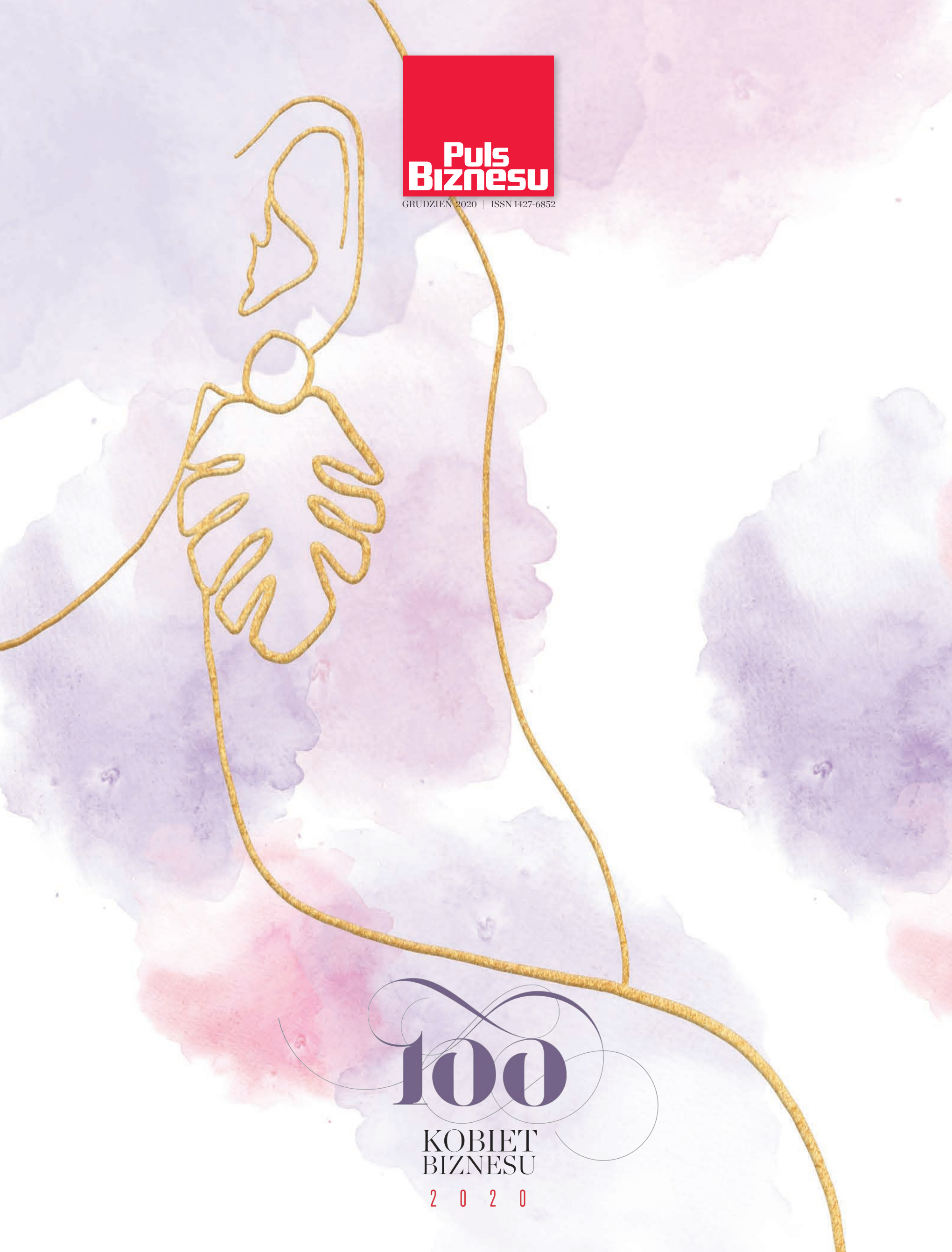


Puls Biznesu
GRUDZIEŃ 2020 | ISSN 1427-6852

100 KOBIET BIZNESU 2020

Żabka ma już **5000 franczyzobiorców!**
Dlaczego warto do nich dołączyć?

„CHCĘ ROZWIJAĆ SIĘ ZAWODOWO I ZDOBYWAĆ DOŚWIADCZENIE.”

Anna, franczyzobiorczyni z Lublina

SPRAWDŹ WIĘCEJ POWODÓW, DLA KTÓRYCH WARTO DOŁĄCZYĆ DO ŻABKI, NA **WWW.5000POWODOW.PL**

żabka

Kobiety biznesu zdają najtrudniejszy egzamin

O tym, że rok 2020 nie jest typowy, po dziewięciu miesiącach trwania pandemii nie trzeba przekonywać nikogo. Jest więc oczywiste, że publikowana przez nas 10. edycja rankingu 100 Kobiet Biznesu i towarzyszący jej plebiscyt również różnią się od poprzednich.
Laureatki rankingu 100 Kobiet Biznesu były oceniane na podstawie kryteriów świadczących o zrównoważonym rozwoju i doskonałej kondycji firm, którymi zarządzają. Tworzy go setka kobiet, których firmy wyróżniły się największą dynamiką sprzedaży i zysku w dwóch ostatnich latach, w których przecież trudno było narzekać na koniunkturę. Tymczasem czytelnicy „Pulsu Biznesu" i portalu Bankier.pl, którzy decydowali o wynikach plebiscytu na Kobietę Biznesu 2020, oceniali działalność właścicielek i menedżerek firm już w wyjątkowo trudnych warunkach pandemii. W tym roku, siłą rzeczy, wśród wielu atutów kobiet biznesu na plan pierwszy wyszła więc umiejętność zarządzania firmą w warunkach kryzysowych. Pandemia to czas, w którym trzeba podejmować niestandardowe, trudne, a czasami wręcz bolesne decyzje. Ich celem jest zapewnienie firmom przetrwania i – jeśli to możliwe – wypracowanie jak najlepszych pozycji do dalszego rozwoju. Tegoroczna lista 100 Kobiet Biznesu i wyniki plebiscytu dowodzą, że polskie menedżerki potrafią się odnaleźć w tych trudnych warunkach nie gorzej niż panowie. Do uzyskania takich umiejętności przyczynia się zapewne to, że większość z nas – menedżerek – łączy zarządzanie firmą z organizowaniem życia rodziny.
Trudne warunki pandemii nie zamknęły jednak polskich kobiet w kręgu wyznaczanym przez sprawy zawodowe i rodzinne. Ich aktywny sprzeciw wobec narzucania zmian w obowiązującym porządku prawnym to znak, że COVID-19 nie pozbawił ich wrażliwości na ważne sprawy społeczne i gotowości do czynnej obrony swoich praw.
Ale wróćmy do rankingu i plebiscytu. Mimo że na naszej liście, jak zwykle, znalazło się ponad sto laureatek, nie mam wątpliwości, że zasługujących na laury mistrzyń biznesu jest w polskich firmach o wiele więcej. Wystarczy spojrzeć na to, jak przedsiębiorstwa kierowane przez panie radzą sobie w czasach koronakryzysu. Większość z powodzeniem utrzymuje się na rynku i stara się, ponosząc możliwie najmniejsze straty, dotrwać do lepszych czasów. Są i takie, dla których pandemia to czas umacniania pozycji firm, zdobywania nowych rynków i powiększania zespołów.
W nadziei, że warunki naszego życia, a także prowadzenia działalności gospodarczej już niedługo zaczną się normalizować, życzę laureatkom rankingu 100 Kobiet Biznesu, plebiscytu na Kobietę Biznesu 2020 i wszystkim paniom, które kierują przedsiębiorstwami, zdrowia i wytrwałości. Jestem przekonana, że z powodzeniem stawią czoła dzisiejszym trudnościom i wkrótce, już bez ograniczeń, zaczną znów realizować swoje pasje w biznesie i życiu osobistym.

