks treści GRI G4	64
Jak nasi klienci oceniają pracę ekspertów	35	Podziękowania	69
Czego oczekujemy od naszych klientów?	36		
Nasze marzenie na 2017 r. i kolejne lata – cd.	37		
<b>2. EKSPERCI I SPÓŁDZIELCY</b>			
<b>O odpowiedzialnej społeczności ludzi</b>	<b>38</b>		
ANG w liczbach	39		

# SŁOWO DO PRZYJACIÓŁ ANG

ARTUR NOWAK-GOŁAWSKI  
SPÓŁDZIELCA, W ZARZĄDZIE ANG

Antoine de Saint-Exupery w „Ziemia, planeta ludzi” napisał, że „... być człowiekiem to właśnie być odpowiedzialnym. To znać uczucie wstydu w obliczu nędzy, nawet tej nędzy, której nie jesteśmy winni. To odczuwać dumę ze zwycięstwa odniesionego przez kolegów. To czuć, kładąc swoją cegłę, że się bierze udział w budowaniu świata...”.

Myszę, że to głęboko humanistyczne przesłanie dobrze oddaje myślenie o naszym dzisiejszym sposobie działania i patrzenie w przyszłość w naszej Spółdzielni. Jesteśmy organizacją biznesową, budującą wartość ekonomiczną, poważnie traktując służbę wobec klientów i powinności wobec naszych współpracowników i partnerów. Wierzimy przy tym, że przedsiębiorcy mają wpływ na to w jakim świecie żyjemy.

Jako ANG, jako społeczność uważamy, że przedsiębiorczość to przede wszystkim zadawanie pytań w ważnych sprawach i szukanie na nie odpowiedzi. Jednymi z tych pytań są te, które dotyczą odpowiedzialności, w czym się ona wyraża, za co, za kogo ją ponosimy, gdzie jest naszą szansą, a gdzie naszym brzemieniem.

Te pytania są dla nas ważne i nie może ich zabraknąć w ocenie naszej Spółdzielni A.D. 2016.

Oddajemy w Wasze ręce nasz czwarty już raport roczny, który w naszym zamyśle powstawał jako źródło wiedzy o nas dla Was, naszych Przyjaciół. Wiedzy o tym, kim jesteśmy, co robimy, co planujemy i – co najważniejsze – gdzie widzimy naszą odpowiedzialność.

Zachęcam Was, naszych partnerów, klientów, współpracowników – Przyjaciół ANG do zapoznania się z tym raportem, mając nadzieję, że będzie on dla Was użyteczny i interesujący.

Życzę wszystkiego dobrego i pozdrawiam, ANG

# ANG W LICZBACH

**20** PARTNERÓW  
FINANSOWYCH

**4.** FIRMA NA RYNKU POŚREDNIC-  
TWA POD WZGLĘDEM SPRZEDA-  
ŻY KREDYTÓW HIPOTECZNYCH

PRZY UDZIALE ANG  
URUCHAMIANYCH  
BYŁO ŚREDNIO

**28** KREDYTÓW  
HIPOTECZNYCH  
DZIENNIE

**586** EKSPERTÓW  
(230 KOBIET,  
356 MĘŻCZYŹN)

**191** SPÓŁDZIELCÓW  
(60 SPÓŁDZIELCZYŃ,  
131 SPÓŁDZIELCÓW)

ŚREDNIA WARTOŚĆ  
URUCHOMIONEGO KREDYTU  
HIPOTECZNEGO W ROKU  
2016 WYNIOSŁA **237 671 ZŁ**

ŚREDNIA WARTOŚĆ  
URUCHOMIONEGO KREDYTU  
GOTÓWKOWEGO W ROKU  
2016 WYNIOSŁA **49 910 ZŁ**

W 2016 R.  
ZA NASZYM  
POŚREDNICTWEM  
BANKI UDZIELIŁY

**8645** KREDYTÓW  
NA ŁĄCZNĄ KWOTĘ

**1738** MLN ZŁ

**94%** NASZYCH LUDZI ZA-  
DOWOLONYCH JEST ZE  
WSPÓŁPRACY ZE SPÓŁ-  
DZIELNIĄ\*

ŚREDNIO CO

**52** MINUTY PRZY UDZIALE  
EKSPERTA ANG URUCHAMIANY  
BYŁ KREDYT HIPOTECZNY

W 2016 R. OSIĄGNĘLIŚMY **40 428 211,78 ZŁ** PRZYCHODÓW (O 27,87%  
WIĘCEJ NIŻ W ROKU 2015) I **308 679,69 ZŁ** ZYSKU NETTO. KAPITAŁY  
WŁASNE WZROSŁY DO **1 972 095,96 ZŁ**.

PONAD

**2 tys.** ODBIORCÓW DZIAŁAŃ  
FUNDACJI „BĘDĘ KIM  
ZECHCĘ”,

**8** STYPENDYSTÓW, **30** WOLONTARIUSZY

\*na podstawie corocznych wewnętrznych badań satysfakcji

## O SPÓŁDZIELNI

**Spółdzielnię tworzą ludzie, którym „o coś chodzi”.**

Jesteśmy profesjonalną organizacją pośrednictwa finansowego, która powstała w 2010 r. Wybraliśmy spółdzielnię jako model prowadzenia biznesu, bo:

- zależało nam na kreowaniu przyjaznego środowiska pracy dla doświadczonych pośredników finansowych – ekspertów, którzy cenią uczciwe i terminowe rozliczenia prowizji od sprzedanych produktów finansowych, chcą mieć stały dostęp do wiedzy i przynależność do grupy profesjonalistów, z którymi mogą się wymieniać doświadczeniem i dzielić te same wartości;
- mieliśmy dość wyśrubowanych planów sprzedażowych i presji powodującej, że klientom nie zawsze oferowało się produkty dla nich najlepsze;
- chcieliśmy uporządkować rynek pośredników finansowych – na członków Spółdzielni jest nałożony statutowy zakaz konkurencji – oraz poprawić reputację branży, dlatego od naszych ekspertów wymagamy m.in. doświadczenia, nienagannej reputacji i przestrzegania norm Spółdzielni, w tym standardów etycznych;
- jako przedsiębiorcy chcieliśmy mieć wpływ na kształt firmy, w której pracujemy. Będąc spółdzielcami, jesteśmy współwłaścicielami Spółdzielni.

Jaka jest Spółdzielnia wg naszych współpracowników, którzy wypowiedzieli się w dorocznym badaniu satysfakcji?

Etyczna, profesjonalna, przyjazna, otwarta na dialog i nowe technologie, odważna i odpowiedzialna społecznie, moja.

Współpraca ze Spółdzielnią uświadomiła mi, że moje wartości i cele nie są oderwane od rzeczywistości, że etyczna sprzedaż jest możliwa, a traktowanie klienta jako partnera, skupienie się na jego potrzebach i celach przy pomocy w wyborze najkorzystniejszej oferty kredytu może być priorytetem. Po latach pracy w korporacji doceniam możliwość pokazania moim pracownikom i współpracownikom idei odpowiedzialnej sprzedaży. Kierowanie się na co dzień przede wszystkim chęcią zaspokojenia rzeczywistych potrzeb klienta, pomocą w odnalezieniu się w gąszczu ofert i wyborze tej, dzięki której spłata kredytu przez wiele lat będzie przebiegała bezproblemowo, sprawia, że praca staje się coraz bardziej satysfakcjonująca.

Dzięki podjęciu decyzji o współpracy ze Spółdzielnią mogę zaoferować klientowi nieograniczone czasowo wsparcie oraz pomoc w przejściu przez całą procedurę kredytową, która dla doświadczonego doradcy jest prosta i łatwa, a dla osoby, która stara się o kredyt na zakup swojego pierwszego mieszkania na własność, może być stresująca i skomplikowana. Dla mnie towarzyszenie klientowi przy spełnianiu jednego z jego marzeń, mając do dyspozycji narzędzia, które oferuje Spółdzielnia, szerszy wybór ofert niż konkurencja oraz brak narzucania jakichkolwiek schematów, jest jednym z ważniejszych powodów, dla których zdecydowałam się na założenie własnej firmy pod skrzydłami Spółdzielni.

W szeregach Spółdzielni jestem od połowy 2012 r. Po doświadczeniach z innymi firmami pośrednictwa finansowego, z którymi miałem okazję współpracować, mój wybór był w pełni przemyślany. Doskonale środowisko pracy, wspaniali ludzie, realny wpływ na to, co dzieje się w „firmie” – to wszystko sprawiło, że szybko zadomowiłem się jako członek Spółdzielni. Wartości określone w manifeście oraz przekazywane przez liderów Grupy ANG w codziennej pracy okazały się nie tylko słowami przelanymi na papier, ale czymś, co warto stosować. Zawsze były widoczne w mojej pracy. Tutaj zostały tylko bardziej uwidocznione. Zwłaszcza że stosuje się do nich cała społeczność Spółdzielni. Dotyczy to zwłaszcza pojęcia etyki przekładanej codziennie na odpowiedzialną sprzedaż produktów finansowych. Jeśli klient jest zadowolony, to jest to właśnie największy sukces, jaki doradca może osiągnąć w swojej pracy. Z każdym z klientów po latach mogę się spotkać i śmiało spojrzeć mu w oczy, bo wiem, że nie spotkało go z mojej strony nic złego. Z większością współpracuję od lat. Zawsze o mnie pamiętają. Zresztą liczba poleceń uzyskiwanych od nich to najbardziej miarodajny wymiar tego, że to, co robię, robię dobrze. Tak właśnie działa Spółdzielnia i jej członkowie. Doskonała atmosfera pracy, narzędzia i systemy wspomagające i ułatwiające pracę. To wszystko sprawia, że Spółdzielnia ma dobrą opinię nie tylko wśród swoich członków i doradców, ale także wśród swoich partnerów biznesowych. Ci ostatni także doceniają prezentowane przez nas wartości. To budujące i zachęcające do dalszego doskonalenia w codziennej pracy.

Krzysztof Iwan – spółdzielca

W pośrednictwie finansowym pracuję od 2000 r. – wcześniej pracowałam w bankach. W mojej pierwszej firmie pośrednictwa usłyszałam hasło: „Spełniamy marzenia klientów”. Hasło to stało się moim mottem i spojrzeniem na pracę. Podczas pracy w korporacjach przeżywałam wewnętrzny konflikt, że muszę sprzedawać klientom nie tylko to, czego potrzebują, ale również inne produkty, które przynosiły zyski, ale raczej moim pracodawcom.

Takie podejście do sprzedaży spowodowało, że szukałam firmy, dla której ważniejsze jest dobro klienta i długofalowe relacje niż jednorazowy zysk z transakcji. Udało mi się trafić na Artura, Kasię i Michała, którzy mają charyzmę i bardzo fajną filozofię biznesową, a stworzona przez nich ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych jest firmą spełniającą moje oczekiwania odpowiedzialnego pracodawcy. 90% klientów trafia do mnie z polecenia – zwykle swoich znajomych lub rodziny, więc jakość moich usług, ale także moja wiarygodność, odpowiedzialność, zaangażowanie i etyka muszą być nienaganne. To wszystko mogę realizować we współpracy z ANG.

Dodatkowo firma wspiera różne projekty pomocowe, np. Szlachetna Paczka, „Zostań G'ANGsterem”, programy edukacyjne dla dzieci i młodzieży. Jest to działanie bardzo bliskie mojemu postrzeganiu dzielenia się z innymi tym, co mam: pieniędzmi, wiedzą, czasem, krwią... Jestem dumna, że mogę być częścią społeczności ANG!

Katarzyna Duszyńska – spółdzielczyni

Gdyby Spółdzielnia nie deklarowała woli promowania zachowań etycznych w sprzedaży produktów finansowych, to pewnie drogi by nam się przed laty nie zeszły. A jak widać, jest nam po drodze. Ale trzeba mieć świadomość, że troska o etykę w tak dużej liczbie rozproszonych zespołów – wywodzących się z różnych formacji sprzedażowych – jest trudna. Ale już dla pobieżnej oceny wystarczy przegląd zestawienia struktury sprzedaży, która ujawnia, jak prowadzony jest dobór. Co do pewnych banków wiadomo, że ich oferta nie należy do dobrych. Stąd „pokaż mi swoją strukturę sprzedaży, a powiem ci, czym się kierujesz”. Metoda prosta, ale z tej prostoty chyba nie zdaje sobie sprawy także nasz narodowy regulator.

Co mi się podobało w Spółdzielni w sezonie 2016/2017? To, że jak lew rzuciła się bronić swobody rynku pośredników finansowych. I choć była w tym sama, walczyła dzielnie. I skutecznie. Merytoryczny głos Spółdzielni był dobrze słyszalny w przestrzeni publicznej. Tym bardziej że brzmiał na tle zaskakującej, kompletnej ciszy ze strony innych podmiotów rynku doradztwa finansowego. A dobrego imienia branży trzeba bronić, ale także o nie zabiegać. Być może sprawą przyszłości winna być idea samorządu zawodowego? Kto wie?

Jacek Plewa – spółdzielca

### Zmiana nazwy

Decyzja o zmianie nazwy zapadła podczas Walnego Zgromadzenia Spółdzielców 9 czerwca 2017 r. Wpływ na nią miała implementacja dyrektywy o kredycie hipotecznym, która reguluje zasady wykorzystania słowa „doradca” w nazwach firm oraz dla określenia działalności. W świetle jej zapisów żaden pośrednik funkcjonujący na rynku nie może posługiwać się określeniem „doradca”. Wybraliśmy nową nazwę, która brzmi „ANG Spółdzielnia” i tą nazwą posługujemy się w naszym raporcie. Decyzja o zmianie nazwy była związana również z połączeniem się z ANG Spółdzielnią Pośredników Ubezpieczeniowych.

## NAGRODY I WYRÓŻNIENIA ZA 2016 R.



**Najlepszy Pracodawca**  
AON Hewitt



**Etyczna Firma Pulsu**  
Biznesu



**Biały Listek CSR** Polityki



**Gazela Biznesu**



**II miejsce w Kategorii Kryształowej**  
w Rankingu Odpowiedzialnych Firm  
Dziennika Gazety Prawnej

# INICJATYWY, W KTÓRE JESTEŚMY ZAANGAŻOWANI

- Karta Różnorodności;
- Koalicja Prezesa-Wolontariusze;
- Koalicja Rzeczników Etyki;
- Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych;
- Konkurs Przedsiębiorstwo Społeczne Roku im. Jacka Kuronia [eS] prowadzony przez Fundację Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych FISE;
- Lewiatan;
- Stowarzyszenie Mieszkanicznik;
- UN Global Compact;

Dla przedsiębiorstw społecznych dobra współpraca z branżą finansową jest wsparciem i szansą na prowadzenie społecznego biznesu, jego rozwój ekonomiczny i oddziaływanie na lokalną społeczność. Dobre relacje, zrozumienie i zaufanie banku są kluczowe dla rozwoju przedsiębiorstwa społecznego. Pozwolić na innowacje, nowe rozwiązania, stworzyć warunki do wdrożenia i dać czas, który zweryfikuje pomysły, to warunki, o których przedsiębiorstwa marzą i których potrzebują. Czy branża finansowa jest na to gotowa? Myślę, że tak.

Dziękuję ANG Spółdzielni za wspólną pracę w nagradzaniu i docenianiu najlepszych przedsiębiorstw społecznych w Polsce, w prowadzonym od 7 lat przez FISE Konkursie na Najlepsze Przedsiębiorstwo Społeczne Roku im. Jacka Kuronia. Doceniam Wasze zaangażowanie, pomoc, otwartość i zaufanie. W imieniu wszystkich finalistów konkursu – dziękuję!

Magdalena Klaus  
Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych

Jako część międzynarodowej społeczności wspieramy globalny plan działań na rzecz ludzi, naszej planety i dobrobytu. Poprzez nasze działania wspieramy następujące cele zrównoważonego rozwoju:

CELE  
ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU



# JAKIE DZIAŁANIA SPÓŁDZIELNI WYRÓŻNIAJĄ JĄ NA TLE BRANŻY?

Oto, co usłyszeliśmy od naszych interesariuszy podczas spotkań dialogowych:

„Odpowiedzialność firmy sprawiła, że do niej dołączyłem”\*

„Odpowiedzialność ANG pomaga w pracy. Podczas spotkań z klientami informuję o naszej działalności – opowiadam o Komisji Etyki, wnioski drukuję na papierze z recyklingu, pokazuję raporty społeczne. To na pewno ułatwia klientowi podjęcie decyzji o współpracy z nami, pomaga w relacji z klientem”

Dowiedz się więcej o naszym [programie etycznym](#)  
Zapoznaj się z naszymi poprzednimi [raportami społecznymi](#)

„ANG tworzy społeczność odpowiedzialną, prezentującą określone wartości”

Poznaj nasz [Manifest](#)

„Tu się dzieje więcej fajnych rzeczy, niż myślałem. Tu mogę się odnaleźć i realizować w zakresie działań społecznych”

Zobacz, w jakie [inicjatywy się angażujemy](#) i jak ty możesz się w nie włączyć

„Chce się pracować w tej organizacji”

Poznaj naszych [ekspertów](#) oraz [pracowników](#) centrali ANG

## O POŁĄCZENIU SPÓŁDZIELNI

Walne zgromadzenia Spółdzielni Doradców Kredytowych oraz Spółdzielni Pośredników Ubezpieczeniowych podjęły 21 listopada 2016 r. decyzję o połączeniu obu Spółdzielni. Spółdzielnią przejmującą była w myśl prawa

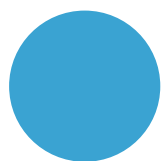
\* Cytaty bez wskazanych autorów pochodzą ze spotkania dialogowego z naszymi interesariuszami wewnętrznymi i zewnętrznymi.

spółdzielczego ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych i od 9 stycznia 2017 r. połączone spółdzielnie działają pod marką ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych, natomiast Walne zmieniło nazwę na ANG Spółdzielnia.

**Nasz zarząd to: Katarzyna Dmowska, Michał Kwasek i Artur Nowak-Gocławski (Artur jest prezesem, Katarzyna wiceprezesem, a Michał członkiem zarządu). Nasza rada nadzorcza to: Krzysztof Gajór, Artur Czyżak, Maciej Cybulski.**

Decyzja o połączeniu Spółdzielni była wynikiem naszego postrzegania przyszłości branży. Ważna w niej będzie umiejętność oferowania produktów finansowych w sposób kompleksowy. Naszym zdaniem produkty ubezpieczeniowe i kredytowe powinny funkcjonować razem, zachowując przy tym oczywiście niezależność naszych ekspertów w decydowaniu, w jakim zakresie chcą produkty ubezpieczeniowe włączyć do swojej zawodowej aktywności. Uważamy, że powinniśmy zapewnić zespołom kredytowym możliwości i narzędzia związane z ubezpieczeniami.

Wpływ na decyzję o połączeniu miało również to, że chcemy się istotnie powiększyć jako organizacja. Naszym celem jest społeczność ponad 1000 ekspertów finansowych. Tak duża organizacja wymaga wysokiej sprawności działania, a rozdzielenie działalności na dwie różne firmy temu nie sprzyja. Uwzględniliśmy również zmianę prawa (w szczególności omawianą w raporcie ustawę o kredycie hipotecznym), która nakłada na firmy w branży sporo obowiązków, z którymi łatwiej będzie się nam zmierzyć, będąc jedną organizacją.



## PROMUJEMY ODPOWIEDZIALNĄ SPRZEDAŻ. NASZ CEL – 0% MISSELLINGU

W naszym rozumieniu odpowiedzialna sprzedaż w branży finansowej to taka relacja z klientem, która sprawia, że otrzymuje on produkt finansowy: 1/ który jest mu potrzebny, 2/ który rozumie, 3/ na który go stać. W innym przypadku mamy do czynienia z missellingiem.

Promujemy odpowiedzialną sprzedaż w relacji z naszymi najważniejszymi interesariuszami. Jak to robimy? O tym dowiedzie się w rozdziałach poświęconych naszym klientom, spółdzielcom i ekspertom oraz partnerom finansowym.

## ZARZĄDZANIE ETYKĄ W ANG

**„Warto być uczciwym, choć nie  
zawsze się to opłaca. Opłaca się być  
nieuczciwym, ale nie warto”  
Władysław Bartoszewski**

W 2014 r. przyjęliśmy Kodeks Etyczny. Zawarte w nim zasady zostały wypracowane przy udziale naszych współpracowników, wynikają z naszych przekonań, wartości i sposobu, w jaki prowadzimy biznes. Kodeks Etyczny obowiązuje wszystkich pracowników i współpracowników ANG Spółdzielni, a stosowanie się do jego zapisów jest bezwarunkowe.

Myśląc o etyce w naszej organizacji, nie myślimy tylko o tym, jak dużo zrobiliśmy, by stawać się przyzwoitą firmą, być wobec naszych partnerów, klientów, współpracowników porządnymi przedsiębiorcami i ludźmi, ale przede wszystkim myślimy o tym, jak mocno jesteśmy niedoskonalimi.



Ta świadomość niedoskonałości i odpowiedzialności z tym związanej oznacza dla nas wielkie wyzwanie, potrzebę ciągłej zmiany i jest też dla nas wszystkich dobrą przyszłością, jeżeli temu sprostamy.

Artur Nowak-Gocławski, ANG

Zarówno zarząd, jak i Komisja Etyki, która składa się z osób wybranych podczas Walnego Zgromadzenia Spółdzielców, monitorują przestrzeganie norm etycznych i standardów zawodowych. Sprawdzają otrzymane informacje od różnych interesariuszy i patrzą na wskaźniki takie jak np. liczba reklamacji. Analizujemy naszą sprzedaż pod kątem odchyień oznaczających pojawienie się ryzyk nieetycznej sprzedaży, np. nienaturalną, niezgodną z trendami w firmie sprzedaż dla jednego z banków, sprzedaż z wysokimi prowizjami czy też sprzedaż kilku produktów jednemu klientowi w tym samym czasie. Współpracujemy z partnerami finansowymi w zakresie zamykania uprawnień ekspertom działającym nieetycznie bądź niezgodnie z prawem.

**Case study:** W 2016 r. zarząd Spółdzielni, biorąc pod uwagę analizę i rekomendację Komisji Etyki, wykluczył ze społeczności ANG spółdzielcę, który złamał zasady naszego Kodeksu Etycznego obraźliwymi komentarzami w mediach społecznościowych, naruszającymi zasady tolerancji i szacunku. Wpisy te nie tylko wspierały język nienawiści, stojący w jawnej sprzeczności z wartościami Spółdzielni, ale też uderzały w jedną z największych postaci Polski powojennej, autorytet wielu Polaków i członków Spółdzielni. Spółdzielca mimo możliwości zmiany swojego podejścia nie skorzystał z tego. Sytuacja ta skończyła się pierwszym w naszej historii wykluczeniem z członkostwa na wniosek samej społeczności, reprezentowanej przez Komisję Etyki, która stanęła na straży wartości. Ta trudna sytuacja była ważnym wsparciem dla postaw etycznych w Spółdzielni.

Co roku jako członek Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych (KPF) przechodzimy z pozytywnym wynikiem audyt etyczny, który sprawdza, czy jesteśmy firmą realizującą zobowiązania wynikające z „Zasad dobrych praktyk” KPF. Od pierwszego badania w 2013 r. otrzymujemy pozytywny wynik tego audytu. Nasz przedstawiciel jest również członkiem Komisji Etyki KPF.



Jako ANG jesteśmy firmą, której „o coś chodzi” i z całą pewnością jedną z najważniejszych w tym spraw jest odpowiedzialna i etyczna sprzedaż.

Zapraszamy do zapoznania się z zasadami [naszego Kodeksu Etyki](#) oraz szczegółami prowadzonego w Spółdzielni programu zarządzania etyką.

Od 2016 r. podczas Walnego Zgromadzenia Spółdzielców przyznajemy nagrodę w kategorii „Etyka” w naszej Spółdzielni. W 2016 r. wyróżnionych zostało 9 osób.

Praktykowanie biznesu odpowiedzialnie to trudne zadanie – potrzeba do tego ciągłej refleksji i zwykłej pokory. Ta ostatnia cecha wydaje się kluczowa do tego, by być odpowiedzialnym. To zapewne różne oceny wobec praktycznej strony i potrzeby stosowania tej wartości w biznesie powodują, że firmy finansowe różnią się podejściem do budowania doświadczenia swoich klientów, a czasem nawet wyciągają z jego oceny odmienne wnioski. Firmy również inaczej reagują na sygnały od kontrahentów i innych interesariuszy o jakości i charakterze relacji, w jakie dana firma z nimi wchodzi i jakie buduje. Mimo to wydaje się, że sektor finansowy ma świadomość potrzeby i wciąż podejmuje próby, by pozytywnie wyróżnić się odpowiedzialnością. Do takiego postrzegania ANG firma dokłada nieustannie wielu starań.

Andrzej Roter

Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

Branża finansowa to dla odbiorców, dla klientów branża szczególna: choć budzi różne odczucia, dla większości osób prędzej czy później przychodzi w życiu moment, kiedy potrzebujemy jej usług czy produktów. Ponieważ wiążą się one z obrotem pieniędzmi, jako klienci wybieramy zazwyczaj te instytucje, które budzą nasze zaufanie, które kojarzą się z trwałością, solidnością, kompetencjami, odpowiedzialnością i etycznym działaniem. Jak rozpoznać te „uczciwe”? Kryterium może być np. zaangażowanie w działania eksperckie, promowanie wzmacniających odpowiedzialność rozwiązań prawnych czy społecznej odpowiedzialności i zaangażowania biznesu. Innym słowy – te działania, w które włącza się ANG.

Paweł Łukasiak

Akademia Rozwoju Filantropii

# USTAWA O KREDYCYE HIPOTECZNYM I JEJ KONSEKWENCJE DLA NAS I DLA RYNKU

Pośrednicy finansowi – znajdujący się w centrum rynku finansowego, pomiędzy klientami a bankami, czyli dostawcami usług finansowych, będą podlegali licznym regulacjom. Największe zmiany w naszej działalności wprowadza ustawa, która implementuje Dyrektywę nr 2014/17/UE w sprawie konsumenckich umów o kredyt związanych z nieruchomościami.

Byliśmy zaangażowani w konsultacje zapisów ustawy, w której na ostatnim etapie pracy, w grudniu 2016 r., pojawił się zapis, który rzucił widmo końca branży pośrednictwa w naszym kraju. A mianowicie w art. 16 ustawy pojawił się punkt 6, w którym ustawa zabraniała wypłacania prowizji pośrednikom przez banki. Pośrednicy zgodnie z tym zapisem ustawy mieli być wynagradzani przez klientów. Byłyby to zmiany, które nie wpłynęłyby pozytywnie na regulację rynku, a wręcz doprowadziłyby do likwidacji całej branży pośredników, ograniczając klientom dostęp do usług i produktów finansowych. Broniąc branży i jednocześnie broniąc dostępu klientom do pośrednictwa, m.in. razem z agencją badawczą Maison & Partners, zrobiliśmy badanie opinii klientów nt. usług pośrednictwa, z którego wynika, że Polacy porzebują pośredników kredytowych:

- 85% Polaków ocenia, że samodzielny wybór kredytu jest trudny;
- 76% chciałoby, aby ktoś pomógł im w wyborze optymalnego kredytu;
- 75% uważa, że porady doradcy (pośrednika) kredytowego są pomocne;
- 43% posiadaczy kredytów hipotecznych korzystało z usług doradcy (pośrednika) kredytowego przy wyborze kredytu;
- 64% zamierzających wziąć kredyt chętnie skorzystałoby z takich porad;
- 80% spłacających kredyty hipoteczne uważa, że informacje zaciągnięte od doradców kredytowych pomogły im w podjęciu decyzji, były wiarygodne i rzetelne

W ostatnich dniach roku 2016 oraz pierwszych miesiącach roku 2017 pochłonięci byliśmy działaniami mającymi na celu przekonanie posłanek i posłów do zmiany zapisów art. 16. W tym zakresie odnieśliśmy wspólny branżowy sukces. Punkt 6 z art. 16 ustawy został wykreślony na etapie prac podkomisji senackiej. Ustawa została uchwalona i podpisana przez prezydenta w kwietniu 2017 r.

# BEZ ZAUFANIA, ALE Z NADZIEJĄ, CZYLI PODEJŚCIE POLAKÓW DO BRANŻY FINANSOWEJ

Pomimo coraz większych regulacji oraz coraz intensywniej wdrażanych działań z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu branża finansowa nadal nie cieszy się najlepszą reputacją wśród Polaków – pokazują to wyniki badania, które przeprowadziliśmy w ramach projektu Nienieodpowiedzialni razem z agencją badawczą Maison & Partners. Mimo że tylko co drugi Polak darzy zaufaniem banki, to i tak jest to zdecydowanie więcej niż w przypadku pozostałych przedstawicieli branży finansowej:

- bankom ufa 49% społeczeństwa;
- firmom ubezpieczeniowym 34%;
- doradcom finansowym ufa już tylko 26%;
- firmom pożyczkowym zaledwie 10%.

Równie niskie zaufanie Polacy mają do polityków (11%) oraz niektórych instytucji publicznych, jak ZUS (24%).

Aż 78% badanych wyraża przekonanie, że banki próbują naciągać swoich klientów na niepotrzebne produkty finansowe, podobnie jest w przypadku firm ubezpieczeniowych (80%) oraz doradców finansowych (83%), jednak przekonanie badanych w tym zakresie jest najsilniejsze w odniesieniu do firm pożyczkowych (87%).

Co więcej, w przypadku firm pożyczkowych konsumenci wyrażają takie negatywne przekonanie z największą pewnością – aż 48%, czyli połowa ankietowanych, twierdzi, że firmy pożyczkowe zdecydowanie próbują naciągać swoich klientów – dla porównania w przypadku banków odsetek ten wynosi zaledwie 25%.

Polacy uważają też, że instytucje finansowe mają władzę nad klientem i ją wykorzystują (79% w przypadku banków, 85% w przypadku firm pożyczkowych) oraz że myślą tylko o swoich zyskach, a klient jest dla nich mniej ważny (76% w przypadku banków, 86% dla firm pożyczkowych).

Niewielu konsumentów z kolei wyraża przekonanie, że sektor finansowy dba o dobro swoich klientów (44% w przypadku banków, 35% w przypadku firm ubezpieczeniowych, 31% w przypadku doradców finansowych i 20% w przypadku firm pożyczkowych). Zaledwie co trzeci Polak (35%) wierzy też w to, że bank nie sprzeda klientowi tego, czego on sam nie potrzebuje. W przypadku innych instytucji finansowych takie przekonanie jest

jeszcze rzadsze – np. zaledwie co czwarty ankietowany (25%) jest zdania, że takiego niepotrzebnego produktu nie sprzeda firma pożyczkowa.

Klienci oczekują od instytucji finansowych przede wszystkim kompetencji moralnych, takich jak uczciwość, etyka, dbanie o wspólne dobro – 38% wskazań, natomiast wykształcenie i umiejętności praktyczne wskazało 31% osób. W przypadku pozostałych, pozabankowych instytucji finansowych oczekiwanie kompetencji moralnych ponad merytorycznymi jest nawet większe: 43% – dla firm ubezpieczeniowych, a aż 48% – dla firm pożyczkowych.

**Jak skutecznie budować zaufanie do branży finansowej?**

**Więcej szczegółów znajduje się w części Dla partnerów**

Poprzez nasze działania w ramach projektu Nienieodpowiedzialni.pl chcemy zachęcić do dyskusji nt. odpowiedzialności branży finansowej i jej służebnej roli wobec klientów. Od 2013 r. w naszych konferencjach (odbyły się już 4) wzięło udział ponad 1000 przedstawicieli zarządów, rad nadzorczych, kadry menedżerskiej, pracowników i współpracowników z firm z branży finansowej i nie tylko, a sama konferencja stała się największym wydarzeniem tego rodzaju w przestrzeni biznesowej i naukowej. Pozyskałiśmy wartościowych partnerów (podczas ostatniej czwartej konferencji było ich aż 9), niektórzy są z nami niemalże od samego początku. Dzięki ich wsparciu, ale również przy znacznym zaangażowaniu organizacyjnym i finansowym z naszej strony rozesłaliśmy ponad 12 tys. egzemplarzy naszego wydawnictwa, w którym poruszamy ważne tematy dotyczące odpowiedzialności, przywództwa, wartości, zaangażowania społecznego, mogliśmy zaktualizować serwis [www.nienieodpowiedzialni.pl](http://www.nienieodpowiedzialni.pl), na którym znajduje się już ponad 100 artykułów i wywiadów.

Edycja Nienieodpowiedzialnych z 2016 r. to: ponad 350 uczestników konferencji „Człowiek i biznes vs człowiek czy biznes? Jak branża może zarabiać, pamiętając o człowieku?”, która odbyła się w październiku pod patronatem Związku Banków Polskich, Lewiatana oraz Ministerstwa Rozwoju, oraz 3 tys. egzemplarzy gazety rozesłanych do przedstawicieli branży.

W ramach projektu Nienieodpowiedzialni przeprowadziliśmy dwa badania poziomu zaufania (pierwsze w 2014 r., drugie w 2016 r.) razem z agencją badawczą Maison & Partners, których wynikami dzielimy się podczas konferencji [www.nienieodpowiedzialni.pl](http://www.nienieodpowiedzialni.pl)

V Konferencję Nienieodpowiedzialni planujemy na 7 listopada 2017 r.

[Odpowiedzialnefinanse.pl](http://Odpowiedzialnefinanse.pl) to nasz projekt, poprzez który pomagamy naszym klientom znaleźć eksperta, który dopasuje produkt finansowy pod kątem potrzeb. Idea tego projektu jest spójna z widzeniem przez społeczność ANG roli branży finansowej, polegającej przede wszystkim

na tym, by zachowując w działaniach biznesowych zasady zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialności i zaangażowania społecznego, służyć naszym klientom. Ta służba, wsparta założeniem, że pośrednik finansowy powinien być instytucją zaufania publicznego, oznacza nadrzędność interesu klientów nad interesem instytucji finansowej, czyli naszym i naszych partnerów finansowych.