Patricia Deyna

Patricia Deyna
prezes Bonnier Business (Polska), wydawcy „Pulsu Biznesu"

Organizator

Autor rankingu

Partnerzy

O awans trzeba powalczyć

Grupa menedżerek wysokiego szczebla w BNP Paribas postanowiła odczarować rzeczywistość. Przyświeca im ta sama idea — idea wzajemnego wspierania się kobiet. Dlatego powstał program „Kobiety zmieniające BNP Paribas", a w jego ramach program rozwojowy Woman Up, w którym sto kobiet przez rok będzie odkrywać swoje mocne strony i uczyć się sięgania po więcej, a wspierać je będą... mężczyźni.

Susan Vinnicombe, autorka książki „Kobieta w zarządzaniu", podkreśla, że największymi atutami kobiet jest umiejętność współpracy i zaangażowanie, zdolność słuchania i przekazywania informacji oraz porozumiewania się, które instynktownie wykorzystują w pracy zawodowej. Kobiety są też dobrze wykształcone, odporne psychicznie, zaradne, konsekwentne i ambitne. Potrafią w zadziwiający sposób pogodzić życie zawodowe z prywatnym, a jednak nadal rzadziej awansują.
– Przez wiele lat obowiązywał konserwatywny model, w którym do mężczyzn należało zarządzanie. To się zmienia, ale mimo przewartościowania ról w społeczeństwie kobietom o awans jest trudniej – przyznaje Wioletta Marciniak-Mierzwa, dyrektor departamentu wynagrodzeń, benefitów i raportowania w Banku BNP Paribas.

Walka ze stereotypami

Żyjemy w XXI wieku, ale barier utrudniających kobietom awans w pracy wciąż jest bardzo dużo. Są to uwarunkowania historyczne, kulturowe, społeczne i religijne. Bariery są też w samych kobietach. Starsze pokolenia nie wspierają młodszych w ich chęci rozwoju i wybieraniu własnej drogi życia. Widać to zwłaszcza w mniejszych miejscowościach, w których wciąż panuje patriarchalny model rodziny.
W Banku BNP Paribas pracuje 9,3 tys. osób, z czego 6,3 tys. to kobiety z różnych regionów Polski. Widzimy, jak nadal bardzo tradycyjne jest pojmowanie roli kobiety na wielu płaszczyznach.
– Młode, ambitne dziewczyny, które na pewnym etapie życia dojrzewają do chęci dalszej nauki, są wciskane w bardzo stereotypową i jedyną słuszną rolę matki Polki. Wchodzą więc w rolę opiekuńczą, niemal służebną wobec rodziny. Często wpędza je to w poczucie winy, że nie są w stanie podołać obowiązkom, i na wiele lat rezygnują z własnych ambicji. W tym czasie mężczyźni rozwijają się, kształcą, wspinają na kolejne szczeble kariery i nie dostrzegają żadnych barier, bo one ich nie dotyczą – podkreśla Wioletta Marciniak-Mierzwa.
– Trzeba pamiętać, że nasze matki często poświęcały się domowi i rodzinie, uważają więc, że córki również powinny tak robić. Nie ma przyzwolenia społecznego na prawo do innych wyborów. To dotyczy setek tysięcy dziewczyn, choć na co dzień nie jest bardzo widoczne – mówi Aleksandra Zouner, dyrektor zarządzająca pionu rachunkowości zarządczej i relacji inwestorskich w Banku BNP Paribas i dodaje, że mało jest matek, które świadomie dają wolność wyboru córkom i wspierają je w podążaniu do osiągania celów zawodowych. Ojcowie również nieczęsto myślą, jakie postawy życiowe chcą rozwijać i wzmacniać w córkach, by w przyszłości osiągnęły życiowy sukces. A to odbija się później w przyjmowanych przez nie postawach w życiu i w pracy.

Strefa komfortu

– Wiele dorosłych kobiet z własnej woli wciela się w rolę grzecznych dziewczynek, żeby spełniać wszystkie oczekiwania otoczenia, a mimo to rzadko dochodzą do szczytu kariery. Pewnie to pochodna wychowania, dawania większego przyzwolenia chłopcom na posiadanie własnego zdania. Wielu kobietom trudno wyjść z roli grzecznej dziewczynki – mówi Wioletta Marciniak-Mierzwa.
– Szefom jest z nimi po prostu wygodnie, ponieważ pracują za trzech. Często je doceniają, ale nie mają żadnego interesu we wspieraniu ich w dalszym rozwoju czy awansie. Tylko bardzo dojrzały menedżer będzie miał odwagę zrezygnować z własnej wygody, wspierać pracownicę w jej dalszej karierze i zastąpić ją innym pracownikiem – tłumaczy Aleksandra Zouner.
Liderki „Kobiet zmieniających BNP Paribas" podkreślają, że kobiety nie umieją walczyć o siebie, widzieć swojej kariery jako osobistego projektu, nad którym należy pracować. Nikt ich tego nie uczy.
– Nie dostaje się awansu za samą obecność. Trzeba mówić o tym, że jest się dobrym w tym, co się robi, a kobiety rzadziej od mężczyzn o tym mówią – dodaje Wioletta Marciniak-Mierzwa.
Kobiety zbyt nisko się też oceniają.
– Muszą być pewne na 150 proc., żeby uruchomić inicjatywę, a często wystarczy 70-80 proc. Często nie biorą udziału w rekrutacji, bo czytając opis stanowiska i wymagania, uważają, że brakuje im 10-15 proc. do spełnienia oczekiwań. Mężczyźni mogą nie spełniać 30 czy 40 proc. i mają odwagę startować – mówi menedżerka HR.
Kobiety niechętnie wychodzą ze strefy komfortu. Są też inaczej oceniane niż mężczyźni. Często na pierwszy plan wychodzi ocena aparycji, rzadziej osiągnięcia, kompetencje, doświadczenie. Kobiety nie potrafią też mówić o sobie przez pryzmat doświadczeń zawodowych.
– Kobiety, które na spotkaniu biznesowym mają opowiedzieć o sobie, zaczynają od części rodzinnej. Mężczyzna od tego by nie zaczął, a jak mówimy o sobie, tak jesteśmy oceniane. Na gruncie biznesowym dziewczyny muszą się uczyć definiować siebie poprzez swoje role zawodowe – podkreśla Wioletta Marciniak-Mierzwa.

Uwolnienie potencjału

Liderki programu w Banku BNP Paribas pokazują, jak bardzo potrzebne jest systemowe wsparcie awansu kobiet, programy rozwojowe, mentoringowe, coachingowe, mierzenie luki płacowej i odważne mówienie o niej, pokazywanie, ile jest kobiet, a ilu mężczyzn na poszczególnych szczeblach, ile kobiet awansuje.
– Przez pokazywanie dobrych wzorców, jakie wypracowujemy w organizacji, chcemy zmieniać rzeczywistość, promować utalentowane kobiety, bo to pokazuje, że to jest możliwe – twierdzi Wioletta Marciniak-Mierzwa.
Liderki postanowiły wspierać kobiety na ścieżce rozwojowej nie tylko na gruncie zawodowym, ale pomagać im wychodzić ze strefy komfortu, uczyć odważnego zabierania głosu.
– Wierzymy, że nie będą rezygnowały z awansu na wyższe stanowiska, nie będą bały się

odpowiedzialności, będą decyzyjne i sprawcze. Kobiety są ambitne, tylko potrzebują, żeby ich potencjał ktoś uwolnił – przekonuje Wioletta Marciniak-Mierzwa.
– Widzimy, jaką siłę przekazu i efekty ma to, że działamy razem i mówimy jednym głosem, mimo że jesteśmy z bardzo różnych miejsc organizacji. To mentalna zmiana i obraz tego, co dzieje się w społeczeństwie i firmach. Pokazujemy, że kobiety chcą i potrafią sięgać po więcej – podkreśla Aleksandra Zouner.