## NASZE WYNIKI FINANSOWE



**KATARZYNA DMOWSKA**  
SPÓŁDZIELCZYNI, W ZARZĄDZIE ANG

W komentarzu do naszego raportu społecznego za rok 2015, który pisałam rok temu, pojawiło się wiele obaw o to, jak będzie wyglądał rok 2016, jeżeli chodzi o główny obszar naszego działania, jakim jest kredyt hipoteczny. Nowe obciążenia finansowe systemu bankowego, które spowodowały wzrost cen kredytów hipotecznych, zalecenia KNF powodujące spadek zdolności kredytowej klientów, szybko wyczerpany limit środków z programu MDM – te wszystkie czynniki rodziły niebezpieczeństwo zarówno spadku podaży, jak i zainteresowania klientów kredytami hipotecznymi. Jednak okazuje się, że zapotrzebowanie na kredyty hipoteczne w naszym kraju nie maleje, a klienci chętnie korzystają z pomocy naszych ekspertów. Pomimo tych wszystkich obaw nasza Spółdzielnia zanotowała blisko 30% wzrost wolumenów w stosunku do roku 2015. W roku 2016 wzrosła nam prawie dwukrotnie sprzedaż kredytów gotówkowych. Oczywiście do pożyczek gotówkowych staramy się podchodzić wyjątkowo ostrożnie, w sposób odpowiedzialny zarówno wobec klientów, jak i partnerów finansowych, jako że produkty gotówkowe niosą za sobą bardzo duże ryzyko missellingu oraz wyłudzeń.

2016 to kolejny rok, który pokazał, że obrana przez nas droga jest drogą prawidłową. Formuła spółdzielni oraz postawienie wszystkich kart na odpowiedzialne podejście do biznesu jest strzałem w dziesiątkę.

Dziękuję naszym Spółdzielcom, ekspertom, współpracownikom oraz partnerom biznesowym za kolejny wspólny rok i oczekuję, że będą z nami w latach kolejnych.

## Lustracja – audyt Spółdzielni

Zgodnie z regułami prawa spółdzielczego raz na trzy lata mamy obowiązek poddać lustracji (audytowi zewnętrznemu) nasze działania. Celem lustracji jest m.in. sprawdzenie przestrzegania przez spółdzielnię przepisów prawa i postanowień statutu, zbadanie, czy przestrzegane jest działanie w interesie ogółu członków, kontrola gospodarności, celowości i rzetelności realizacji przez spółdzielnię jej celów ekonomicznych czy socjalnych. Właśnie zakończyliśmy (czerwiec 2017 r.) proces lustracji Spółdzielni za okres 2014–2016 z bardzo dobrym wynikiem.

Pismo polustracyjne otrzymane od Związku Lustracyjnego Spółdzielni Pracy poświadcza, że m.in.: Spółdzielnia wypełniła obowiązek poddania się lustracji zgodnie z przepisami ustawy Prawo spółdzielcze.

Działalność gospodarcza była prowadzona zgodnie z zakresem ujętym w aktualnym Statucie.

Gospodarka finansowa była prowadzona zgodnie z obowiązującymi przepisami. Wszystkie zdarzenia gospodarcze i finansowe były prawidłowo rejestrowane. Dokumentacja finansowo-księgowa była rzetelnie prowadzona i zawierała wszystkie istotne dane niezbędne do oceny sytuacji finansowej i majątkowej Spółdzielni.

Na podstawie zbadanych dokumentów oraz przeprowadzonych rozmów lustratorzy stwierdzili, że członkowie Zarządu Spółdzielni w praktyce stosują zasady i wartości spółdzielcze między innymi przez to, że sumiennie wykonują swoje obowiązki, czują się odpowiedzialni za losy Spółdzielni.

Spółdzielnia działała zgodnie z normami prawnymi, rzetelnie wypełniała swoje zadania i obowiązki oraz dobrze, umiejętnie i oszczędnie prowadziła działalność gospodarczą. W działaniach prowadzonych przez Zarząd były zachowane zasady gospodarności oraz troska o jej członków i klientów.

## Nasze wyniki finansowe za 2015 i 2016 r.

	2015	2016
PRZYCHODY OGÓŁEM	31 616 969,88 zł	40 428 211,78 zł
WYNIK FINANSOWY	205 963,59 zł	308 311,37 zł
SUMA BILANSOWA	6 304 045,84 zł	6 678 004,99 zł
KAPITAŁ WŁASNY	1 638 754,05 zł	1 972 095,96 zł
WSKAŹNIK PŁYNNOŚCI BIEŻĄCEJ	1,1	1,2
WSKAŹNIK ZADŁUŻENIA OGÓŁEM	0,7	0,7

Podczas Walnego Zgromadzenia Spółdzielców, które odbyło się 13 czerwca 2017 r., zostało podjętych 19 uchwał dot. m.in. udzielenia absolutorium członkom zarządu z pełnienia obowiązków w roku 2016, zatwierdzenia sprawozdania finansowego oraz z działalności zarządu, zatwierdzenia kierunków działania Spółdzielni na lata 2017–2019, wyboru Komisji Etyki oraz zmian w Statucie Spółdzielni. Spółdzielcy podjęli decyzję o podziale zysku w następujący sposób: 200 000 zł powiększyło fundusz udziałowy, 108 311,37 zł przeznaczono na fundusz zasobowy. **Walne upoważniło Zarząd do przekazania równowartości do 10% zysku netto za 2016 r. na cele naszej Fundacji „Będę Kim Zechcę”.**

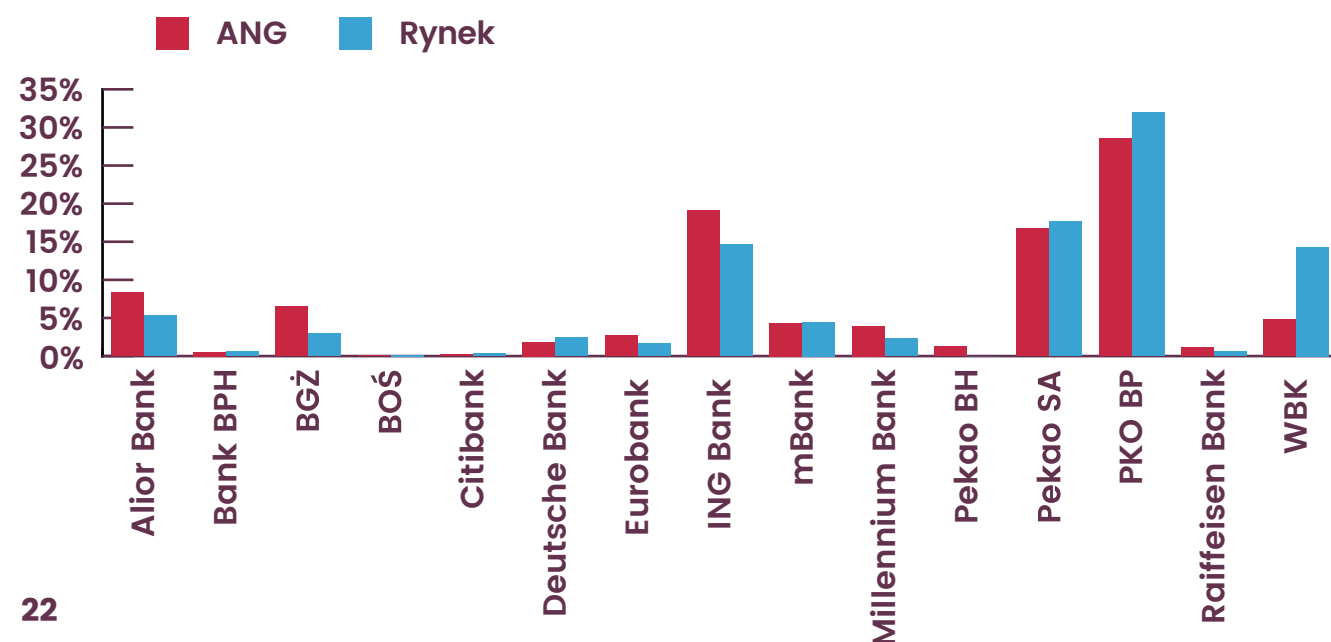
[Szczegółowa relacja z Walnego Zgromadzenia Spółdzielców znajduje się na naszym blogu](#)

## Struktura sprzedaży w podziale na produkty (źródła przychodów)

	WOLUMEN SPRZEDAŻY		PROCENTOWY UDZIAŁ PRODUKTÓW (WG WOLUMENU) W SPRZEDAŻY	
	2015	2016	2015	2016
KREDYTY HIPOTECZNE	1 299 MLN	1 654,3 MLN	96,53%	95,17%
KREDYTY GOTÓWKOWE (W TYM KARTY KREDYTOWE)	46,7 MLN	84 MLN	3,47%	4,83%

	LICZBA SPRZEDANYCH PRODUKTÓW		PROCENTOWY UDZIAŁ PRODUKTÓW (WG LICZBY SPRZEDANYCH PRODUKTÓW) W SPRZEDAŻY	
	2015	2016	2015	2016
KREDYTY HIPOTECZNE	5664	6961	84,63%	80,52%
KREDYTY GOTÓWKOWE (W TYM KARTY KREDYTOWE)	1029	1684	15,37%	19,48%

## Podział sprzedaży na poszczególne banki



Nasza sprzedaż kredytów hipotecznych na poszczególne banki rozkłada się w bardzo zbliżony sposób jak sprzedaż całego rynku. Świadczy to m.in. o tym, że kierujemy się atrakcyjnością ofert dla klientów, a nie sterujemy sprzedażą.

### Spółdzielnia będzie się rozwijać

Nasi interesariusze podczas spotkania dialogowego zwrócili uwagę na zagrożenia wynikające ze zwiększenia skali działalności, możliwość wystąpienia zakłóceń pomiędzy dostawcami usług a Spółdzielnią w związku z ambitnymi celami biznesowymi ANG. Mamy świadomość wyzwań związanych z rozwojem naszej organizacji. Dlatego m.in. połączyliśmy spółdzielnie, mamy plan wykorzystania technologii do wsparcia procesów sprzedażowych w Spółdzielni oraz dopasujemy organizację pracy Centrali Spółdzielni. Dodatkowo planujemy rozwój szkoleń w Spółdzielni, tak żeby upewnić się, że nasza społeczność ma uwspólnione podejście do sprzedaży i taką samą wiedzę odnośnie wartości i standardów pracy.

„ANG z niewielkiej firmy stała się dużym graczem i ma jeszcze większe ambicje. Wysoki stopień skomplikowania struktury organizacyjnej czy zwiększenie skali może rodzić jeszcze bardziej skomplikowane relacje”

„Spójność działań i zachowań na niższym, bardziej rozproszonym poziomie, w miarę rozwoju firmy może się pogarszać”

„Organizacja jest rozproszona, relacje nie są homogenne w całej Polsce. Bardzo ważne jest, żeby te najwyższe standardy były obecne w całej sieci”

„Spółdzielnia nie powinna dążyć do rozwoju za wszelką cenę. Rozwój powinien być powolny i świadomy, wtedy jest najbardziej trwały. »Mniejszość« jest naszym atutem, przewagą”

## NASZA ZINTEGROWANA STRATEGIA

### Podsumowanie „Strategii radości” 2014–2016

Rok 2016 był ostatnim rokiem realizowania „Strategii radości” przyjętej na lata 2014–2016, która powstała w odpowiedzi na oczekiwania naszych interesariuszy oraz na wyzwania dla rozwoju naszej Spółdzielni, która integruje kwestie związane z biznesem i zrównoważonym rozwojem. Naszą strategię udało się nam zrealizować na poziomie podobnym jak w poprzednim roku, w 70%: cele biznesowe – w 90%, z obszaru kapitału ludzkiego – w 63%, kapitału społecznego – w 88%, środowiska – w 41%.

### „Strategia zaangażowania” 2017–2019

Nazwa nowej strategii wskazuje na zaangażowanie wszystkich interesariuszy ANG, które jest kluczowe, abyśmy mogli zrealizować wspólną wartość. Nowa strategia opracowana na lata 2017–2019 kontynuuje nasze podejście do budowania trwałego i zrównoważonego biznesu. W sposób zintegrowany, łącząc cele biznesowe i pozabiznesowe, wyznacza nasze działania w czterech głównych obszarach. W każdym obszarze zdefiniowaliśmy zadania, którym przypisaliśmy konkretną wartość oraz wskaźnik realizacji celu.

Efektywny biznes – mamy do zrealizowania 10 zadań, w tym m.in. dotyczące generowania dobrych wyników finansowych przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju, rozwijania programu etycznego, przestrzegania zasad ładu Spółdzielniczego, mierzenia satysfakcji klientów, transparentnych zasad współpracy z interesariuszami i dialogu, zbierania ich opinii o naszych działaniach, będziemy regularnie publikować nasze wyniki finansowe i uruchomimy szkolenia e-learningowe na temat etyki i ładu. Wskaźnik realizacji celów w tym obszarze to 174 punkty.

Chcemy generować dobre wyniki finansowe, rozwijając się w sposób zrównoważony. Oto nasz plan:

		2017	2018	2019
SKUTECZNOŚĆ SPRZEDAŻY POPARTA WYSOKĄ JAKOŚCIĄ OBSŁUGI KLIENTA I WSPÓŁPRACY Z PARTNERAMI	WOLUMEN KREDYTÓW URUCHOMIONYCH W ROKU	2,0 MLD ZŁ	2,2 MLD ZŁ	2,3 MLD ZŁ
DODATNIA WARTOŚĆ EKONOMICZNA	WYNIK ROCZNY BRUTTO	0,4 MLN ZŁ	0,4 MLN ZŁ	0,5 MLN ZŁ

Budowanie kapitału ludzkiego – mamy do zrealizowania 16 zadań, w tym m.in. dotyczące powiększenia zespołu współpracowników i ekspertów – chcemy zwiększyć nasz zespół do 250 członków i 750 ekspertów w 2017 r., kształcenia członków społeczności, polepszenia warunków pracy i kondycji życia, zaangażowania w sprawy wspólne Spółdzielni oraz komunikacji. Wdrożymy szkolenia humanistyczne, będziemy promować czytelnictwo wśród członków naszej społeczności. Wskaźnik realizacji celów w tym obszarze to 173 punkty.

Budowanie kapitału społecznego – mamy do zrealizowania 3 zadania, w tym m.in. dotyczące zaangażowania współpracowników w wolontariat – w 2017 r. chcielibyśmy, żeby było to 10% naszej społeczności, pracy nad odbudowaniem zaufania społecznego do branży finansowej, zaangażowania w edukację finansową i przedsiębiorczości. Chcemy rozwijać projekt Nienieodpowiedzialni oraz program tutoringów w ramach Fundacji „Będę Kim Zechcę”. Wskaźnik realizacji celów w tym obszarze to 30 punktów.

Wpływ na środowisko – mamy do zrealizowania 3 zadania, w tym np. będziemy dążyć do tego, żeby jak najwięcej naszych biur korzystało z papieru z recyklingu. Wskaźnik realizacji celów w tym obszarze to 23 punkty.

W sumie naszym celem jest osiągnięcie 400 punktów. Poinformujemy was o postępach w realizacji naszej strategii w kolejnym raporcie.

# NASZE PLANY I MARZENIA DLA SPÓŁDZIELNI NA 2017 R. I KOLEJNE LATA

- Nasze największe marzenie to 0% missellingu, czyli nieodpowiedzialnej sprzedaży.
- Będziemy dalej zwiększać sprzedaż kredytów hipotecznych oraz pożyczek gotówkowych, ale chcemy również to robić w sposób odpowiedzialny zarówno wobec klientów, jak i partnerów finansowych, ponieważ przede wszystkim produkty gotówkowe niosą ze sobą ryzyko missellingu i wyłudzeń.
- ANG jako benchmark dla rynku w zakresie promowania odpowiedzialnego podejścia do prowadzenia biznesu: „żeby ANG było benchmarkiem dla organizacji o podobnym charakterze”.
- Dywersyfikacja obszarów działalności „Ważnym aspektem jest dywersyfikacja. ANG powinno poszukać innych obszarów, gdzie ANG mogłoby zacząć działać, by w ramach grupy ANG było coraz więcej różnorodnych podmiotów”.
- Dzielenie się dobrymi praktykami i promowanie etycznego wzoru działania „Jeden prorok etycznego działania już jest. Marzeniem jest, by posiadał swoich apostołów”. „Moim marzeniem jest dzielenie się dobrymi praktykami z rynkiem, by inni mogli się wzorować na ANG”.

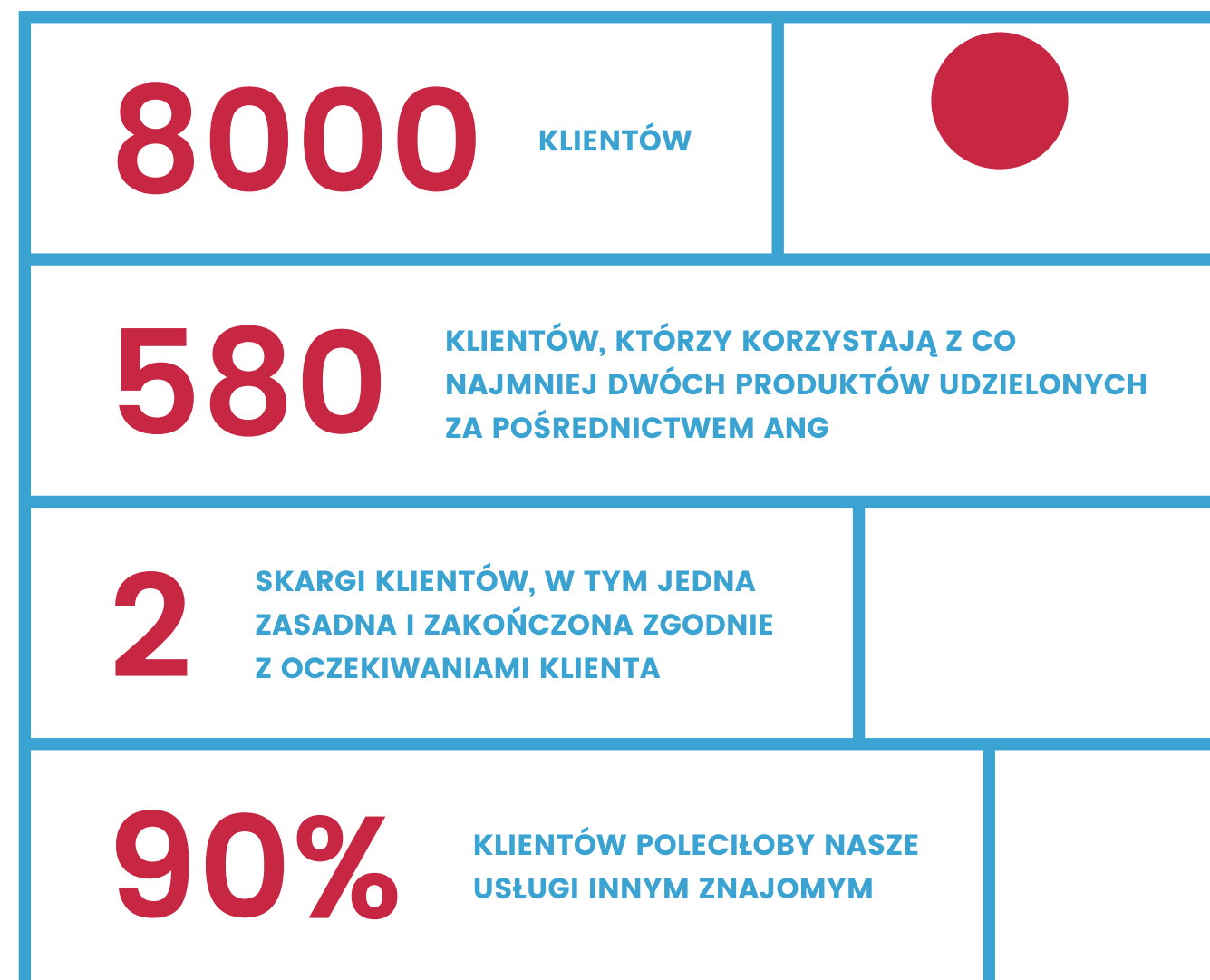
Plany i marzenia odnoszące się bezpośrednio do naszych interesariuszy znajdują się tutaj: [klienci](#), [eksperti i spółdzielcy](#), [partnerzy finansowi](#).

# 1. KLIENCI

## ODPOWIEDZIALNEJ SPRZEDAŻY

Chcemy być dla naszych klientów partnerem i oczekivalibyśmy, żeby byli partnerem dla nas. Dostarczenie produktu finansowego, jakiego naprawdę potrzebują, którego mechanizm rozumieją i na który ich stać, jest naszym najważniejszym zadaniem. Mamy nadzieję, że nasz raport okaże się dla naszych klientów nie tylko źródłem wiedzy na temat naszych wartości i tożsamości, ale będzie również wsparciem w budowaniu zaufania do nas jako przedstawicieli całej branży finansowej.

# KLIENCI ANG A.D. 2016 W LICZBACH



### Nasze największe wyzwanie – 0% missellingu, czyli nieodpowiedzialnej sprzedaży

Podejmujemy wysiłki na rzecz odpowiedzialnej sprzedaży zarówno w naszej organizacji, jak i w branży finansowej oraz kategorycznie przeciwstawiamy się wszelkim działaniom mogącym prowadzić do missellingu.

W naszych działaniach sprzedażowych zawsze szukamy równowagi pomiędzy interesami naszych partnerów finansowych, współpracowników i klientów.

Staramy się wyjaśniać naszym klientom zawilości umów kredytowych, przekładamy je z języka fachowego na język użytkowy, zwłaszcza te zapisy, które dotyczą groźących klientom konsekwencji i ryzyk finansowych. Stawiamy na jasną komunikację, dającą klientom poczucie bezpieczeństwa i poczucie zaufania do nas jako przedstawicieli branży finansowej.



# CZYM DLA NASZYCH KLIENTÓW JEST ODPOWIEDZIALNA, ETYCZNA SPRZEDAŻ?

Etyczna sprzedaż to moim zdaniem uczciwa sprzedaż, a więc proponowanie rozwiązań faktycznie najlepszych dla danego klienta w tym konkretnym momencie, jakie może zaoferować firma. Jeśli zaś oferowane przez sprzedawcę produkty czy usługi są wyraźnie gorsze od konkurencyjnych, ten powinien zabiegać w swojej firmie o to, aby produkt był jeszcze lepszy. Dzięki temu zadowolony będzie klient i motywacja sprzedawcy wzrośnie, jeśli będzie przekonany, że to, co oferuje, jest faktycznie najlepsze.

Paweł Kruk  
klient ANG

Od doradcy finansowego oczekuję przede wszystkim pełnej, rzetelnej, fachowej wiedzy popartej doświadczeniem oraz umiejętności jej przekazania w zakresie świadczonych przez siebie usług. Oczywiście śledzenie zmian, trendów, ofert instytucji finansowych jest konieczne do dobrego wykonywania zawodu. Jeśli chodzi o stosunek doradca-klient, to najważniejsze jest zbudowanie zaufania, oparte na profesjonalizmie wynikającym z powyżej opisanych cech. Etyka zawodowa w tym przypadku powinna wyrażać się w realizowaniu potrzeb klienta i dbaniu o jego interes finansowy jak o własny.

Magdalena Sydow  
klientka ANG

Podejmując w życiu tak istotną decyzję, jaką jest dla mnie zaciągnięcie kredytu, z którym jestem związany przez wiele lat, liczę na fachową pomoc. Czuję się pewnie, mając przy boku zaufaną i kompetentną osobę, jaką jest doradca kredytowy. Oczekuję, by taka osoba znalazła się na rzeczy i pomogła szczerze. Doceniam także pomoc przy kompletowaniu dokumentów, które dla zwykłego śmiertelnika jest nie lada wyzwaniem. Uważam, że priorytetem dla doradcy powinno być moje dobro, wybranie najkorzystniejszej dla mnie oferty. Uczciwość, szczerłość i rzetelność – tak właśnie pojmuję etyczną sprzedaż.

Dariusz Dudek  
klient ANG

Poprzez etyczną sprzedaż rozumiem to, że doradca nie powinien wprowadzać klienta w błąd, zatajać informacji lub oceniać ich wg własnego uznania. To klient powinien zdecydować, co jest dla niego najlepsze. Etyczny doradca to taki, który w pełni prezentuje ofertę dostosowaną do kryteriów klienta, bez zbędnego komentarza, a nie podsuwa tylko te, na których ma największy zysk i doskonale wie, że sam by z takiej oferty nie skorzystał, np. ze względu na koszty.

Karolina Hyjek  
klientka ANG

Etyczna sprzedaż dla mnie to przede wszystkim zaufanie obydwu stron: do kupującego i sprzedającego. Zaufanie buduje dobrą relację, która jest podstawą przeprowadzenia dobrej transakcji. Etyczna sprzedaż to również wzajemna uczciwość i szacunek. Jest czymś naturalnym u sprzedawców z pasją. Doradcy, którzy kierują się szacunkiem i zrozumieniem wobec swoich klientów, nie mają problemów z niewystarczającą liczbą klientów. W obecnych czasach konkurencja wśród doradców (rozumianych w kontekście wszelkiego rodzaju sprzedawców) jest bardzo duża, dlatego wygrywają tylko ci, którzy wyróżniają się uczciwością, etycznym podejściem i troską o klientów!

Ja mam to szczęście, że współpracuję już od 5 lat z bardzo profesjonalnym doradcą, do którego mam pełne zaufanie. Osoba ta jest bardzo uczciwa i profesjonalna, życzyłabym każdemu takiego doradcy.

Aleksandra Czeakała  
klientka ANG

# CO ROBIMY, BY OGRANICZYĆ RYZYKO NIEODPOWIEDZIALNEJ SPRZEDAŻY?

- Uważnie dobieramy produkty do naszej oferty lub wycofujemy się z produktów, które mogą być niezgodne z naszymi zasadami.
- Dokładamy wszelkich starań, by dobrze wyjaśnić wszystkie warunki związane z produktem finansowym, postanowienia umowy, zwłaszcza w zakresie grożących klientom konsekwencji i ryzyka finansowego.
- Rozwijamy program zarządzania etyką w naszej Spółdzielni, tak żeby zapobiegać nieuczciwym praktykom.
- Pytamy klientów o opinię o naszej usłudze w ramach badania satysfakcji klientów. Zamierzamy robić to za każdym razem, po zamknięciu procesu sprzedaży.
- Głównym źródłem klientów dla naszych współpracowników są rekomendacje i polecenia od zadowolonych klientów, dlatego dbają oni o relacje z klientami. Rekomendacje i opinie naszych klientów są dostępne m.in. tutaj: [www.odpowiedzialnefinanse.pl](http://www.odpowiedzialnefinanse.pl)
- Formuła spółdzielni sprzyja budowaniu poczucia współodpowiedzialności i niezależności niezbędnej w relacjach z klientami, w związku z czym będziemy jeszcze więcej uwagi poświęcać na szkolenia etyczne naszych współpracowników.
- Poważnie traktujemy proces reklamacji – każdy może zgłosić skargę, korzystając z adresu [etyka@angkredyty.pl](mailto:etyka@angkredyty.pl). Jest to dla nas cenne źródło informacji o tym, co możemy zrobić lepiej. W ubiegłym roku mieliśmy 2 takie skargi – jedną z nich rozpatrzyliśmy zgodnie z oczekiwaniami klienta.
- Jesteśmy wynagradzani przez banki, nasz klient nie ponosi kosztów związanych z naszą usługą. W szczególności wygląda to tak:
  1. Nasze możliwe zgodnie z umowami z partnerami wynagrodzenie za kredyty hipoteczne w zależności od banku i od produktu wynosi od 1% do 6,5%, za kredyty gotówkowe od 1% do 25%.
  2. Nasza średnia prowizja pobrana od banków w roku 2016 to 2,04% za kredyty hipoteczne i 5,58% za kredyty gotówkowe. Średnia na takim poziomie pokazuje, że nie kierujemy się własnym interesem, tylko interesem klienta.
  3. Często, w miarę możliwości danych nam przez banki, negocjujemy z nimi korzystne warunki dla naszych klientów, często kosztem naszej prowizji.

- Propagujemy odpowiedzialne podejście do sprzedaży w całej branży. Jesteśmy inicjatorem projektu [Nienieodpowiedzialni.pl](http://Nienieodpowiedzialni.pl)
- Uczestniczymy w kształtowaniu zasad dobrych praktyk w ramach działań samorządowych branży, m.in. w ramach KPF [www.kpf.pl](http://www.kpf.pl)
- Uczestniczymy w pracach Komisji Etyki w ramach KPF.
- Włączamy się w edukację finansową młodych osób w ramach naszej Fundacji „Będę Kim Zechcę” – nasi wolontariusze prowadzili warsztaty w szkołach z „Finansów na wesoło” i „Odpowiedzialnej przedsiębiorczości” [www.bedekimzechce.pl](http://www.bedekimzechce.pl)

Mamy świadomość zagrożeń płynących z rynku: dostępności wysokomarżowych produktów, chęci zarobienia wyższych prowizji na jednym kliencie i tego, że przy sieci ok. 600 ekspertów trudne jest zapanowanie nad każdą transakcją. Dlatego edukujemy naszych ludzi, przypominamy im o wartościach i zasadach naszego działania oraz przeprowadzamy weryfikację sprzedanych produktów.

W naszej pracy spotykamy się z nieetycznymi zachowaniami również ze strony klientów, należą do nich np.:

- podawanie nieprawdziwych informacji;
- zatajanie istotnych informacji;
- wykorzystywanie ekspertów jako źródła informacji, a składanie wniosków bezpośrednio w bankach;
- traktowanie ekspertów jako punktu informacyjnego w celu sprawdzenia uzyskanych już decyzji kredytowych poprzez innego eksperta lub bezpośrednio w banku.

## KORZYŚCI DLA KLIENTÓW ZE WSPÓŁPRACY Z EKSPERTAMI KREDYTOWYMI

- przegląd i porównanie ofert z rynku;
- wstępna analiza tzw. zdolności kredytowej klienta;
- przygotowanie oferty dopasowanej do potrzeb oraz możliwości klienta;
- wyjaśnienie pojęć związanych z zaciąganiem kredytu, przetłumaczenie ich na język zrozumiały dla osób spoza branży finansowej;
- pomoc w przygotowaniu wniosku kredytowego i skompletowaniu niezbędnych dokumentów;

– monitorowanie procesu kredytowego do momentu uruchomienia, aktywne pośrednictwo w komunikacji pomiędzy klientem a bankiem

#### Jak wygląda współpraca z ekspertem, jak może pomóc klientowi?

Model biznesowy spółdzielni opiera się na rekomendacjach klientów, dlatego budowanie długoterminowych relacji jest z naszego punktu widzenia kluczowe. W takim modelu nie ma miejsca na traktowanie klienta w sposób nieodpowiedzialny i nielojalny. Aby utrzymać wysoki standard obsługi klientów, dbamy o to, aby nasi współpracownicy zapoznali się z obowiązującymi w Spółdzielni standardami, oferujemy liczne szkolenia produktowe oraz rozwijające ich kompetencje miękkie. Otwarcie informujemy klientów o warunkach współpracy, procesie kredytowym, prowizjach pobieranych od partnerów finansowych. Stosujemy jasną i przejrzystą komunikację marketingową.

Nasze wewnętrzne regulacje – Ład Spółdzielni, w tym szczególnie Kodeks Etyczny, określają zasady komunikacji eksperta z klientem i nakładają obowiązek przedstawienia klientowi wyczerpującej informacji na temat nabywanego produktu. Zgodnie ze Standardami Pracy w ANG każdy ekspert ma obowiązek:

- zrozumiale przedstawić klientowi proponowane oferty z uwzględnieniem wszystkich kosztów związanych z uzyskaniem finansowania;
- wyszczególnić w ofercie dla klienta wszystkie koszty związane z uzyskaniem finansowania, w tym marżę i prowizję bankową oraz koszt ewentualnych dodatkowych produktów;
- przedstawić ofertę klientowi w sposób czytelny i zrozumiały, używając zrozumiałego słownictwa, ograniczając do minimum żargon bankowy i prawniczy;
- przedstawić, o ile jest to możliwe, co najmniej trzy oferty w sposób jednolity i porównywalny, argumentując swój wybór. Dla potencjalnego klienta terminologia stosowana przez banki jest często niezrozumiała. Zadaniem eksperta jest wytłumaczenie klientowi, co oznaczają następujące określenia: prowizja, oprocentowanie kredytu i jego składniki (marża + LIBOR/WIBOR), oprocentowanie zmienne/oprocentowanie stałe, ryzyko kursowe, rata stała/annuitetowa, rata malejąca, wkład własny, ubezpieczenie niskiego wkładu własnego, hipoteka, ubezpieczenie pomostowe/do czasu ustanowienia hipoteki.

Ekspert przedstawia wszystkie istotne z punktu widzenia klienta informacje, które zazwyczaj klient poznaje dopiero przy podpisywaniu umowy kredytowej: koszt ubezpieczenia niskiego wkładu własnego; koszt ubezpieczenia pomostowego/do czasu ustanowienia hipoteki; prawne

zabezpieczenia kredytu: ustanowienie hipoteki i jej wysokość, poddanie się egzekucji i jej wysokość, możliwość skorzystania z ubezpieczeń: niskiego wkładu własnego, ubezpieczenia pomostowego, ubezpieczenia na życie, ubezpieczenia nieruchomości od ognia i innych zdarzeń losowych, ubezpieczenia od ryzyka niezdolności do pracy, ubezpieczenia od ryzyka utraty pracy itp.; zasady zabezpieczenia wekslowego itp.

Na kompleksową pomoc eksperta klient może liczyć podczas kompletowania dokumentacji do wniosku kredytowego, negocjacji z bankiem, koordynowania całego procesu kredytowego do momentu wypłaty kredytu, pomoc we wszelkich zagadnieniach związanych z obsługą kredytu.

Chronimy dane klientów – mamy szczegółowe wytyczne dotyczące ochrony danych osobowych klientów. Nie otrzymaliśmy żadnej skargi związanej z naruszeniem tych zasad.

## JAK NASI KLIENTY OCENIAJĄ PRACĘ EKSPERTÓW

Regularnie pytamy naszych klientów o opinie dotyczące jakości naszych usług.