Być jak Joe Biden

Najpierw powstał projekt „Kobiety zmieniające BNP Paribas", teraz w jego ramach roczny program rozwojowy Women Up, który jest autorskim pomysłem bankowych liderek.
– Nomen omen wystartowałyśmy dzień przed nominacją Kamali Harris na wiceprezydentkę USA. Lepszego momentu na start nie mogłyśmy mieć – śmieje się Wioletta Marciniak-Mierzwa.

Misja. Wioletta Marciniak-Mierzwa, dyrektor departamentu wynagrodzeń, benefitów i raportowania w Banku BNP Paribas, i Aleksandra Zouner, dyrektor zarządzająca pionu rachunkowości zarządczej i relacji inwestorskich w Banku BNP Paribas, liderki programu „Kobiety zmieniające BNP Paribas", podkreślają, że trzeba uczyć kobiety walczyć o siebie i postrzegać karierę jako osobisty projekt, nad którym należy pracować.

Sto kobiet pracujących w banku zostało zaproszonych w inspirującą podróż rozwojową.
– Chcemy, aby uczestniczki, oprócz rozwoju osobistego, stworzyły społeczność zmotywowanych i zaangażowanych kobiet, których aktywność i postawa będą promieniowały na inne kobiety w banku – podkreśla Aleksandra Zouner.
Aby dostać się do Women Up, kobiety zostały poproszone o zgłoszenie pomysłu, który rozpoczynało zdanie „Gdybym miała odwagę, to zmieniłabym w banku...". Wpłynęło wiele pomysłów i wybór dziesięciu projektów do realizacji był dla nas nie lada wyzwaniem.
– Pomysł miał zachęcić do zdobycia się na odwagę, bo cała ta przygoda jest właśnie o odwadze pójścia dalej i sięgania po więcej. Każda ze stu kobiet, niezależnie od tego, w którym miejscu jest dzisiaj, jeśli wykona krok lub trzy kroki do przodu, to po 12 miesiącach będzie już w zupełnie innym miejscu.

Będzie to również pozytywna i znacząca zmiana kulturowa dla banku – podkreśla Aleksandra Zouner.
– Zależy nam na tym, żeby mężczyźni wspierali nas zarówno w pracy, jak i w domach, żeby rozumieli, że spełniona zawodowo kobieta, bez syndromu siłaczki, jest lepszą pracownicą, szczęśliwszą partnerką i matką – podkreśla Wioletta Marciniak-Mierzwa.
Każdy z projektów wybranych do wdrożenia będzie miał swojego patrona – senior menedżera lub menedżerkę w banku, którzy będą im towarzyszyć.
– Tak jak Joe Biden zaprosił kobietę do wiceprezydentury, tak my, kobiety, chcemy zaprosić mężczyzn do współpracy, ponieważ jesteśmy przekonane, że dojrzałość w dostrzeganiu znaczenia partnerstwa jest przyszłością i ma olbrzymią wartość – podsumowują liderki w Banku BNP Paribas.
[EB, FOT. ARC]

Kobiece przywództwo opiera się na wartościach

Współczesna gospodarka jest coraz bardziej konkurencyjna. Tym, co różnicuje najbardziej wartościowe firmy, coraz częściej jest ich unikalna tożsamość, misja, klarowna wizja i wartości, które za nią stoją. Przywództwo może być tym bardziej skuteczne, im bardziej odnosi się do wartości i przekonań, potrzeb ludzi oraz ich oczekiwań. Młodzi zdolni ludzie coraz rzadziej szukają autorytarnego przywództwa opartego na sile i rywalizacji. Z moich obserwacji przez ostatnie lata wynika, że bardziej istotne jest dla nich poczucie wspólnoty, możliwość tworzenia, samorozwoju, współuczestnictwa w czymś, w co wierzą. Tutaj widzę wielką szansę dla kobiet, które często swoje przywództwo opierają na wyznawanych wartościach, wrażliwości na potrzeby drugiego człowieka (pracownika i klienta), współpracy, dzieleniu się wiedzą, doświadczeniem i zasługami. Są autentyczne w komunikowaniu uczuć i emocji.

Kobiety bardzo często mają naturalną umiejętność obserwacji, zrozumienia, empatii, często potrafią też wykorzystywać różne style przywództwa. Wynika to z ich doświadczenia życiowego, historii, pełnionych ról – nie tylko w pracy. Sama, będąc mamą dwóch chłopców, w relacji rodzicielskiej uczę się umiejętności dyskusji, szerokiego patrzenia oczami drugiego człowieka, szacunku, dostrzegania i rozumienia potrzeb innych, często zupełnie nieoczywistych. Umiejętności zdobyte w biznesie wykorzystuję na polu prywatnym i odwrotnie. Te sfery bardzo mocno się przenikają i uzupełniają.

Niestety ciągle jeszcze wiele kobiet nie ma wystarczającej wiary we własne możliwości. Rzadko która kobieta przyznaje, że ważny jest dla niej sukces zawodowy. Planuje go i dba o to, by zapewnić sobie odpowiednie wsparcie. Pamiętajmy, że do sukcesu nie dochodzi się w pojedynkę. Potrzebne jest wsparcie. Dla mnie szczególnie ważne jest wsparcie męża, na którego zawsze mogę liczyć – jego miłość, zrozumienie i akceptacja dają mi siłę i pozwalają iść do przodu.

Od początku swojej kariery spotykałam kobiety, które potrafiły godzić życie rodzinne i zawodowe, były inspiracją i żywym przykładem dającym energię do działania. Moja pierwsza menedżerka, mentorka, a obecnie przyjaciółka to osoba, która pokazała mi, jak być liderem, budować zaufanie, prowadzić zespół, wyzwalając z ludzi to, co w nich najlepsze.

W Żabce kierujemy się wartościami otwartości, odpowiedzialności, ambicji i wiarygodności.

Marta Wrochna-Łastowska
dyrektor finansowa, Żabka Polska

Tutaj mam możliwość pracy z ludźmi, którzy wierzą we mnie i zawsze są gotowi pomóc, stawiają wysokie wymagania i jednocześnie dają narzędzia umożliwiające ich realizację. To otwiera duże możliwości.

Prowadząc zespół, cieszę się, gdy widzę, że ludzie, z którymi pracuję, realizują się w tym, co robią, osiągają sukcesy i cieszą się nimi. Jestem dumna, gdy rozwijają się, awansują, są spełnieni. Wiele kobiet, z którymi miałam możliwość pracować, zarządza obecnie zespołami finansowymi, pełni role menedżerskie w firmach doradczych. Są również wspaniałymi mamami. Część z nich rekrutowałam, niejednokrotnie prosto po studiach. To ogromna radość widzieć, że realizują się na różnych polach. Z wieloma z nich ciągle jesteśmy w kontakcie, wymieniając się doświadczeniami, wiedzą i wspierając wzajemnie. To dla mnie bardzo ważne.

Kobiety wnoszą do biznesu cenne wartości, po części inne niż mężczyźni. Ich symbioza i komplementarność, wzajemne uzupełnianie się i dopełnianie może pomóc firmom w bardziej efektywnym rozwoju, zwiększeniu potencjału do rozwiązywania problemów, zwiększeniu innowacyjności. Kobiety stanowią przecież ponad połowę społeczeństwa i absolwentów szkół wyższych – to ogromny potencjał, który powinien zostać wykorzystany.