Z badań ankietowych przeprowadzonych wśród naszych wybranych losowo klientów w maju 2016 r. oraz styczniu 2017 r. wynika, że nasi klienci bardzo wysoko oceniają usługi świadczone przez ekspertów ANG. Oceniane były poniższe elementy:

- czy przedstawiamy oferty wraz z uwzględnieniem kosztów związanych z uzyskaniem finansowania w sposób zrozumiały;
- czy pomagamy w kompletowaniu dokumentacji oraz wypełnianiu wniosku kredytowego;
- czy informujemy na bieżąco o postępach w procesie uzyskiwania kredytu;
- kultura osobista eksperta, profesjonalizm, atmosfera współpracy.

**90% klientów, którzy zechcieli odpowiedzieć na naszą ankietę, poleciłoby usługi ANG innym osobom.**

# CZEGO OCZEKUJEMY OD NASZYCH KLIENTÓW?

- rozważliwości w korzystaniu z produktów finansowych i krytycznego podejścia do produktów finansowych, bo nie wszystko złoto, co się świeci;
- uwzględniania w doborze partnerów reputacji instytucji finansowej i jej odpowiedzialności społecznej, a nie tylko atrakcyjności finansowej usług;
- dobrej współpracy i przede wszystkim szczerości w przekazywaniu nam dokumentów oraz informacji o sobie i swoich możliwościach oraz oczekiwaniach;
- lojalności we współpracy, pozostania z nami od początku do końca, pozwolenia nam na doprowadzenie swojej sprawy do końca;
- bezwzględnego zwracania nam uwagi, jeżeli działamy niezgodnie z deklarowanymi standardami. Jeżeli nasz klient ma jakieś wątpliwości, może zgłosić to nam na adres [etyka@angkredyty.pl](mailto:etyka@angkredyty.pl) lub do Komisji Etyki Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych (KPF) – [etyka@kpf.pl](mailto:etyka@kpf.pl), której jesteśmy członkiem;
- otwartości na dialog w zakresie doskonalenia naszych usług.

## WAŻNE WYZWANIA

**Na co nasi klienci powinni zwracać uwagę we współpracy z ekspertami kredytowymi:**

- czy ekspert finansowy jest kompetentny, ma wiedzę, jest doświadczony, zna procesy i procedury bankowe – czy nie zaprzepaści szansy otrzymania kredytu, jaką ma klient, czy przedstawi faktycznie najlepszą ofertę;
- czy jasno wytłumaczy, jak wygląda cały proces, czy pomoże w zbieraniu dokumentów, wyjaśni, jak wypełnić dokumenty;
- czy jest bezstronny, tzn. kieruje się swoim dobrem czy dobrem klienta;
- czy ujawniane dane, dokumenty klienta będą bezpieczne.

**Na co eksperci powinni zwracać uwagę we współpracy z klientami:**

- czy klient podaje prawdziwe informacje; czy nie zataja faktów mających wpływ na proces kredytowy;

- czy jest tylko klientem, który próbuje otrzymać od eksperta informacje, na których mu zależy, aby samemu pójść do banku, kiedy ekspert wykonał całą pracę i rozpoczął proces;
- czy klient rzetelnie oceni pracę eksperta, gdy bank odmówi finansowania z przyczyn niezależnych od eksperta, czy klient nie przerzuci odpowiedzialności na eksperta;
- czy klient w środku procesu nie zrezygnuje z usług eksperta na rzecz konkurencji.

**Wyzwania dla ANG w relacji z klientami:**

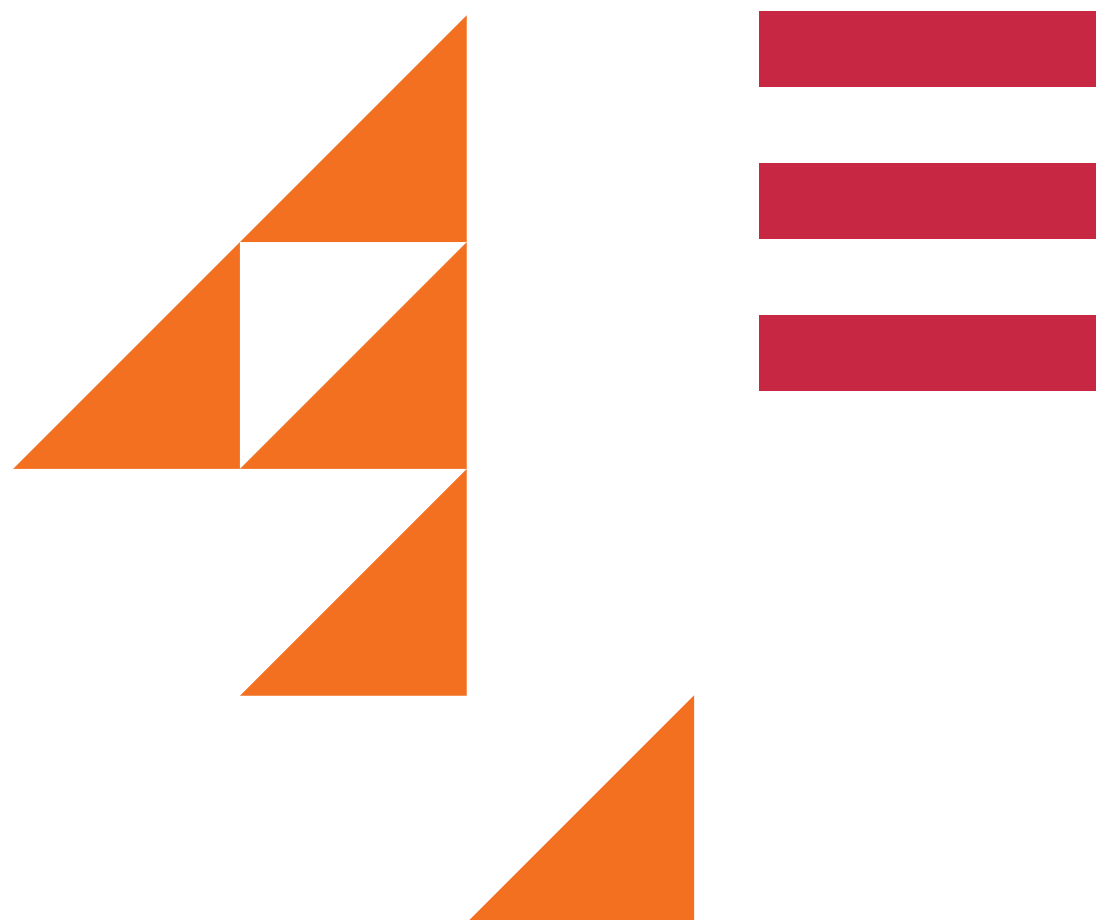
- odbudowa zaufania: branża finansowa to branża zaufania publicznego; naszym celem jest pokazanie, że można sprzedawać produkty finansowe w sposób odpowiedzialny oraz edukować cały rynek (patrz [Nienieodpowiedzialni.pl](http://Nienieodpowiedzialni.pl));
- zaznajomienie naszych klientów z technologiami – proste produkty i usługi finansowo-ubezpieczeniowe już przenoszą się do strefy online. Trend ten będzie się dalej rozwijał;
- starzenie się społeczeństwa – konieczne będzie tworzenie produktów dostosowanych do potrzeb osób starszych oraz ich edukacja w zakresie korzystania z produktów finansowych.

## NASZE MARZENIE NA 2017 R. I KOLEJNE LATA – CD.

Marzymy o tym, by 95% naszych klientów, na pytanie, czy polecicie innym nasze usługi, odpowiedziało „tak”. Marzymy też o tym, by móc powiedzieć, że mamy „zerowy” poziom missellingu, czyli nieodpowiedzialnej sprzedaży.

## 2. EKSPERCI I SPÓŁDZIELCY

### ○ ODPOWIEDZIALNEJ SPOŁECZNOŚCI LUDZI



To, czego udało się nam dokonać i o czym myślimy na przyszłość, wymaga zaangażowania naszych współpracowników i ich pomocy w realizacji naszych wspólnych celów.

Ufamy też, że naszych ekspertów i spółdzielców cieszy i wzbogaca każdy przejaw współodpowiedzialności za środowisko pracy, w którym działamy.

## ANG W LICZBACH



## OPINIE WYBRANYCH WSPÓŁPRACOWNIKÓW, KTÓRE POZNALIŚMY PODCZAS SPOTKANIA DIALOGOWEGO:

Chce się pracować w tej organizacji

Odpowiedzialność firmy sprawiła, że do niej dołączyłem

Odpowiedzialność ANG pomaga mi w pracy. Podczas spotkań z klientami opowiadam o Komisji Etyki, wnioski drukuję na papierze z recyklingu, pokazuję nasz raport społeczny

ANG tworzy społeczność odpowiedzialną, prezentującą określone wartości

## CO SPRAWIA, ŻE NASI EKSPERCI I SPÓŁDZIELCY SĄ ZADOWOLENI ZE WSPÓŁPRACY ZE SPÓŁDZIELNIĄ?

Na podstawie corocznego badania satysfakcji współpracowników (marzec 2017) decydujące czynniki to:

- misja, wizja, wartości w ANG;
- ludzie, z którymi współpracują;
- kultura organizacyjna;
- podejście do etyki i odpowiedzialnej sprzedaży;
- formuła spółdzielni;
- reputacja;
- oferta produktowa;
- terminowość rozliczeń;
- narzędzia wspierające pracę.

## SPÓŁDZIELNIA NAJLEPSZYM PRACODAWCĄ!

– tak stwierdzili nasi spółdzielcy biorący udział w niezależnym badaniu AON Hewitt Najlepsi Pracodawcy 2016.

**Oznacza to, że nasi spółdzielcy:**

- są zaangażowani – mamy wysoki wskaźnik zaangażowania – 80%, podczas gdy średnio w Polsce wynosi on 51% w tym badaniu;
- pozytywnie wypowiadają się na temat Spółdzielni i wiążą z nami swoją przyszłość;
- czują się zmotywowani do dawania z siebie więcej, niż wynika to z zakresu ich obowiązków.

### Sylwetka naszego spółdzielcy – oto, co mówi o współpracy ze Spółdzielnią:

- jestem sprawiedliwie wynagradzany w porównaniu z innymi miejscami, w których mógłbym pracować – 93%;
- wyniki mojej pracy mają wpływ na wynagrodzenie – 94%;
- mogę angażować się w projekty pozwalające rozwijać nowe umiejętności – 93%;
- dzielę się wiedzą i doświadczeniem, mam poczucie, że moje pomysły się liczą – 98%;
- panuje atmosfera otwartości i akceptacji różnic między ludźmi – 98%;
- czuję, że zarząd traktuje nas jako najcenniejszy kapitał firmy – 95 %;
- jestem pozytywnie nastawiony do przyszłości naszej Spółdzielni – 93%.

### Spółdzielnia jest wiarygodnym pracodawcą

- wizerunek Spółdzielni i jej usług na rynku jest spójny z wizerunkiem Spółdzielni jako pracodawcy. Oferujemy rzetelne warunki współpracy, które są przez Spółdzielnię dotrzymywane;
- nasz wskaźnik wiarygodnej marki pracodawcy to 88%, średnio w Polsce – 50%.

Praca w Spółdzielni wymusza niejako odpowiedzialną sprzedaż. Oczywiście muru etyką nie przebijesz, ale jeżeli ktoś decyduje się na pracę z klientami z poleceń, bo innych, niestety, w spółdzielni nie ma, to czy chce, czy nie chce, zmuszony jest do pracy etycznej. Jediną szansą sukcesu w tym zawodzie pozostaje etyczna sprzedaż, ponieważ jedynie zadowolony klient poleci cię dalej swoim znajomym. Jeżeli doradca, zamiast doradzać pod kątem kosztów klienta, będzie patrzył na własne korzyści, to polecenia się kończą, a prędzej lub później pojawi się wiele negatywnych komentarzy pod jego adresem w internecie. W dzisiejszych czasach etyczna praca i odpowiedzialna sprzedaż w połączeniu z dużym doświadczeniem i umiejętnościami dają gwarancję sukcesu w tej branży.

Jeżeli mam porównywać z innymi firmami z branży, to różni się podejściem do biznesu. W ANG organizacja ma na celu wsparcie naszej pracy i dzięki temu rośnie. Nie ma tu miejsca na zachowania z korporacji, takie jak parcie na sprzedaż wybranych produktów i wymuszanie jej u doradców. To my, jako doradcy, sami wybieramy produkty, w których dobrze się czujemy, które uważamy za dobre i oferujemy je klientom. W korporacjach finansowych jest odwrotnie – do zarząd decyduje, co w danym momencie powinni „sprzedawać” pracownicy, z czego mają największy zysk. ANG wspiera działania, które są etyczne, dobrze postrzegane przez interesariuszy. Nie ma wpadek ze sprzedażą produktów, które są toksyczne. Każdy doradca ma olbrzymi wybór, w zakresie usług, które może oferować klientom. Dzięki temu może się rozwijać, a nie „musi sprzedawać kaloryczne produkty”.

Paweł Karpiński  
spółdzielca

Współpracę ze Spółdzielnią zacząłem po niemal 10 latach w branży i dwóch czołowych sieciowych firmach doradztwa finansowego, chociaż z Kasią Dmowską rozmawiałem od kilku lat. Po takim czasie wybór mógł być tylko jeden – ANG. To miejsce, gdzie klient i jego interes jest najważniejszy, a z drugiej strony spokojnie miejsce pracy dla nas doradców. Bez narzucanego z góry kombinowania i spinania się w celu realizacji planów sprzedażowych korporacji.

Do tego wszystkiego nietuzinkowi ludzie tworzący Spółdzielnię, którzy sami nadają kierunek, w którym powinna podążać, a nie wykonujący polecenia innych. Jedyne, czego brak, to moc sprawcza „zarażania innych”, tym, że biznes można robić długofalowymi relacjami z klientami, a nie jednorazowymi wyskokami czyimiś kosztem.

Michał Sawczuk  
spółdzielca

Życie zawodowe i prywatne często ciężko połączyć. Każdy z nas ma 24 godziny na dobę i codziennie rozterki, jak rozdzielić ten czas pomiędzy pracę i rodzinę. Spółdzielnia jako jedna z wielu firm nie pogłębia tych podziałów. ANG ze swoją misją, ideami, etyką i ludźmi sprawia, że firma jest bardziej MOJA. Mam gwarancję tego, że osoby pracujące ze mną mają podobne podejście biznesowe i cenią te same wartości. I to jest główna przewaga nad konkurencją.

Na początku czułem, że robię coś „dobrego i pożytecznego”. Dziś wolontariat odbieram jako naukę, nie tylko dla mojego podopiecznego, ale także dla mnie i pracy nad sobą. Szczytny cel to jedno, ale jego realizacja „na co dzień” to już całkiem inna rzecz. Łatwo jest wykonać jeden gest, ale ciężko powtarzać ten gest systematycznie.

Łukasz Paciorek  
spółdzielca

## DLACZEGO WARTO Z NAMI WSPÓŁPRACOWAĆ?

- jedne z najlepszych stawek prowizyjnych na rynku i terminowe rozliczenia;
- dostęp do oferty wielu instytucji finansowych, wsparcie procesowe, produktowe, organizacyjne i marketingowe ze strony centrali Spółdzielni;
- wysoka kultura organizacyjna oparta na etycznej i odpowiedzialnej sprzedaży;
- dostęp do wiedzy zawodowej, dzielenie się wiedzą z innymi ekspertami;
- możliwość realizacji własnych zainteresowań czy angażowania się w społeczne inicjatywy ze wsparciem ze strony Spółdzielni.

# ZATRUDNIENIE W SPÓŁDZIELNI

W 2016 r. w Spółdzielni było zatrudnionych 586 osób, z czego 191 to członkowie Spółdzielni. Podstawową formą współpracy członków ze Spółdzielnią jest działalność gospodarcza, przy jednoczesnym zatrudnieniu ekspertów kredytowych na niepełnym etacie na podstawie umowy o pracę. Ta łączona forma zatrudnienia wynika z wymogów współpracy z bankami i zasad outsourcingu czynności bankowych.

Współpracownicy mają dostęp do prywatnej opieki medycznej Medcover, karty Multisport, ubezpieczenia na życie na preferencyjnych warunkach oraz dostęp do pracowniczej kasy zapomogowo-pożyczkowej. Mogą otrzymać również dofinansowanie studiów podyplomowych, kursów i szkoleń.

## Podział wiekowy zatrudnionych ze względu na wiek i płeć

	SPÓŁDZIELCY				EKSPERCI				NOWO ZATRUDNIENI			
	razem 2015	razem 2016	M	K	razem 2015	razem 2016	M	K	razem 2015	razem 2016	M	K
PONIŻEJ 30	22	17	14	3	117	82	47	35	48	43	26	17
OD 30 DO 50	151	164	111	53	409	467	289	178	112	144	79	65
POWYŻEJ 50	11	10	6	4	30	37	20	17	9	14	8	6
RAZEM	184	191	131	60	556	586	356	230	169	201	113	88

## Wskaźniki zatrudnienia

	2015	2016		2015	2016		2015	2016
WSKAŹNIK ODEJŚĆ	0,26	0,25	WSKAŹNIK PRZYJĘĆ	0,3	0,34	WSKAŹNIK FLUKTUACJI	0,55	0,59

## Jak dzielimy się przychodami w Spółdzielni?

- 90,1% naszych przychodów przekazujemy Spółdzielcom.
- Od 65 do 90% swoich przychodów Spółdzielcy przekazują współpracującym z nimi ekspertom.
- Od 0 do 50% swoich przychodów eksperci przekazują partnerom za polecenia ich klientom (deweloperzy, pośrednicy nieruchomości etc.).
- 9,9% tego przychodu zostaje w ANG – pokrywamy z niego koszty działania, rozwój Spółdzielni, zaangażowanie społeczne. Część stanowi zysk.
- 10% zysku Spółdzielni przeznaczamy na potrzeby Fundacji „Będę Kim Zechcę”.

# OCZEKIWANIA KLIENTÓW WOBEC EKSPERTÓW

Wyniki badania zaufania, które zrealizowaliśmy w ramach projektu Nieodpowiedzialni razem z agencją badawczą Maison & Partners, wskazują na kompetencje, jakich klienci oczekują wobec ekspertów:

- na pierwszym miejscu są kompetencje moralne, np. uczciwość, etyka, dbanie o wspólne dobro – 38% wskazań;
- wykształcenie i umiejętności praktyczne wskazało 31% osób – kompetencje twarde przestają wystarczać w relacjach z klientami.



# USTAWA O KREDYCYE HIPOTECZNYM I JEJ KONSEKWENCJE DLA NAS ORAZ DLA KLIENTÓW

Można uznać, że rok 2016 minął pod hasłem ustawy o kredycie hipotecznym i nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego oraz agentami. Udało nam się przekonać posłów i posłanki do wykreślenia z art. 16 ustawy punktu 6, w którym ustawa zabraniała wypłacania prowizji pośrednikom przez banki. Rynek pośrednictwa nie jest przygotowany na tak diametralną zmianę, a klient nie zapłaciłby za usługę pośrednictwa, a na pewno nie tyle, ile pośrednikom płaci bank. Te tezy potwierdziły badania, które wykonaliśmy razem z agencją badawczą Maison & Partners, z których wynika, że [Polacy chcą pośredników kredytowych](#).

Jest kilka obszarów, w których ustawa dotyka nas, pośredników, w sposób szczególny:

- obowiązki informacyjne, które obejmują przedstawianie klientom informacji na temat nas samych oraz zakresu naszej oferty w dość szczegółowy sposób;
- obowiązek prezentowania naszego wynagrodzenia; branża ciągle dyskutuje na temat sposobu prezentowania wynagrodzenia pośrednika;
- obowiązek uzyskania pozwolenia na działalność oraz zgłoszenie do rejestru do KNF, wykupienia ubezpieczenia OC;
- pojęcie „pośrednika powiązanego”. Tutaj, czytając wprost zapisy ustawy, na dzień dzisiejszy nie ma pośredników niepowiązanych na rynku, a z tą definicją jest skorelowana możliwość stosowania w nazwie i określeniu działalności słowa „doradca”. To się łączy z koniecznością zmiany nazwy naszej spółdzielni.

Katarzyna Dmowska, Spółdzielczyni, w zarządzie ANG

## NASZE PODEJŚCIE DO ETYKI

Nasi współpracownicy doceniają standardy utrzymywane przez ANG w zakresie odpowiedzialnego prowadzenia biznesu.

•  
„Nie każdy może dołączyć do ANG, każdy musi przejść weryfikację wstępną w zakresie etyki” \*

•  
„Nieetyczne zachowania wykluczają z grona ANG”

•  
„Do ANG dołączają osoby, które szukają etycznej przystani uczciwości i wartości”

- Do przyłączenia się do grona spółdzielców zapraszamy ekspertów, którzy mają przynajmniej rok praktyki w świadczeniu usług pośrednictwa finansowego, którzy mogą pochwalić się nieposzlakowaną opinią i którzy zobowiązują się przestrzegać zasad obowiązujących w ANG.
- Nasi eksperci nie mają planów sprzedażowych, bazujemy głównie na rekomendacjach naszych klientów – ten model prowadzenia biznesu, który świadomie wybraliśmy, sprzyja etycznym zachowaniom naszych współpracowników.
- „Wszyscy eksperci pracujący w ANG mają zakaz konkurencji, rzeczywistość może jednak wyglądać inaczej” – naruszenie zakazu konkurencji może doprowadzić do wykluczenia z grona spółdzielców, monitorujemy tę kwestię na bieżąco.
- Każdy spółdzielca i ekspert ma obowiązek zapoznania się z naszym manifestem, Kodeksem Etycznym, Ładem Spółdzielnianym oraz Zasadami Dobrych Praktyk Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych, podpisuje oświadczenie o zapoznaniu się z zapisami zawartymi w tych dokumentach i ich stosowaniu. Temat etyki jest elementem szkoleń, w tym szkoleń wprowadzających do naszej organizacji dla nowych ekspertów. Pracujemy nad szkoleniem e-learningowym poświęconym tematowi etyki obowiązkowym dla wszystkich współpracowników.

- Temat etyki jest stale obecny w naszej komunikacji wewnętrznej.
- Kryterium wykluczenia z grona spółdzielców jest m.in. naruszenie postanowień Kodeksu Etycznego, w 2016 r. miał miejsce jeden taki przypadek.
- Wraz z rozwojem rynku usług pośrednictwa pojawia się problem weryfikacji ekspertów – chcemy zapobiegać nieetycznym praktykom na rynku, np. poprzez włączenie się w branżowy projekt utworzenia bazy niesolidnych ekspertów i pośredników finansowych.

\*Cytaty pochodzą od naszych interesariuszy, których wysłuchaliśmy podczas spotkań dialogowych.

#### Jakie są niedoskonałości w pracy ekspertów ANG?

- brak dbałości o kompletność wniosków;
- braki znajomości procesów;
- używanie emocji zamiast merytorycznych argumentów w kontaktach z bankami.

## ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ W ANG



**MICHAŁ KWASEK**  
SPÓŁDZIELCA, W ZARZĄDZIE ANG

Różnorodność jest dla nas ważnym aspektem prowadzenia biznesu w sposób zrównoważony i odpowiedzialny. Przywiązujemy dużą wagę do tych wartości, zwłaszcza że w Spółdzielni różnorodność towarzyszyła nam w sposób naturalny od początku. Wynikało to już z samej formy działalności. Spółdzielczość to różnorodność.

Jako sygnatariusze Karty Różnorodności zobowiązaliśmy się wdrożyć konkretne rozwiązania mające na celu promowanie różnorodności w miejscu pracy. Przygotowaliśmy procedurę zakazującą praktyk dyskryminacyjnych i mobbingu w miejscu pracy oraz procedurę postępowania w przypadku wystąpienia nadużycia. Każdy współpracownik może zgłosić swoje wątpliwości w tym zakresie do Komisji Etyki na adres [etyka@angkredyty.pl](mailto:etyka@angkredyty.pl).

Angażujemy się we współpracę z fundacją Integracja. W 2017 r. planujemy przeszkolenie naszych ekspertów z zakresu obsługi osób z niepełnościami. Korzystamy z produktów i usług przedsiębiorstw ekonomii społecznej, np. Spółdzielni Socjalnej „Kto Rano Wstaje” czy PANATO, już czwarty rok z rzędu jesteśmy partnerem konkursu na Przedsiębiorstwo Społeczne Roku im. Jacka Kuronia.

## NASZE INICJATYWY, W KTÓRE MOŻNA SIĘ ZAANGAŻOWAĆ

- Propagujemy odpowiedzialne podejście do sprzedaży w całej branży w ramach projektu [Nienieodpowiedzialni](#)
- Odpowiedzialnefinans.pl to projekt, który daje naszym współpracownikom możliwość pokazania, że należą do wyjątkowej społeczności ekspertów, kierującej się wysokimi standardami etycznymi w relacji z klientami. Każdy współpracownik ANG może stworzyć swój profil na [www.odpowiedzialnefinans.pl](http://www.odpowiedzialnefinans.pl)
- Zachęcamy do czytania książek – stworzyliśmy dla bibliotekę zakładową, dzięki której każdy może wypożyczać książki z naszej centralowej biblioteki. Wejdź na [www.bibliotekizakladowe.pl](http://www.bibliotekizakladowe.pl) i znajdź książkę dla siebie!
- Fundacja „Będę Kim Zechcę” – to ponad 2 tys. odbiorców działań naszych warsztatów edukacyjnych, ponad 30 wolontariuszy, 8 stypendystów. Będziemy rozwijać współpracę z ośrodkiem edukacyjnym Trampolina w Aninie – liczymy na Wasze wsparcie! „Tu się dzieje więcej fajnych rzeczy, niż myślałem. Tu mogę się odnaleźć i realizować w zakresie działań społecznych”.
- Pracownicza Kasa Zapomogowo-Pożyczkowa jest pomocną dłońią, którą możemy podać członkowi naszej społeczności, w trudnej sytuacji finansowej. Polega na udzielaniu pracownikom Spółdzielni pomocy materialnej w formie nieoprocentowanych pożyczek oraz zapomóg. Więcej informacji uzyskacie w „naszych kadrach”.
- Promujemy wykorzystanie papieru w 100% z recyklingu. Rocznie jeden ekspert zużywa ok. 120 kg papieru, co wymaga ścięcia 2 drzew!

Firmy z branży finansowej mogą zmniejszać swój negatywny wpływ na środowisko, np. zwracając uwagę na to ile i jakiego papieru zużywają. Pod tym względem ANG wyróżnia się na tle innych firm. Akcje edukacyjne wśród pracowników, informowanie klientów, promowanie korzystania z papieru w 100% z recyklingu i w końcu korzystanie z takiego papieru na co dzień – te działania sprawiają, że komunikacja Spółdzielni jest bardzo spójna i wiarygodna w przekazie. Cieszę się, mam możliwość pracować z takim zespołem.

Luiza Sidorczuk  
Antalis

## CO NAM SIĘ UDAŁO, A NAD CZYM MUSIMY JESZCZE POPRACOWAĆ

### W Spółdzielni jesteśmy zadowoleni z:

- naszej społeczności, współpracując z nami świetni ludzie;
- wyników finansowych, w 90% zrealizowaliśmy nasze założenia biznesowe;
- wyników ciężkiej pracy nad wprowadzeniem zmian w ustawie o kredycie hipotecznym, które miałyby negatywny wpływ na klienta oraz całą branżę pośredników;
- w 2016 r. zrobiliśmy kawał dobrej roboty związanej z budowaniem kapitału społecznego, czyli sprawy wspólnej. Jesteśmy z tego bardzo zadowoleni. Ale chcemy więcej zaangażowania naszych ludzi!

### Musimy popracować nad:

- większym wsparciem naszych współpracowników w realizacji ich celów biznesowych;
- mocniejszym włączeniem naszych ludzi w propagowanie idei odpowiedzialnej sprzedaży i etyki biznesu;
- większym zaangażowaniem współpracowników w sprawy wspólne Spółdzielni;
- wykorzystaniem przez współpracowników potencjału edukacyjnego, jaki ma Spółdzielnia;
- rozwiązaniami technologicznymi i umiejętnościami członków naszej społeczności w zakresie dostarczania klientom kompleksowych usług, produktów finansowych

## NASZE PLANY I MARZENIA NA 2017 R. I KOLEJNE LATA – CD.

- chcemy rosnąć i rozwijać się. Nasz plan na najbliższy rok to wynik brutto na poziomie 0,35 mln zł (wysoki zysk netto nie jest priorytetem Spółdzielni) i sprzedaż 2,0 mld zł, 250 spółdzielców i 750 ekspertów;
- większe zaangażowanie w sprawy wspólne, np. udział w walnym zgromadzeniu, dzielenie się wiedzą, wspieranie projektów inicjowanych przez centralę – nasz cel to 75% zaangażowanej społeczności;
- wspólny wysiłek w budowaniu kultury etycznej w Spółdzielni;
- udział w projektach wolontariackich, wspieranie działań Fundacji „Będę Kim Zechcę”;
- nasz cel to zaangażowanie co czwartego członka społeczności w pracę na rzecz dobra wspólnego;
- będziemy promować czytelnictwo w ANG – nasz cel to 1000 książek w naszej zakładowej bibliotece oraz przynajmniej 35% członków, którzy przeczytali przynajmniej 3 książki;
- korzystanie z papieru z recyklingu w całej Spółdzielni, nie tylko w centrali.

### 3. PARTNERZY FINANSOWI

## O NASZEJ WSPÓLNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI

ANG Spółdzielnia, nasi współpracownicy oraz nasi partnerzy – wszyscy mamy wspólny cel – służyć naszym klientom. Uważamy się przecież za odpowiedzialnych ludzi i tworzymy instytucje zaufania publicznego. Razem powinniśmy pracować, by to zaufanie wciąż budować i podtrzymywać. To wymaga od nas współodpowiedzialności za to, co wspólnie robimy. I o tym jest ten raport.

### ANG W LICZBACH

WSPÓŁPRACUJEMY Z **20** PARTNERAMI FINANSOWYMI.  
LISTĘ PARTNERÓW PREZENTUJEMY NA NASZEJ STRONIE

PONAD **300** UCZESTNIKÓW, **9**

PARTNERÓW FINANSOWYCH IV KONFERENCJI NENIEODPOWIEDZIALNI

**3 tys.** EGZEMPLARZY GAZETY „NENIEODPOWIEDZIALNI” ROZESŁANYCH DO PRZEDSTAWICIELI BRANŻY

## Struktura sprzedaży w podziale na produkty (źródła przychodów)

### O pośrednikach

- 4,3 mld zł, czyli 45,2% ogólnej wartości udzielonych w 2016 r. kredytów hipotecznych przez pośredników finansowych;
- prawie co drugi kredyt hipoteczny sprzedawany jest przez pośrednika;
- z badania „Potencjał i zagrożenia związane ze zmianą przepisów dot. ekspertów kredytowych”, które przeprowadziliśmy w styczniu 2017 r. razem z agencją badawczą Maison & Partners i KPF, wynika, że Polacy chcą pośredników. Nasze usługi są dla nich pomocne i cenią sobie nasze wsparcie.

### Jakie korzyści dla partnerów wynikają z tego, że działamy jako Spółdzielnia?

- Nasza Spółdzielnia powstała jako miejsce pracy dla profesjonalnych doświadczonych ekspertów i pośredników finansowych, którzy dostarczając klientom dobre, potrzebne i odpowiedzialne usługi finansowe, będą również dbać o sprawy swoich partnerów finansowych – taka misja powoduje patrzenie na partnerów jako kluczowych interesariuszy.
- Formuła spółdzielni oznacza traktowanie jej przez jej członków, ekspertów, pośredników jak firmy, której czują się częścią, mają poczucie jej współwłasności i współstanowienia – taka współodpowiedzialność za jej kondycję biznesową i moralną ma znakomity wpływ na relacje z jej partnerami.
- Spółdzielczość rozumiana przez nas oznacza współpracę naszych członków ze Spółdzielnią na wyłączność, a ta z kolei jest znakomitym rozwiązaniem dla jakości pracy z naszymi partnerami.
- W budowaniu kultury organizacyjnej Spółdzielni bardzo ważne są wartości jako elementy scalające organizację, a to z kolei ułatwia budowanie kultury etycznej firmy tak ważnej dla odpowiedzialnej sprzedaży produktów i usług naszych partnerów.

### Korzyści dla banków ze współpracy z pośrednikami finansowymi – zewnętrznymi ekspertami kredytowymi:

- pozyskanie nowych klientów – w 2016 r. kredyty hipoteczne sprzedane przez pośredników stanowiły 45,2% wszystkich kredytów hipotecznych udzielonych przez banki;
- nowe kanały dotarcia do klientów niezależne od sieci własnych banków;
- niższy w stosunku do sieci własnej koszt pozyskania nowych klientów;
- możliwość elastycznego zarządzania wielkością biznesu banków w zakresie produktów oferowanych przez pośredników;

- koszt pośrednika to koszt ponoszony tylko w sytuacji rzeczywistego pozyskania klienta.

Banki, na które nakładane są różne obciążenia regulacyjne, wiążące się ze zwiększeniem kosztów działalności, traktują usługi pośredników jako narzędzie do realizacji planów sprzedażowych i osiągnięcia zakładanych wskaźników ekonomicznych. Według KPF trend związany z umacnianiem współpracy pomiędzy pośrednikami a bankami będzie coraz bardziej widoczny, zwłaszcza w przypadku banków, które nie mają dużej sieci sprzedaży. Mocno zauważalny jest również trend przechodzenia przez pośredników na procesy centralne w obsłudze wniosków kredytowych, który wymusza na pośrednikach jeszcze większą dbałość o jakość pracy. Jesteśmy jego zwolennikiem i uważamy, że może pomóc w uporządkowaniu rynku pośrednictwa.

## CO WYRÓŻNIA ANG NA RYNKU WG NASZYCH INTERESARIUSZY?

Według naszych interesariuszy, których wypowiedzi zebraliśmy podczas spotkań dialogowych, wyróżniają nas:

- relacje;

•  
„Relacje z ANG są bardzo fajne i to jest ewenement na rynku”

•  
„Jeśli chodzi o relacje z ANG, wszystko jest w należyтым porządku”

– codzienna współpraca;

„Zdecydowanie w codziennych kontaktach czujemy odpowiedzialność ANG wyrażającą się poprzez świadomość oferty, wiedzy ekspertów.