Marta Wrochna-Łastowska

MATERIAŁ PARTNERA RANKINGU

Kobiety w logistyce – decyzyjność i profesjonalizm

Polityka równości to podstawa strategii zrównoważonego rozwoju w DPD Polska i DPDgroup. Jako firma tworzymy przyjazne środowisko pracy, zachęcające naszych pracowników do ciągłego rozwoju. Oferujemy kobietom i mężczyznom jednakowe warunki i szanse awansu zawodowego. W 2019 r. w DPDgroup panie stanowiły 29 proc. zatrudnionych, czyli o 1 pkt proc. więcej niż w 2018. W niektórych grupach, np. wśród pracowników biurowych, ten odsetek sięgał 50 proc. Jesteśmy organizacją, która potrzebuje pracowników i współpracowników o różnych predyspozycjach, kompetencjach i osobowościach. Uważnie śledzimy rynek i analizujemy zmiany demograficzne. Jak wskazuje GUS, w Polsce aż około 60 proc. osób z wyższym wykształceniem to kobiety. Dostrzegamy ten trend i poszukujemy najlepszych kandydatek, którym zapewniamy takie warunki, aby niezależnie od ról pełnionych w życiu mogły realizować się zawodowo. Dzięki temu podejściu w naszej firmie aż 30 proc. kadry kierowniczej stanowią kobiety. Według badania „Women in business" z 2020 r. przeprowadzonego przez firmę Grant Thornton to wynik o 1 pkt proc. wyższy od średniej globalnej.

Kobiety, które pełnią ważne role w DPD Polska, świetnie radzą sobie w wymagającym środowisku operacyjnym, przez wielu postrzeganym jako męskie. To właśnie kobiety piastują wysokie stanowiska menedżerskie w wielu firmach logistycznych, gdzie podobnie jak w innych branżach liczą się przede wszystkim profesjonalizm, decyzyjność, odporność psychiczna i dobre pomysły. Kobiety w naszej firmie osiągnęły sukces dzięki wysokim kompetencjom, zaangażowaniu i ciągłemu doskonaleniu. Jako odpowiedzialny pracodawca zapewniamy niedyskryminujące, pozytywne i wolne od stereotypów środowisko zawodowe, które wspiera pracowników w zdobywaniu umiejętności cenionych na rynku pracy i korzystnie wpływa na wzmacnianie wewnętrznej przedsiębiorczości w firmie. Ponadto tworzymy dobre warunki dla pracujących mam, by mogły uczestniczyć w projektach zawodowych na równych zasadach.

Na podstawie wieloletniego doświadczenia w biznesie mogę potwierdzić, że kobiety świetnie sprawdzają się w roli menedżerek czy liderek. Wyróżnia je odpowiedzialność, empatia, umiejętność trafnej oceny sytuacji, ale także zaangażowanie i dążenie do celu, dzięki czemu stanowią wzorzec skutecznego przywództwa. Jestem przekonana, że należy promować przedsiębiorczość i rozwój zawodowy wśród kobiet. Cieszę się, że jako partner rankingu 100 Kobiet Biznesu możemy inspirować je i motywować do osiągania kolejnych sukcesów na każdym szczeblu kariery. W DPD Polska zależy nam bowiem na zapewnieniu takiego środowiska pracy, w którym każdy będzie mógł pracować w warunkach wspierających równe szanse awansu i zapobiegających wszelkim praktykom dyskryminującym.

Monika Kowalska

Monika Kowalska
członek zarządu DPD Polska, dyrektor ds. jakości, bezpieczeństwa i administracji

Jak powstawał ranking 100 Kobiet Biznesu 2020

W ostatniej dekadzie sytuacja zawodowa Polek uległa wyraźnej poprawie. Coraz więcej firm podejmuje znaczące kroki w celu wyrównania płac, zachowania parytetu równości w zarządach spółek czy dostępie do szkoleń zawodowych i kursów podnoszących kwalifikacje. Mimo to wciąż widoczne są nierówności i dysproporcje w traktowaniu kobiet i mężczyzn w biznesie, szczególnie w kontekście wynagrodzenia.
Według ostatnich danych GUS kobiety w Polsce przeciętnie zarabiają o 18,5 proc. mniej niż mężczyźni – to przy średniej krajowej prawie 1000 zł brutto mniej.
W zniwelowaniu luki płacowej kobietom nie pomaga lepsze wykształcenie. Zarabiają mniej, mimo że wśród badanych znacznie więcej osób z wyższym wykształceniem to kobiety. Różnice w zarobkach występują w każdej grupie zawodowej, choć w niektórych są minimalne (np. pracownicy biurowi), a w innych bardzo silne (przedstawiciele władz publicznych, specjaliści). Cykliczne badanie Eurostatu pokazuje, że w Polsce zróżnicowanie płac kobiet i mężczyzn jest mniejsze niż w innych krajach europejskich. Podobnie małe różnice występują jedynie w Belgii, we Włoszech, w Rumunii czy Słowenii. Na przeciwległym biegunie znajdują się m.in. Niemcy i Wielka Brytania.
Bisnode Polska wraz z redakcją „Pulsu Biznesu" od lat patronuje aktywności biznesowej Polek. Głównym celem przyświecającym twórcom rankingu 100 Kobiet Biznesu jest

FIRMY Z PRZYCHODEM ZE SPRZEDAŻY PONIŻEJ 50 MLN ZŁ

Lp.	Imię i nazwisko	Stanowisko	Firma	Miasto	Województwo	Przychody 2019 w mln	Zmiana przychodów 2019/2018 w proc.	Zmiana zysków 2019/2018 w proc.
1	Katarzyna Stępczak	właścicielka	Katarzyna Stępczak KPM	Długołęka	dolnośląskie	47,38	58,42	3 318,09
2	Jolanta Suchińska	prezes	Viva Inwestycje	Pyskowice	śląskie	41,63	20,78	5 507,76
3	Anna Korytkowska-Kubiak	prezes	Pollux	Warszawa	mazowieckie	48,96	18,93	1 049,46
4	Danuta Gazińska	prezes	Systherm Chłodnictwo i Klimatyzacja	Poznań	wielkopolskie	43,03	41,95	917,72
5	Olha Malynovska	prezes	Sfera Parts Distribution	Przemyśl	podkarpackie	44,03	38,02	509,37
6	Leila Ben Arfi	prezes	Best Reisen Group	Warszawa	mazowieckie	46,10	72,58	135,62
7	Dominika Kozarzewska	prezes	Grupa Producentów Owoców Polskie Jagody	Olchowiec	lubelskie	35,34	25,82	1 859,18
8	Elżbieta Kujawa	prezes	Sunday Polska	Warszawa	mazowieckie	24,71	145,13	1 552,33
9	Joanna Bogacka	prezes	Just In Time Logistics	Tarnowskie Góry	śląskie	23,97	66,18	4 093,45
10	Agnieszka Pawlik	prezes	Gorzyca Wind Invest	Warszawa	mazowieckie	42,79	21,79	277,90
11	Agnieszka Antczak	prezes	GPR Zgoda	Konin	wielkopolskie	30,21	80,53	609,90
12	Anna Szurek	prezes	Miejski Zakład Komunikacji w Słupsku	Słupsk	pomorskie	46,01	8,50	421,62
13	Monika Łyko-Dutka	prezes	Antoni Łyko	Zabierzów	małopolskie	44,18	30,79	100,62
14	Katarzyna Starościk	prezes	Mark Spedition	Dołuje	zachodniopomorskie	41,84	40,00	103,84
15	Joanna Malec	prezes	Struktum SJ	Poznań	wielkopolskie	20,72	33,33	13 571,74
16	Barbara Sulewska	prezes	Społem PSS W Grajewie	Grajewo	podlaskie	38,71	6,69	770,39
17	Julita Kulik	właścicielka	Julita Kulik PH Bocian	Bilcza	świętokrzyskie	41,55	16,11	155,15
18	Beata Gołębiowska	prezes	Nebraska	Wieliczka	małopolskie	26,14	23,60	2 149,58
19	Joanna Ambroziak	prezes	Klinika Ambroziak	Warszawa	mazowieckie	35,30	23,68	259,29
20	Józefa Haras	prezes	Kamet	Reńska Wieś	opolskie	43,78	18,70	61,64
21	Zofia Egierska	prezes	ED Invest	Warszawa	mazowieckie	43,65	8,31	148,09
22	Sabina Łupieżowiec	prezes	Von Schaewen Polska	Świętochłowice	śląskie	34,89	10,97	454,96
23	Małgorzata Strzelczyk	prezes	Społem Powszechna Spółdzielnia Spożywców w Puszczykowie	Puszczykowo	wielkopolskie	45,84	6,44	129,14
24	Wiesława Cieplicka	prezes	Nowy Szpital w Świebodzinie	Świebodzin	lubuskie	38,23	16,03	121,98
25	Jadwiga Chudyk	prezes	Koloryt	Wrocław	dolnośląskie	35,17	14,07	239,00
26	Romualda Zajdel-Pawlak	prezes	Sintur	Szadów Pański	wielkopolskie	47,91	11,74	34,07
27	Joanna Kalata	prezes	Matbud	Warszawa	mazowieckie	30,72	52,37	119,10
28	Karin Samusch	prezes	Sun Farm	Łomianki	mazowieckie	39,92	23,38	51,26
29	Milena Tarkowska	prezes	Tarco	Kotórz Mały	opolskie	31,41	59,32	84,65
30	Elżbieta Miela-Bździkot	prezes	Elrob	Warszawa	mazowieckie	29,05	36,97	232,56
31	Julia Diatczyk	prezes	DataArt Poland	Lublin	lubelskie	25,40	22,69	996,98
32	Agnieszka Rejdych	prezes	Mercapharm	Gdynia	pomorskie	27,93	14,23	833,71
33	Hanna Kosela	prezes	Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej Żyrardów	Żyrardów	mazowieckie	40,19	22,85	34,16
34	Anna Baran	prezes	PP Duo	Borówno	kujawsko-pomorskie	26,27	13,54	1 070,54
35	Monika Roś-Gruszczyk	członek zarządu	3S Data Center	Katowice	śląskie	34,12	23,39	89,03
36	Małgorzata Pleskot	prezes	Ecor Product	Stęszew	wielkopolskie	34,79	9,54	216,73
37	Magdalena Aleksandrowicz	prezes	Contract Administration	Warszawa	mazowieckie	35,12	8,16	231,66
38	Iwona Olejnik	prezes	Uzdrowisko Rymanów	Rymanów	podkarpackie	39,71	7,00	107,82
39	Beata Dziwosz	prezes	Intralog	Dobra	zachodniopomorskie	30,99	62,80	41,55
40	Zofia Kiwała	prezes	Spółdzielnia Producentów Grzybów Jadalnych	Maków	łódzkie	31,05	23,95	128,39
41	Dorota Łukasik	prezes	Wilk 2	Lublin	lubelskie	29,64	83,01	37,42
42	Wioletta Wilga-Misialska	prezes	Warsaw Meats	Warszawa	mazowieckie	47,10	3,35	72,69
43	Beata Sadownik	prezes	Szpital Wielospecjalistyczny	Gliwice	śląskie	30,49	23,84	134,09
44	Magdalena Szulc	prezes	Karnal Investments	Warszawa	mazowieckie	18,94	9,44	10 960,12
45	Anna Nielaba	prezes	Gruppo Sigel Poland	Sosnowiec	śląskie	26,66	2,55	4 654,06
46	Magdalena Sobczak	prezes	Applex	Sadkowice	łódzkie	27,38	13,53	475,71
47	Halina Łoś	prezes	Atom Deweloper	Wrocław	dolnośląskie	32,73	16,74	97,74
48	Roberta Franzoni	prezes	Prandelli Polska	Gdańsk	pomorskie	36,54	19,60	34,37
49	Halina Martyna	prezes	Toruńskie Przedsiębiorstwo Budownictwa Przemysłowego Przemysłówka	Toruń	kujawsko-pomorskie	38,67	16,09	28,73
50	Katarzyna Wróbińska	prezes	Tree IT	Kościelna Wieś	wielkopolskie	30,39	17,40	122,66

chęć skruszenia szklanego sufitu. W tym roku po raz kolejny nagradzamy wyjątkowe kobiety stojące na czele równie wspaniałych przedsiębiorstw. Kobiety odważne, realizujące śmiałe przedsięwzięcia biznesowe, działające w różnych regionach Polski, które zbudowały ogólnopolskie i rozpoznawalne w świecie marki. Wybór przebiegał w kilku etapach.
W pierwszym spośród niemal 4 mln przedsiębiorstw Bisnode Polska wytypowała panie, które nieprzerwanie przez dwa lata zajmowały stanowisko prezesa lub były właścicielkami firmy. W tym roku pod uwagę wzięliśmy także członkinie zarządu, panie na stanowisku dyrektora zarządzającego i współwłaścicielki firmy.
W drugim etapie, wykorzystując know-how dostępne w Krajowym Rejestrze Sądowym lub posiadane przez Bisnode Polska sprawozdania finansowe, wytypowaliśmy przedsiębiorstwa o minimalnym – w ocenie organizatorów – ryzyku współpracy. Działają na rynku co najmniej trzy lata, a w latach 2019-18 wykazały dodatnią dynamikę wartości sprzedaży i zysku, miały dodatni wynik finansowy, terminowo wywiązywały się z obowiązku publikacji danych finansowych lub swoje wyniki przesłały bezpośrednio do Bisnode Polska.
W rezultacie wyłoniliśmy 100 firm zarządzanych przez panie. Przedsiębiorstwa podzieliliśmy na dwie grupy według przychodu za ostatni rok obrachunkowy. Małe i średnie firmy to te, które w 2019 r. w sprawozdaniu finansowym wykazały roczny przychód od 10 do 50 mln zł. W drugiej grupie znalazły się korporacje i przedsiębiorstwa z rocznym przychodem powyżej 50 mln zł.
Historia każdej pani z tego zestawienia udowadnia, że ciężką pracą, a także ciekawym pomysłem można osiągnąć wielki sukces. Laureatkom dziesiątej edycji rankingu 100 Kobiet Biznesu serdecznie gratuluję w imieniu swoim i wywiadowni gospodarczej Bisnode Polska.

Tomasz Starzyk
Bisnode Polska

O Bisnode
Bisnode jest europejskim liderem w dostarczaniu danych i analiz. Działa w 19 krajach, gdzie zatrudnia 2,1 tys. pracowników. Pomaga firmom zdobywać klientów i utrzymywać bezpieczne relacje biznesowe przez cały okres współpracy. Umożliwia im podejmowanie trafnych decyzji dzięki inteligentnemu wykorzystaniu danych. Oznacza to, że łączy, a następnie analizuje dane własne, dane klientów oraz big data generowane każdego dnia na świecie.
www.bisnode.pl