Odpowiedzialne zachowanie ANG jest odzwierciedlone w wynikach i ofercie firmy”

„Przejrzysta, szybka komunikacja jest plusem ANG. Sposób komunikowania się z ANG nie stwarza żadnych barier”

– nasze zaangażowanie w promowanie zasad etyki i społecznej odpowiedzialności biznesu;

„ANG jest instytucją wyjątkową na tle branży”

## JAK SKUTECZNIE BUDOWAĆ ZAUFANIE DO SEKTORA FINANSOWEGO?

Etyka i odpowiedzialność w bezpośrednich relacjach z klientami stanowią podstawowy warunek wiarygodności wszelkich działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Na nic zdadzą się wielkie budżety na budowanie wizerunku, jeżeli instytucja finansowa nie spełni podstawowego warunku dbania o dobre wzajemne relacje z klientem.

Wyniki badania, które przeprowadziliśmy w ramach projektu Nieodpowiedzialni.pl razem z agencją badawczą Maison & Partners, pokazują, że pomimo coraz większego zaangażowania w różne inicjatywy

społeczne i tworzenia oraz wdrażania w branżę polityki społecznej odpowiedzialności poziom zaufania społeczeństwa do instytucji finansowych na przestrzeni ostatnich dwóch lat się nie zmienił. Walka o zwiększenie zaufania odbywać się musi na dwóch poziomach. Jeden jest związany z budowaniem wizerunku branży, drugi z doświadczeniami klientów. Aby budować zaufanie i zmieniać silne społeczne przekonania, większość instytucji musi konsekwentnie obniżać poziom uprzedzeń i negatywnych przekonań. Musimy również zdawać sobie sprawę z tego, że żadne działania wizerunkowe nie odniosą skutku, jeśli nie znajdą odzwierciedlenia na najbardziej podstawowym poziomie – codziennych relacji z klientem.

Jakie działania mogłyby zwiększyć zaufanie klientów do instytucji finansowych?

- proklienckość – np. większe nastawienie na realizację potrzeb klienta, a nie tylko na sprzedaż produktów (69%);
- przekonanie, że instytucja nie sprzedaje czegoś, czego klient nie chce, nie potrzebuje lub nie rozumie (69%);
- zdecydowanie mniejsze znaczenie mają inicjatywy takie jak zaangażowanie instytucji w edukację ekonomiczną społeczeństwa (51%) czy wiedza, że instytucja angażuje się w inicjatywy społeczne (51%).

## JAK BUDOWAĆ NASZĄ WSPÓLNĄ ODPOWIEDZIALNĄ RELACJĘ?

Czego powinni oczekiwać od nas nasi partnerzy finansowi?

- znajomości oferty produktowej i procesu kredytowego oraz bieżącego monitorowania zmian w ofercie;
- aktywnego pozyskiwania klientów;
- rzetelnego informowania klientów o cechach oferowanych produktów;
- rzetelnej weryfikacji danych oraz informacji na temat klientów przekazywanych do banków;
- dbałości o kompletność wniosków kredytowych klientów;
- dbałości o interesy i wizerunek banku;
- aktywnego i rzetelnego pośrednictwa w komunikacji pomiędzy bankiem i klientem.

### Czego Spółdzielnia oczekuje od partnerów finansowych?

- traktowania jak interesariusza;
- spójnej oferty dla klientów w każdym kanale sprzedaży (zarówno w oddziałach własnych banku, jak i u pośredników);
- równego traktowania klientów od pośrednika i klientów własnych;
- bieżącego przekazywania informacji o zmianach w ofercie;
- dostarczania szkoleń produktowych;
- pełnej i szybkiej komunikacji w zakresie informacji na temat procesowanych wniosków;
- uczciwego wynagradzania za sprzedawane produkty, rzetelnego i terminowego rozliczania należnej prowizji;
- zwracania uwagi nie tylko na sprzedaż, ale również na elementy jakościowe w relacji z pośrednikami;
- współpracy przy naprawianiu rynku i budowaniu zaufania społecznego.

## JAK ZAPOBIEGAMY NIEODPOWIEDZIALNEJ SPRZEDAŻY:

- oczekujemy od naszych ekspertów pracy na wyłączność;
- systematycznie budujemy świadomość odpowiedzialnej sprzedaży wśród naszych współpracowników;
- nie włączamy do naszej oferty produktów o bardzo wysokim ryzyku missellingu;
- w miarę możliwości monitorujemy naszą sprzedaż pod kątem odpowiedzialnej sprzedaży;
- oferujemy wsparcie i szkolenia, w tym z zakresu zasad etycznych i odpowiedzialnego biznesu;
- wypracowaliśmy Kodeks Etyki, który obowiązuje wszystkich współpracowników. Tworzymy program zarządzania etyką w Spółdzielni, który ciągle rozwijamy;
- każdy, również nasz klient, może zgłosić swoje wątpliwości do naszej Komisji Etyki na adres [etyka@angkredyty.pl](mailto:etyka@angkredyty.pl) lub do Komisji Etyki Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych (KPF) – [etyka@kpf.pl](mailto:etyka@kpf.pl);
- propagujemy odpowiedzialne podejście do sprzedaży w całej branży. Jesteśmy inicjatorem [projektu Nienieodpowiedzialni.pl](http://projektuNienieodpowiedzialni.pl), do którego zapraszamy przedstawicieli branży finansowej.

Odpowiedzialność za prowadzone działania biznesowe ma wpływ na jakość współpracy z danym partnerem. Przede wszystkim z takim partnerem pracuje się bezpieczniej. Mamy pewność, że działania, jakie wspólnie podejmujemy, służą budowaniu biznesu nastawionego na zrównoważony i stabilny wzrost, że interesy obu stron są chronione w jednakowy sposób. Branża finansowa po 2008 r. utraciła sporo społecznego zaufania, które teraz musi mozolnie odbudowywać. Trudno jednak odbudować zaufanie konsumentów, jeśli tego zaufania nie ma pomiędzy kluczowymi partnerami biznesowymi. Silne zaangażowanie społeczne, wysoki poziom odpowiedzialności wpływają na wzrost zaufania i w dłuższej perspektywie pozwolą na odbudowanie społecznego zaufania do branży finansowej.

We współpracy z ANG zwracam uwagę przede wszystkim na ludzi, z którymi mam przyjemność współpracować. Poza tym na wysoki poziom zaangażowania w rozwój branży usług finansowych nieopierający się tylko na osiąganiu wyższych zysków, ale wspierający mocno kwestie etycznej współpracy i bycia fair.

Największe wyzwanie dla ANG w 2017 r.? Zachowanie tożsamości firmy odpowiedzialnej społecznie, na trudnym, bardzo konkurencyjnym rynku, przy jednoczesnym utrzymaniu szybkiego wzrostu liczby pracowników.

Bartosz Jamróż

dyrektor Departamentu Współpracy Biznesowej, Eurobank

Śmiało mogę powiedzieć, że ANG to już marka – uznana w świecie pośrednictwa finansowego. Ale czy tylko jej działalność ogranicza się do sprzedaży produktów finansowych zaprzyjaźnionych banków? Otóż nie tylko. Oni z całą stanowczością realizują strategię uwzględniającą interesy społeczne, a przede wszystkim relacje z różnymi grupami interesariuszy.

Wspólnie łatwiej nam będzie sprostać nowym zadaniom, jakie przyniosła Ustawa o kredycie hipotecznym oraz nadzorze nad pośrednikami hipotecznymi. Wymaga to wzajemnego zrozumienia i bieżącej współpracy.

Maciej Chlebowski,

dyrektor Departamentu Zarządzania Sprzedażą, BGŻ BNP Paribas

# NAJWIĘKSZE WYZWANIA W RELACJI Z NASZYMI PARTNERAMI FINANSOWYMI

- wspólne działanie na rzecz promowania odpowiedzialnej sprzedaży i odzyskania zaufania społecznego do branży finansowej. Można tego dokonać poprzez promowanie współpracy tylko z ekspertami, którzy deklarują wyłączność oferty jednego pośrednika. Naszym zdaniem tylko takie podejście gwarantuje wysoką jakość obsługi klientów, przestrzeganie standardów etycznych i działanie zgodne z wartościami odpowiedzialnej sprzedaży;
- postrzeganie działań pośredników nie tylko przez pryzmat wielkości sprzedaży, ale również jakości ich pracy, jak odpowiedzialne praktyki biznesowe;
- zmiany na rynku, które przyniesie ustawa o kredycie hipotecznym. Co się musi wydarzyć we wzajemnej relacji z bankami, żeby ten biznes prowadzić odpowiedzialnie? Co możemy i musimy razem zrobić, aby odbudować zaufanie społeczeństwa do całej branży?
- „Jak przejść od »podziwu« do współpracy? Jak zarazić innych odpowiedzialnością?”

## NASZE PLANY I MARZENIA NA 2017 R. I KOLEJNE LATA – CD.

- Pragniemy, żeby ANG było punktem odniesienia dla organizacji o podobnym charakterze. Chcemy dzielić się dobrymi praktykami i inspirować innych do działania.
- Chcemy debatować w sposób otwarty o tym, co ważne dla całej branży finansowej i zmieniać jej społeczny wizerunek na lepszy.



## O RAPORCIE

Proces dialogu z interesariuszami realizowany cyklicznie przez ANG, w oparciu o wytyczne AA 1000SES, świadczy o dojrzałym podejściu do raportowania i zarządzania kwestiami CSR. Stanowi też dobrą praktykę firmy, która nie podlegając nowym wymogom regulacyjnym w zakresie raportowania niefinansowego, stawia na odpowiedzialność z własnej woli. Sesje dialogowe dla ANG, które mieliśmy przyjemność moderować, potwierdziły, że działania CSR ANG są doceniane zarówno przez partnerów biznesowych i przedstawicieli rynku jak również stanowią czynnik przyciągający dla pracowników.

Rozwój strategiczny działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu oraz raportowanie przy zaangażowaniu otoczenia powinno stanowić priorytet dla wszystkich firm. W przypadku ANG opinie interesariuszy pozwoliły na zdefiniowanie oczekiwań względem treści czwartego Zintegrowanego Raportu Społecznego Spółdzielni, roli ANG w zakresie poprawy reputacji branży oraz przyszłych działań Spółdzielni.

Rafał Rudzki, Maria Ibisz

Zespół Sustainability Consulting Central Europe, Deloitte

Nasz czwarty, zintegrowany raport społeczny, obejmujący okres 1 stycznia – 31 grudnia 2016 r., powstał w odpowiedzi na oczekiwania naszych interesariuszy (zgodnie z międzynarodowymi wytycznymi raportowania danych pozafinansowych GRI G4 oraz IIRC dot. raportowania zintegrowanego, na poziomie podstawowym). Rozumiemy, że budowanie długoterminowej wartości musi uwzględniać oprócz priorytetów biznesowych, także trwałe relacje z otoczeniem oparte na zaufaniu i otwartości, dlatego już drugi rok z rzędu organizujemy spotkania z interesariuszami wewnętrznymi (eksperci, spółdzielcy, pracownicy centrali) oraz zewnętrznymi (klienci, partnerzy biznesowi, partnerzy społeczni, eksperci, przedstawiciele mediów). Formuła spotkań prowadzonych zgodnie ze standardami AA 1000 (AccountAbility) służy wymianie poglądów oraz opinii, pozwala poznać różnorodne perspektywy, wzajemne oczekiwania i potrzeby oraz możliwości alternatywnych rozwiązań prowadzących do lepszego zrozumienia stron.

Głównym celem naszego spotkania dialogowego z interesariuszami zewnętrznymi (22 osoby) było poznanie realnych potrzeb i oczekiwań interesariuszy wobec odpowiedzialności branży pośredników finansowych oraz kształtu raportu społecznego za 2016 r. Podczas spotkania z interesariuszami wewnętrznymi (19 osób) dyskusję podzieliliśmy na 5 obszarów tematycznych: odpowiedzialny biznes w ANG, nasza rola na rynku w zakresie zwiększania zaufania i poprawy reputacji branży finansowej, oczekiwania względem raportu oraz perspektywa wewnętrzna – feedback i obszary do poprawy w zakresie działań społecznych ANG.

Oczywiście same spotkania dialogowe to nie wszystko. Informacje o tym, co jest ważne dla naszych interesariuszy, zbieramy przez cały rok, analizujemy wyniki badań, aby określić obszary naszego wpływu. Jako istotne zidentyfikowaliśmy następujące aspekty GRI: wyniki ekonomiczne, pośredni i bezpośredni wpływ ekonomiczny, materiały, społeczność lokalna, przeciwdziałanie korupcji, zgodność z regulacjami, oznakowanie produktów i usług, komunikacja marketingowa. Etyka oraz odpowiedzialna sprzedaż – to są najistotniejsze wyzwania z punktu widzenia naszych interesariuszy, dlatego treść raportu poświęcona jest właśnie tej tematyce.

Z chęcią prześlemy papierowe streszczenie raportu (oczywiście wydrukowanego na papierze w 100% z recyklingu), prosimy o kontakt. Zachęcamy również do podzielenia się opinią o raporcie.

Kontakt w sprawie raportu: Katarzyna Nowak, CSR manager, [katarzyna.nowak@grupaang.com](mailto:katarzyna.nowak@grupaang.com)

# INDEKS TREŚCI GRI G4

## INDEKS TREŚCI GRI DLA POZIOMU „CORE”

WSKAŹNIKI	WYTYCZNE	ODNIESIENIE W RAPORCIE
<b>STRATEGIA I ANALIZA</b>		
G4-1	OŚWIADCZENIE KIEROWNICTWA NAJWYŻSZEGO SZCZEBLA NA TEMAT ZNACZENIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU DLA ORGANIZACJI I ZAADRESOWANIA KWESTII ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU DLA ORGANIZACJI I JEJ STRATEGII	<a href="#">SŁOWO DO PRZYJACIÓŁ ANG</a>
G4-2	OPIS KLUCZOWYCH WPŁYWÓW, RYZYK I SZANS	<a href="#">O SPÓŁDZIELNI, USTAWA O KREDYCIE HIPOTECZNYM I JEJ KONSEKWENCJE DLA NAS I DLA RYNKU</a>
<b>PROFIL ORGANIZACYJNY</b>		
G4-3	NAZWA ORGANIZACJI	<a href="#">O SPÓŁDZIELNI</a>
G4-4	GŁÓWNE PRODUKTY/USŁUGI	<a href="#">O SPÓŁDZIELNI</a>
G4-5	LOKALIZACJA SIEDZIBY GŁÓWNEJ ORGANIZACJI	ANG SPÓŁDZIELNIA, UL. KONSTANCIŃSKA 2, 02-942 WARSZAWA
G4-6	LICZBA KRAJÓW, W KTÓRYCH DZIAŁA ORGANIZACJA	POLSKA
G4-7	FORMA WŁASNOŚCI I STRUKTURA PRAWNA ORGANIZACJI	<a href="#">O SPÓŁDZIELNI</a>
G4-8	OBSŁUGIWANE RYNKI Z ZAZNACZENIEM ZASIĘGU GEOGRAFICZNEGO, OBSŁUGIWANYCH SEKTORÓW, CHARAKTERYSTYKI KLIENTÓW/KONSUMENTÓW I BENEFICJENTÓW	<a href="#">O SPÓŁDZIELNI, KLIENCI</a>
G4-9	SKALA DZIAŁALNOŚCI ORGANIZACJI	<a href="#">O SPÓŁDZIELNI, POLSKA</a>
G4-10	ŁĄCZNA LICZBA PRACOWNIKÓW WEDŁUG TYPU ZATRUDNIENIA I RODZAJU UMOWY O PRACĘ W PODZIALE NA PŁEĆ	ZATRUDNIENIE W SPÓŁDZIELNI
G4-11	LICZBA PRACOWNIKÓW OBJĘTA UKŁADAMI ZBIOROWYMI	W SPÓŁDZIELNI NIE MA UKŁADÓW ZBIOROWYCH
G4-12	OPIS ŁAŃCUCHA DOSTAW	<a href="#">O SPÓŁDZIELNI, PARTNERZY</a>
G4-13	ZNACZĄCE ZMIANY W RAPORTOWANYM OKRESIE DOTYCZĄCE ROZMIARU, STRUKTURY LUB FORMY WŁASNOŚCI	<a href="#">DECYZJA O POŁĄCZENIU Z ANG SPÓŁDZIELNIĄ POŚREDNIKÓW UBEZPIECZENIOWYCH, ZMIANA NAZWY - O SPÓŁDZIELNI</a>
G4-14	WYJAŚNIENIE, CZY I W JAKI SPOSÓB ORGANIZACJA STOSUJE ZASADĘ OSTROŻNOŚCI	<a href="#">ZARZĄDZANIE ETYKĄ W ANG</a>
G4-15	EKONOMICZNE, ŚRODOWISKOWE I SPOŁECZNE DEKLARACJE, ZASADY I INNE INICJATYWY ZEWNĘTRZNE PRZYJĘTE LUB POPIERANE PRZEZ ORGANIZACJĘ	<a href="#">INICJATYWY, W KTÓRE JESTEŚMY ZAANGAŻOWANI</a>
G4-16	LISTA BRANŻOWYCH STOWARZYSZEŃ PAŃSTWOWYCH LUB MIĘDZYNARODOWYCH	<a href="#">INICJATYWY, W KTÓRE JESTEŚMY ZAANGAŻOWANI</a>