FIRMY Z PRZYCHODEM ZE SPRZEDAŻY POWYŻEJ 50 MLN ZŁ

Lp.	Imię i nazwisko	Stanowisko	Firma	Miasto	Województwo	Przychody 2019 w mln	Zmiana przychodów 2019/2018 w proc.	Zmiana zysków 2019/2018 w proc.
1	Bożena Leśniewska	wiceprezes	Orange Polska	Warszawa	mazowieckie	10 646,00	0,63	8700,00
2	Ewelina Jarosz	prezes	Eurokadra	Zabrze	śląskie	80,71	54,60	16529,33
3	Małgorzata Winiarek-Gajewska	prezes	NDI	Sopot	pomorskie	399,42	190,06	305,72
4	Izabela Albrychiewicz	prezes	GroupM	Warszawa	mazowieckie	377,74	22,15	2222,95
5	Magdalena Mucha	prezes	Batna	Częstochowa	śląskie	337,45	436,63	136,93
6	Anna Nowak-Przybylak	prezes	Casino	Warszawa	mazowieckie	1 039,41	99,86	13,26
7	Agnieszka Stępień	prezes	Lek	Stryków	łódzkie	1 854,59	4,23	54,18
8	Elżbieta Zajezierska	prezes	Nowel	Legionowo	mazowieckie	268,45	36,64	185,61
9	Grażyna Marszałkowska	prezes	PPHU Marks	Sokolniki	łódzkie	476,06	24,85	95,76
10	Renata Jarlaczyńska	prezes	Przedsiębiorstwo Innowacyjno Wdrożeniowe JMB	Budno	zachodniopomorskie	159,20	76,48	219,43
11	Sylwia Majewicz	prezes	Podlaskie Zakłady Zbożowe	Białystok	podlaskie	90,85	61,20	680,88
12	Anna Monrad	prezes	Dell	Warszawa	mazowieckie	1 966,61	2,67	57,95
13	Iwona Łach	prezes	Blachprofil 2	Kraków	małopolskie	383,54	8,29	318,14
14	Ewa Ruszkiewicz	prezes	Zachodniopomorskie Mleko	Warszawa	mazowieckie	125,53	53,09	368,49
15	An Judith Nuyttens	prezes	Solvay Poland	Włocławek	kujawsko-pomorskie	373,47	21,62	116,54
16	Joanna Barszcz	prezes	Worol	Lasocice	wielkopolskie	156,15	34,21	332,65
17	Alina Łuczycka	prezes	Allcon Osiedla	Gdynia	pomorskie	118,12	102,12	180,94
18	Dorota Domnik	prezes	Nord Capital	Połchowo	pomorskie	190,72	41,50	171,19
19	Anna Whitehouse	prezes	Total Polska	Warszawa	mazowieckie	1 139,71	9,93	26,61
20	Bernadeta Skibicka	prezes	Tevex Logistics	Grodzisk Wielkopolski	wielkopolskie	82,75	19,58	1276,14
21	Katarzyna Stokłosa	prezes	Park Drobiarski	Śmiłowo	wielkopolskie	274,26	13,32	194,85
22	Joanna Żuk	prezes	Kome Polska	Warszawa	mazowieckie	185,14	56,51	86,73
23	Halina Florek	prezes	Werner Kenkel	Krzycko Wielkie	wielkopolskie	688,53	4,61	75,35
24	Barbara Szeflińska	prezes	Wielkopolskie Centrum Ratownictwa Medycznego	Konin	wielkopolskie	71,90	418,66	50,18
25	Anna Durdyn	prezes	Medana Pharma	Sieradz	łódzkie	353,45	22,84	46,62
26	Joanna Pawlak	prezes	Wirtualna Polska Media	Warszawa	mazowieckie	371,43	14,66	56,85
27	Kristina Červenkova	prezes	Tameh Polska	Dąbrowa Górnicza	śląskie	1 313,53	26,03	3,06
28	Małgorzata Deckinger-Mrowiec	prezes	Hama Polska	Robakowo	wielkopolskie	264,40	31,74	40,47
29	Stefania Jałowiecka	prezes	Pol-Oil Corporation	Stanisławowo	mazowieckie	983,67	1,72	58,95
30	Iwona Kędzior-Krasoń	właścicielka	Firma Transportowo-Usługowa Iwona Krasoń	Koszyce Małe	małopolskie	53,86	25,32	675,45
31	Aneta Raczek	wiceprezes	Ferro	Skawina	małopolskie	270,47	11,16	72,92
32	Helena Gontarz	prezes	Społem Powszechna Spółdzielnia Spożywców	Kielce	świętokrzyskie	159,40	6,67	274,25
33	Hanna Siek	prezes	VTS	Gdańsk	pomorskie	204,10	25,94	49,55
34	Magda Heese	prezes	Ibcol	Warszawa	mazowieckie	52,75	82,10	167,60
35	Zofia Maszk	prezes	Paliwa Maszk	Kościerzyna	pomorskie	57,83	116,33	100,50
36	Beata Leszczyńska	prezes	Orpea Polska	Warszawa	mazowieckie	65,92	30,93	272,65
37	Elżbieta Krawczyk-Grzyb	prezes	Free Polska	Kraków	małopolskie	93,20	56,87	83,71
38	Monika Wardak	prezes	TDM Electronics	Rembertów	mazowieckie	62,25	101,95	97,42
39	Magdalena Śliwakowska	prezes	Eurometal	Stalowa Wola	podkarpackie	616,34	2,43	60,21
40	Justyna Krawiec	prezes	Quickpack Polska	Jędrzejów	świętokrzyskie	168,25	23,87	62,80
41	Ewa Michalak	prezes	Okechamp	Poznań	wielkopolskie	261,95	7,05	86,78
42	Eleonora Guliano-Albo	prezes	TP Reflex Polska	Żarów	dolnośląskie	244,67	17,22	39,95
43	Barbara Ahlers	prezes	Roto Frank Okucia Budowlane	Warszawa	mazowieckie	193,60	3,75	238,57
44	Dorota Józefowicz	prezes	Credit Suisse (Poland)	Warszawa	mazowieckie	985,76	3,54	12,70
45	Magdalena Bystranowska	prezes	Merck Business Solutions Europe	Wrocław	dolnośląskie	94,09	114,06	27,51
46	Grażyna Chamerska	prezes	PHU Rajbud	Szymbark	pomorskie	75,83	25,82	141,37
47	Lucyna Jędrzejczyk	prezes	Polskie Zakłady Zbożowe PZZ w Krakowie	Kraków	małopolskie	170,83	11,04	76,18
48	Jolanta Bieniak-Janczewska	prezes	Polanglo	Warszawa	mazowieckie	83,01	43,06	69,59
49	Izabella Maczkowska-Ciborowska	członek zarządu	Chep Polska	Warszawa	mazowieckie	376,86	7,56	23,14
50	Magdalena Duszyńska-Walczak	prezes	Nowa Era	Warszawa	mazowieckie	378,28	5,75	27,99

BOŻENA LEŚNIEWSKA: ORANGE POLSKA

Nowe wyzwania sprawiają, że ciągle się uczę

Do zmian w życiu zawodowym popycha mnie potrzeba osobistego rozwoju. Chętnie wkraczam w zupełnie nowe obszary — mówi Bożena Leśniewska, wiceprezeska Orange Polska.

Najważniejszą zmianę w pani życiu zawodowym wywołał przypadek, czy była rezultatem ciężkiej pracy?
Takich punktów zwrotnych było kilka. Z wykształcenia jestem humanistką, ale zamiast zostać nauczycielką lub dziennikarką, weszłam w świat biznesu. Sprzyjał temu czas transformacji ustrojowej, kiedy każdy mógł wybrać swoją przyszłość. Nigdy nie bałam się wyzwań. Zostałam przedstawicielem handlowym w DHL International. Wówczas ta profesja była w Polsce mało znana. Kilka lat później, gdy byłam już menedżerem, na rynek wchodził Polkomtel, rekrutując kadry. Biznes telekomunikacyjny był dla mnie kompletnym novum, ale podjęłam decyzję o zmianie branży. W ten sposób trafiłam do świata o wielu zmiennych. Okazało się, że to lubię. Dziesięć lat później znalazłam się w zespole Orange Polska. Gdy coraz więcej zaczęło się mówić o digitalizacji i jej rosnącym wpływie na nasze życie, wiedziałam, że chcę rozwijać tę dziedzinę. Długo przekonywałam ówczesnego prezesa Orange, by do moich obowiązków – byłam dyrektorem ds. sprzedaży – dołożył nowe funkcje. W końcu się udało i siedem lat temu zostałam członkiem zarządu do spraw sprzedaży i komercyjnej digitalizacji. Firma zaczęła przygodę z wewnętrzną transformacją cyfrową, a ja uczyłam się nowych narzędzi. Cztery lata później zostałam wiceprezeską zarządu odpowiedzialną za cały rynek biznesowy w Orange. Każda z tych decyzji wiązała się z podjęciem wyzwania, wejściem w nowy, nie do końca znany nurt. Nie był to element wielkiego planu, lecz strategia wchodzenia w nowe obszary – dla własnego rozwoju, ale też oczywiście z korzyścią dla firmy.

Czy dusza humanistki pomaga w tym biznesie, czy raczej przeszkadza?
Nie jestem stuprocentową humanistką. W liceum byłam w klasie matematyczno-fizycznej. Bez wątpienia jednak podejście humanistyczne pomaga mi w komunikacji, większej empatii, uważności – zwłaszcza w cyfrowych czasach, gdy rola lidera się zmienia w głównym nurcie myślenia o przywództwie. Z natury wkładam serce w biznes i bardzo cenię ludzi w biznesie. To moje DNA i nie muszę się tego uczyć.

Jaką receptę na zarządzanie przepisałaby pani cyfrowym menedżerom?
Pandemia i lockdown wiele zmieniły w podejściu do zarządzania ludźmi. Ujawniły się spore różnice między liderami, którzy wcześniej opierali prowadzenie zespołów na zaufaniu, dawaniu ludziom samodzielności i rozliczaniu z wyników, a menedżerami stawiającymi na nadzór i kontrolę. Dziś dużo łatwiej jest zespołom opierającym swoje funkcjonowanie na zaufaniu. Wszyscy dążą do klarownej i transparentnej komunikacji. Podstawą dla cyfrowego menedżera staje się wrażliwość, czyli umiejętność rozmawiania i słuchania, wyłapywania niuansów w komunikatach. Widzę też wyraźnie, że wzrosła potrzeba doceniania i feedbacku. W firmach zaczynają się pojawiać szkolenia, webinaria, wykłady, a nawet zajęcia z well-beingu, stanowiące ważny element utrzymania zdrowia psychicznego ludzi zamkniętych w domach.

Co zmieniłaby pani w obecnym statusie zawodowym?
Trudno mówić o chęci zmiany. Żyjemy w czasach, kiedy wszystko jest transformacją. Każdy dzień przynosi coś innego. Mam teraz przed sobą ciekawy moment zawodowy – kolejne akwizycje firm, wprowadzenie technologii 5G, wybuch automatyzacji procesów i przyspieszony rozwój sztucznej inteligencji. Skupiam się na tym, jak dobrze wykorzystać wszystkie te benefity technologiczne.

W takich momentach zapewne niełatwo o urlop.
Nigdy nie mam z tym problemu. Zachowanie zdrowej równowagi, czyli integrowanie pracy, odpoczynku i troski o siebie, jest podstawą. Bez regeneracji i odnawiania energii trudno o intensywną pracę. Być może w tym roku nie wykorzystam wszystkich wolnych dni, ale z reguły raczej dokuczał mi ich niedobór niż nadmiar.

Czy współczesne Polki są gotowe na zmiany w życiu zawodowym?
Jest nas coraz więcej. Z drugiej strony z raportu Światowego Forum Ekonomicznego wynika, że względną równowagę między płciami osiągniemy za... 100 lat. To dramatycznie długo. Ciągle pokutuje w nas historyczna zaszłość, stereotypowa układanka wynikająca z wychowania i przypisywania tradycyjnych ról. Niestety często nas ograniczają nasze własne obawy, brak wiary albo... perfekcjonizm. Ale zmieniamy to podejście – głównie w sobie.
Nie ma żadnego powodu, by kobiety nie mogły realizować swoich ambicji zawodowych, nawet w obszarach tradycyjnie zdominowanych przez mężczyzn, np. w IT.

Mówi się, że pandemia cofnęła walkę o równouprawnienie płci.
Nie zauważyłam czegoś takiego – właśnie teraz, w środku pandemii, uruchomiliśmy w Orange program „WłączOne", szeroką ogólnopolską kampanię zachęcającą kobiety do rozwoju kariery w branży technologicznej. W całej akcji nie chodzi o umniejszanie roli mężczyzn w branży, ale o przełamywanie stereotypów na ten temat. Bardzo wierzę w sens takich inicjatyw. W firmie prowadzimy też program dotyczący różnorodności o nazwie RAZEM, służący wsparciu kobiet. W biznesie różnorodność płci przynosi korzyści. To już dawno udowodnione. Trzeba budować wśród mężczyzn świadomość, że ich klientami i użytkownikami ich produktów są i kobiety, i mężczyźni. Praca nad udoskonalaniem oferty powinna wykorzystywać ten miks różnorodności. Sama aktywnie prowadzę zajęcia mentoringowe dla kobiet, jestem współtwórczynią i wykładowczynią studiów podyplomowych Akademia Przywództwa Kobiet na Koźmińskim. Zajęcia prowadzimy razem z liderkami ze stowarzyszenia LiderShe, którego jestem prezeską. Działamy niezależnie od trudnych okoliczności zewnętrznych. Tak że nie, nie obawiam się, że pandemia nas zatrzyma.

Czy w tym miksie jest miejsce dla pokolenia 50+ wypalonego zawodowo, niekiedy z awersją do technologii?
Nie zgadzam się z tym fundamentalnie. To utrwalanie złych stereotypów. Miedzy innymi przez takie podejście Polska znajduje się na szarym końcu w wielu rankingach. W raporcie Golden Age Index PwC figurujemy na piątym miejscu od końca wśród krajów OECD pod względem aktywizacji zawodowej ludzi 50+. Mamy jedynie 46 proc. aktywnych pracowników w tej grupie wiekowej, podczas gdy średnia OECD wynosi 61 proc., a liderzy uzyskują 71 proc. Na Zachodzie osoby w tym wieku uchodzą za dojrzałych, doświadczonych, a więc cennych pracowników gotowych dzielić się wiedzą i spostrzeżeniami z młodymi i dynamicznymi kreatorami z pokolenia Y czy Z. To tworzy fantastyczne mieszanki wybuchowe. Niestety, dotąd nie ma w Polsce dobrego przedsięwzięcia, ruchu, który zająłby się tą kwestią. A czas już najwyższy, bo społeczeństwo się starzeje i w każdym środowisku zawodowym rośnie liczba osób starszych.

Jaka będzie pierwsza rzecz, którą pani zrobi, gdy skończy się pandemia?
Na pewno wybiorę się w dłuższą podróż. Może do Azji, a może spełnię wreszcie plan popłynięcia na Antarktydę.

[DK, FOT. ARC]

Orange Polska
Czołowy operator na rynku telekomunikacyjnym w Polsce. Spółka dostarcza rozwiązania z zakresu telefonii komórkowej, stacjonarnej, dostępu do internetu, transmisji danych i telewizji, ale także zaawansowane usługi technologiczne (IoT, chmura, automatyzacja procesów, big data, sztuczna inteligencja). W skład Grupy Orange Polska wchodzi także spółka Integrated Solutions, która specjalizuje się w zaawansowanych i kompleksowych usługach ICT dla firm, a także spółka BlueSoft, która tworzy rozwiązania programistyczne dla przedsiębiorstw.