IDENTYFIKACJA ISTOTNYCH ASPEKTÓW I ICH GRANIC		
G4-17	PODMIOTY UWZGLĘDNIONE W SKONSOLIDOWANYM SPRAWOZDANIU FINANSOWYM LUB RÓWNOWAŻNYCH DOKUMENTACH	ANG SPÓŁDZIELNIA
G4-18	WYJAŚNIĆ PROCES DEFINIOWANIA TREŚCI RAPORTU ORAZ GRANIC ASPEKTÓW	<a href="#">O RAPORCIE</a>
G4-19	WYMIENIĆ WSZYSTKIE ISTOTNE ASPEKTY ZIDENTYFIKOWANE W PROCESIE DEFINIOWANIA TREŚCI RAPORTU	<a href="#">O RAPORCIE</a>
G4-20	W PRZYPADKU KAŻDEGO ISTOTNEGO ASPEKTU OPISAĆ JEGO GRANICE W RAMACH ORGANIZACJI	<a href="#">O RAPORCIE</a>
G4-21	W PRZYPADKU KAŻDEGO ISTOTNEGO ASPEKTU OPISAĆ JEGO GRANICE NA ZEWNĄTRZ ORGANIZACJI	<a href="#">O RAPORCIE</a>
G4-22	OPISAĆ WPŁYW WSZEKICH ZMIAN W INFORMACJACH PODANYCH W POPRZEDNICH RAPORTACH ORAZ PRZYCZYNY TYCH ZMIAN	<a href="#">O RAPORCIE</a>
G4-23	OPISAĆ ZNACZĄCE ZMIANY WZGLĘDEM POPRZEDNICH OKRESÓW OBJĘTYCH RAPORTEM DOTYCZĄCE ZAKRESU I GRANIC ASPEKTÓW	<a href="#">O RAPORCIE</a>
<b>ZAANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY</b>		
G4-24	LISTA GRUP INTERESARIUSZY ANGAŻOWANYCH PRZEZ ORGANIZACJĘ	GŁÓWNI INTERESARIUSZE SPÓŁDZIELNI
G4-25	PODSTAWY IDENTYFIKACJI I SELEKCJI ANGAŻOWANYCH GRUP INTERESARIUSZY	GŁÓWNI INTERESARIUSZE SPÓŁDZIELNI
G4-26	PODEJŚCIE DO ANGAŻOWANIA INTERESARIUSZY WŁĄCZAJĄC CZĘSTOTLIWOŚĆ ANGAŻOWANIA WEDŁUG TYPU I GRUPY INTERESARIUSZY ORAZ WSKAZANIE CZY MIAŁO MIEJSCE SPECJALNE ZAANGAŻOWANIE W PROCESIE PRZYGOTOWYWANIA RAPORTU	GŁÓWNI INTERESARIUSZE SPÓŁDZIELNI, <a href="#">O RAPORCIE</a>
G4-27	KLUCZOWE KWESTIE I PROBLEMY PORUSZANE PRZEZ INTERESARIUSZY ORAZ ODPOWIEDŹ ZE STRONY ORGANIZACJI, RÓWNIEŻ POPRZECZ ICH RAPORTOWANIE	<a href="#">O RAPORCIE</a>
<b>PROFIL RAPORTU</b>		
G4-28	OKRES RAPORTOWANIA	<a href="#">O RAPORCIE</a>
G4-29	DATA PUBLIKACJI OSTATNIEGO RAPORTU	<a href="#">O RAPORCIE</a>
G4-30	CYKL RAPORTOWANIA	<a href="#">O RAPORCIE</a>
G4-31	OSOBA KONTAKTOWA	<a href="#">O RAPORCIE</a>
G4-32	INDEKS TREŚCI GRI	<a href="#">TABELA GRI</a>
G4-33	POLITYKA I OBECNA PRAKTYKA W ZAKRESIE ZEWNĘTRZNEJ WERYFIKACJI RAPORTU	<a href="#">O RAPORCIE, WYNIKI FINANSOWE</a>
<b>NADZÓR</b>		
G4-34	STRUKTURA ZARZĄDCZA ORGANIZACJI WRAZ Z KOMISJAMI PODLEGAJĄCYMI POD NAJWYŻSZY ORGAN ZARZĄDCZY, ODPOWIEDZIALNYMI ZA POSZCZEGÓLNE ZADANIA	<a href="#">O POŁĄCZENIU SPÓŁDZIELNI</a>

ETYKA I INTEGRALNOŚĆ		
G4-56	PODAĆ WARTOŚCI ORGANIZACJI, JEJ ZASADY, STANDARDY I NORMY ZACHOWANIA UJĘTE W POSTACI KODEKSÓW POSTĘPOWANIA ORAZ KODEKSÓW ETYKI	<u>O SPÓŁDZIELNI</u>
G4-57	OPISAĆ WEWNĘTRZNE I ZEWNĘTRZNE MECHANIZMY W ZAKRESIE NARUSZEŃ ZASAD ETYCZNYCH I PRAWA ORAZ KWESTII ZWIĄZANYCH Z UCZCIWOŚCIĄ ORGANIZACJI	<u>ZARZĄDZANIE ETYKĄ W ANG</u>
G4-58	OPISAĆ WEWNĘTRZNE I ZEWNĘTRZNE MECHANIZMY ZGŁASZANIA NARUSZEŃ ZASAD ETYCZNYCH I PRAWA ORAZ KWESTII ZWIĄZANYCH Z UCZCIWOŚCIĄ ORGANIZACJI	<u>ZARZĄDZANIE ETYKĄ W ANG,</u> <u>EKSPERCI I SPÓŁDZIELCY/ NASZE</u> <u>PODEJŚCIE DO ETYKI</u>
G4-EC - WSKAŹNIKI EKONOMICZNE		
ASPEKT: WYNIKI EKONOMICZNE		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>NASZE WYNIKI FINANSOWE</u> <u>- WYPOWIEDŹ KATARZYNY</u> <u>DMOWSKIEJ</u>
G4-EC1	BEZPOŚREDNIA WARTOŚĆ EKONOMICZNA WYTWORZONA I PODZIELONA Z UWZGLĘDNIENIEM PRZYCHODÓW, KOSZTÓW OPERACYJNYCH, WYNAGRODZENIA PRACOWNIKÓW, DOTACJI I INNYCH INWESTYCJI NA RZECZ SPOŁECZNOŚCI, NIEPODZIELONYCH ZYSKÓW ORAZ WYPŁAT DLA WŁAŚCICIELI KAPITAŁU I INSTYTUCJI PAŃSTWOWYCH	<u>NASZE WYNIKI FINANSOWE</u>
ASPEKT: POŚREDNI WPŁYW EKONOMICZNY		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>NASZE WYNIKI FINANSOWE</u> <u>- WYPOWIEDŹ KATARZYNY</u> <u>DMOWSKIEJ</u>
G4-EC8	ZNACZĄCY POŚREDNI WPŁYW EKONOMICZNY ORGANIZACJI, WRAZ Z ZAKRESEM ODDZIAŁYWANIA	<u>WYNIKI FINANSOWE, NASZA</u> <u>ZINTEGROWANA STRATEGIA, IN-</u> <u>ICJATYWY, W KTÓRE JESTEŚMY</u> <u>ZAANGAŻOWANI</u>
G4-EN - WSKAŹNIKI ŚRODOWISKOWE		
ASPEKT: MATERIAŁY		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>NASZA ZINTEGROWANA</u> <u>STRATEGIA</u>
G4-EN1	WYKORZYSTANE MATERIAŁY WEDŁUG WAGI I OBJĘTOŚCI	<u>NASZA ZINTEGROWANA</u> <u>STRATEGIA</u>
ASPEKT: PRODUKTY I USŁUGI		
G4-EN27	INICJATYWY SŁUŻĄCE ZMNIEJSZENIU WPŁYWU PRODUKTÓW I USŁUG NA ŚRODOWISKO I ZAKRES OGRANICZENIA TEGO WPŁYWU	<u>NASZA ZINTEGROWANA</u> <u>STRATEGIA</u>
LP.		
G4- LA, HR, SO, PR - WSKAŹNIKI SPOŁECZNE		
G4- LA - PRAKTYKI W ZAKRESIE ZATRUDNIENIA I GODNEJ PRACY		
ASPEKT: ZATRUDNIENIE		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>O SPÓŁDZIELNI</u>

G4-LA1	ŁĄCZNA LICZBA NOWO ZATRUDNIONYCH PRACOWNIKÓW, ODEJŚĆ ORAZ WSKAŹNIK PRZYJĘĆ I FLUKTUACJI PRACOWNIKÓW WG GRUPY WIEKOWEJ, PŁCI, REGIONU	<u>EKSPERCI I SPÓŁDZIELCY/ ZA-</u> <u>TRUDNIENIE W SPÓŁDZIELNI</u>
ASPEKT: RÓŻNORODNOŚĆ I RÓWNOŚĆ SZANS		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>O SPÓŁDZIELNI, EKSPERCI</u> <u>I SPÓŁDZIELCY</u>
G4-LA12	SKŁAD CIAŁ NADZORCZYCH I KADRY PRACOWNICZEJ W PODZIALE NA KATEGORIE WEDŁUG PŁCI, WIEKU, PRZYNALEŻNOŚCI DO MNIEJSZOŚCI ORAZ INNYCH WSKAŹNIKÓW RÓŻNORODNOŚCI	<u>EKSPERCI I SPÓŁDZIELCY/</u> <u>ZARZĄDZANIE</u> <u>RÓŻNORODNOŚCIĄ W ANG</u>
ASPEKT: PRAKTYKI DOTYCZĄCE ZAMÓWIEŃ		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>EKSPERCI I SPÓŁDZIELCY/</u> <u>ZARZĄDZANIE</u> <u>RÓŻNORODNOŚCIĄ W ANG,</u> <u>NASZA ZINTEGROWANA</u> <u>STRATEGIA</u>
G4 - HR - RESPEKTOWANIE PRAW CZŁOWIEKA		
ASPEKT: PRZECIWDZIAŁANIE DYSKRYMINACJI		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>EKSPERCI I SPÓŁDZIELCY/</u> <u>ZARZĄDZANIE</u> <u>RÓŻNORODNOŚCIĄ W ANG</u>
G4-HR3	CAŁKOWITA LICZBA PRZYPADKÓW DYSKRYMINACJI ORAZ PODJĘTE DZIAŁANIA NAPRAWCZE	NIE ODNOTOWALIŚMY PRZYPADKÓW DYSKRYMINACJI
G4 - SO - SPOŁECZEŃSTWO		
ASPEKT: SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>NASZA ZINTEGROWANA</u> <u>STRATEGIA</u>
G4-SO1	PROCENT DZIAŁAŃ BIZNESOWYCH, W KTÓRYCH UWZGLĘDNIANA JEST SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA, PROWADZONA JEST ANALIZA WPŁYWU NA SPOŁECZNOŚĆ ORAZ REALIZOWANE SĄ PROGRAMY ROZWOJU SPOŁECZNOŚCI	100%
ASPEKT: PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>ZARZĄDZANIE ETYKĄ W ANG,</u> <u>EKSPERCI I SPÓŁDZIELCY/ NASZE</u> <u>PODEJŚCIE DO ETYKI</u>
G4-SO3	CAŁKOWITA LICZBA I ODSETEK JEDNOSTEK BIZNESOWYCH PODDANYCH ANALIZIE POD KĄTEM RYZYKA ZWIĄZANEGO Z KORUPCJĄ ORAZ GŁÓWNE ZIDENTYFIKOWANE RYZYKA	100%
G4-SO4	KOMUNIKACJA I SZKOLENIA DOTYCZĄCE POLITYKI I PROCEDUR ANTYKORUPCYJNYCH	<u>ZARZĄDZANIE ETYKĄ W ANG,</u> <u>EKSPERCI I SPÓŁDZIELCY/ NASZE</u> <u>PODEJŚCIE DO ETYKI</u>
ASPEKT: ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>SŁOWO WSTĘPU, O SPÓŁDZIELNI,</u> <u>EKSPERCI I SPÓŁDZIELCY/ NASZE</u> <u>PODEJŚCIE DO ETYKI</u>

G4- SO8	KWOTA ISTOTNYCH KAR ORAZ CAŁKOWITA LICZBA SANKCJI POZAFINANSOWYCH Z TYTUŁU NIEZGODNOŚCI Z PRAWEM I REGULACJAMI	NIE STWIERDZONO
<b>G4 - PR - ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRODUKT</b>		
<b>ASPEKT: OZNAKOWANIE PRODUKTÓW I USŁUG</b>		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>PROMUJEMY ODPOWIEDZIALNĄ SPRZEDAŻ. NASZ CEL – 0 PROC. MISSELLINGU</u>
G4-PR3	RODZAJ INFORMACJI WYMAGANYCH NA MOCY WEWNĘTRZNYCH PROCEDUR W ODNIESIENIU DO OZNAKOWANIA PRODUKTÓW I USŁUG ORAZ ODSETEK ZNACZĄCYCH KATEGORII PRODUKTÓW I USŁUG PODLEGAJĄCYCH TAKIM WYMOGOM INFORMACYJNYM	ŁAD SPÓŁDZIELNIANY
G4-PR4	CAŁKOWITA LICZBA PRZYPADKÓW NIEZGODNOŚCI Z REGULACJAMI ORAZ DOBROWOLNYMI KODEKSAMI DOTYCZĄCYMI OZNAKOWANIA I INFORMACJI O PRODUKTACH I USŁUGACH WEDŁUG ICH KONSEKWENCJI	NIE STWIERDZONO
G4-PR5	WYNIKI BADAŃ POMIARU SATYSFAKCJI KLIENTA	<u>KLIENCI/ JAK NASI KLIENTCI OCENIAJĄ PRACĘ EKSPERTÓW</u>
<b>ASPEKT: KOMUNIKACJA MARKETINGOWA</b>		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>PROMUJEMY ODPOWIEDZIALNĄ SPRZEDAŻ. NASZ CEL – 0 PROC. MISSELLINGU, JAK WYGLĄDA WSPÓŁPRACA Z EKSPERTEM, JAK MOŻE POMÓC KLIENTOWI</u>
G4-PR7	CAŁKOWITA LICZBA PRZYPADKÓW NIEZGODNOŚCI Z REGULACJAMI I DOBROWOLNYMI KODEKSAMI REGULUJĄCYMI KWESTIE KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ, Z UWZGLĘDNIENIEM REKLAMY, PROMOCJI I SPONSORINGU,	NIE STWIERDZONO
<b>ASPEKT: OCHRONA PRYWATNOŚCI KLIENTA</b>		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>PROMUJEMY ODPOWIEDZIALNĄ SPRZEDAŻ. NASZ CEL – 0 PROC. MISSELLINGU, JAK WYGLĄDA WSPÓŁPRACA Z EKSPERTEM, JAK MOŻE POMÓC KLIENTOWI</u>
G4-PR8	CAŁKOWITA LICZBA UZASADNIONYCH SKARG DOTYCZĄCYCH NARUSZENIA PRYWATNOŚCI KLIENTA ORAZ UTRATY DANYCH	NIE STWIERDZONO
<b>ASPEKT: ZGODNOŚĆ Z REGULACJAMI</b>		
DMA	PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA	<u>PROMUJEMY ODPOWIEDZIALNĄ SPRZEDAŻ. NASZ CEL – 0 PROC. MISSELLINGU, USTAWA O KREDYCIE HIPOTECZNYM I JEJ KONSEKWENCJE DLA NAS I DLA RYNKU</u>
G4-PR9	WARTOŚĆ PIENIĘŻNA ISTOTNYCH KAR Z TYTUŁU NIEZGODNOŚCI Z PRAWEM I REGULACJAMI DOTYCZĄCYMI DOSTAWY I UŻYTKOWANIA PRODUKTÓW I USŁUG	NIE STWIERDZONO

## PODZIĘKOWANIA

Serdecznie dziękujemy wszystkim osobom, które brały udział w pracy nad tegorocznym raportem.

Dziękujemy interesariuszom zewnętrznym oraz wewnętrznym, którzy poświęcili czas, aby podzielić się z nami spostrzeżeniami podczas spotkań dialogowych oraz przygotowali wypowiedzi do zamieszczenia w tym raporcie.

Publikacja ta, już po raz czwarty, powstała dzięki Wam. Do osób, do których kierujemy nasze szczególne podziękowania, należą:

- z centrali ANG: Tomasz Bujański, Dominika Osiak, Ewa Fijołek, Grzegorz Pacuk, Paulina Rutyna, Elżbieta Rzempała, Agnieszka Zdanowska;
- spółdzielcy i eksperci: Martyna Cwalina, Katarzyna Duszyńska, Krzysztof Iwan, Paweł Karpiński, Łukasz Paciorek, Jacek Plewa, Michał Sawczuk;
- nasi interesariusze zewnętrzni: Maciej Chlebowski, Aleksandra Czekala, Dariusz Dudek, Karolina Hyjek, Maria Ibisz, Bartosz Jamróz, Magdalena Klaus, Paweł Kruk, Paweł Łukasiak, Andrzej Roter, Rafał Rudzki, Luiza Sidorczuk, Magdalena Sydow.

Dziękujemy również Pawłowi Oksanowiczowi za redakcję tekstu oraz Poważnemu Studiu za graficzne ujęcie świata Spółdzielni.