Bożena Leśniewska
wiceprezeska
Orange Polska

Moją pasją jest praca

Ciągłe doskonalenie jest niezbędne do zarządzania przedsiębiorstwem: podnosząc kwalifikacje, można szybko reagować na zmiany zachodzące na rynku i rozwijać firmę — uważa Ewelina Jarosz, prezes Eurokadry.

Największą zmianą w moim życiu zawodowym było objęcie funkcji prezesa spółki. Od początku kariery zawodowej, którą rozpoczęłam jeszcze podczas studiów, byłam związana z dziedziną finansów i controllingu. Wspierałam właścicieli firm i członków zarządu w optymalizacji zarządzania przedsiębiorstwem. Zdobyte doświadczenie i wiedza pozwoliły mi szeroko patrzeć na działanie firm w określonych realiach rynkowych. Zapewne zbieg okoliczności i spotkanie właściwych osób w odpowiednim czasie przyczyniły się do tego, w jakim punkcie kariery zawodowej teraz jestem. Niemniej musiałam włożyć ogrom pracy, by zdobyć doświadczenie i wiedzę pozwalające dobrze pełnić powierzoną mi funkcję.

Praca jest moją pasją, zarządzanie spółką jest dla mnie wyzwaniem. Wiąże się z wielką odpowiedzialnością za podejmowane decyzje i wykonywane obowiązki. Zmiany zachodzące na rynku wymagają stałego podnoszenia kwalifikacji, by móc szybko na nie reagować i rozwijać firmę.

Mimo że kobiety coraz częściej zajmują wysokie stanowiska, wiele z nich obawia się awansu lub zmiany pracy na lepszą, jeśli wymaga to większego zaangażowania i uczestnictwa w szkoleniach. W znacznym stopniu wynika to z obawy przed fiaskiem próby pogodzenia życia rodzinnego z zawodowym: czy dzieci nie ucierpią albo jak zareaguje mąż. Kobiety nie powinny jednak ukrywać chęci rozwoju zawodowego, zwłaszcza teraz, gdy tak wiele się mówi o partnerstwie w związkach, wzajemnym wsparciu. Z moich obserwacji najbliższego otoczenia wynika, że kobiety, które nie realizują swoich planów czy zamierzeń dotyczących kariery zawodowej, popadają we frustrację, co przekłada się na ich życie rodzinne. To jednak nie dotyczy wyłącznie kobiet.

Życie prywatne i funkcjonowanie przedsiębiorstw w ostatnich miesiącach zmieniła pandemia. Nie widzę w tej sytuacji zbyt wielu korzyści. Ograniczono spotkania z kontrahentami, wprowadzono pracę zdalną, wyeliminowano spotkania integracyjne pracowników. Niełatwo prowadzić przedsiębiorstwo w tym trudnym czasie, a przede wszystkim je rozwijać. Mimo wsparcia udzielanego przez różne instytucje wiele podmiotów może nie przetrwać do końca pandemii. Oczywiście firmy, które utrzymają się na rynku, będą się starały przywrócić stan sprzed pandemii. Moim zdaniem nie jest to możliwe przynajmniej przez kilka, a nawet kilkanaście lat. Nie chodzi tylko o wyniki finansowe czy utracone możliwości rozpoczęcia nowych biznesów. Zmianie uległ system pracy, a także ludzka mentalność, podejście do własnego zdrowia i kontaktów międzyludzkich w życiu prywatnym i zawodowym.

Dziś niejeden menedżer się zastanawia, jak motywować zespół w cyfrowym świecie. W końcu jest sporo firm, w których organizacja zdalnej pracy przyczynia się do pogorszenia kontaktów międzyludzkich wśród współpracowników i w relacjach przełożony – podwładny. Niektórzy pracownicy dobrze znoszą izolację i pracę na komputerze w domu, inni zaś gubią się i potrzebują wsparcia menedżera. Według mnie jednym ze sposobów na utrzymanie choćby minimalnej integracji są regularne spotkania online, omawianie wykonywanych prac i wyciąganie wniosków przez cały zespół. Oczywiście nie należy ich przeprowadzać zbyt często, gdyż to może zdezorganizować dzień pracy. Pracownicy muszą jednak czuć, że nadal są częścią zespołu, który ma przed sobą wyznaczony cel. Ponadto prowadzenie home office nie blokuje możliwości podnoszenia kompetencji. Firma, organizując szkolenia podnoszące kwalifikacje zawodowe czy miękkie kompetencje, pokazuje, że poważnie traktuje potrzebę rozwoju pracowników.

Niestety, obecny czas jest dla wszystkich sporym obciążeniem psychicznym w każdej sferze życia. Niemal całą energię skupiamy na wykonywaniu obowiązków w pracy i w domu. Po zakończeniu pandemii planuję urlop w ciepłych krajach, by wypocząć i zebrać energię do nowych wyzwań, które, mam nadzieję, postawi przed nami rynek.

[DK, FOT. RAFAŁ KLIMKIEWICZ/EDYTOR

Ewelina Jarosz
prezes
Eurokadry

Eurokadra
Firma założona w 2015 r. obejmuje zasięgiem swojej działalności całą Polskę. Spółka koncentruje się przede wszystkim na obsłudze logistyczno-magazynowej i usługach montażowych. Stara nie skupiać się na jednej branży i ofertę kieruje do dużej grupy przedsiębiorców.

Idę tam, dokąd zmierza firma

Pozostawiam kadrze dużo swobody, gdy wszystko sprawnie funkcjonuje. Wkraczam, kiedy pojawiają się problemy – mówi Małgorzata Winiarek-Gajewska, prezes NDI.

3 Kobiety nieustannie mierzą się z koniecznością realizowania pewnych wzorców, w których zostałyśmy wychowane, dotyczących życia prywatnego, rodzinnego czy pracy. Istnieje pewien przymus społeczny, by godzić te wszystkie role. Jest to bardzo trudne, dlatego często wymaga dokonania wyboru, który de facto jest formą kompromisu, zwykle kosztem kariery zawodowej. Emancypacja kobiet to proces jeszcze nieukończony, więc przebudowa anachronicznych wzorców jest nieunikniona. Już dziś z podziwem obserwuję, jak zmieniają się relacje partnerskie wśród młodszego pokolenia, jak znacznie bardziej wyrównane jest zaangażowanie obojga partnerów w rodzinę, wychowanie dzieci. Co za tym idzie, młode kobiety zyskują coraz lepsze warunki do budowania kariery zawodowej.

Moją karierę rozwijam od 1993 r. Początkowo zajmowałam się projektami inwestycyjnymi jako dyrektor pionu deweloperskiego w NDI. Nadzorowałam i bezpośrednio uczestniczyłam w przygotowaniu, strukturyzacji i wdrażaniu dużych przedsięwzięć – np. rewitalizacji centrum Sopotu czy budowy koncesyjnego odcinka A1 Gdańsk-Toruń i wielu innych. Dawało to satysfakcję, aż przyszedł rok 2011. Bardzo trudny w naszej historii, gdyż boleśnie dotknęły nas skutki odstąpienia od kontraktu na budowę odcinka A4. Ktoś musiał się zająć bieżącymi kłopotami, jakie z tego wyniknęły. Wtedy przejęłam rolę dyrektora zarządzającego i odtąd zajmuję się zarządzaniem operacyjnym firmy – od 2018 r. już jako jej prezes. Tak przeszłam od zarządzania projektami do zarządzania firmą. To dwa różne światy. Żartobliwie mówię, że teraz zajmuję się zarządzaniem kłopotami, bo w moim pojęciu właśnie z tym często wiąże się zarządzenie firmą. W taki sposób rozumiem swoją rolę – pozostawiać zespołowi dużo swobody, kiedy dobrze idzie, a dawać wsparcie, kiedy dzieje się źle.

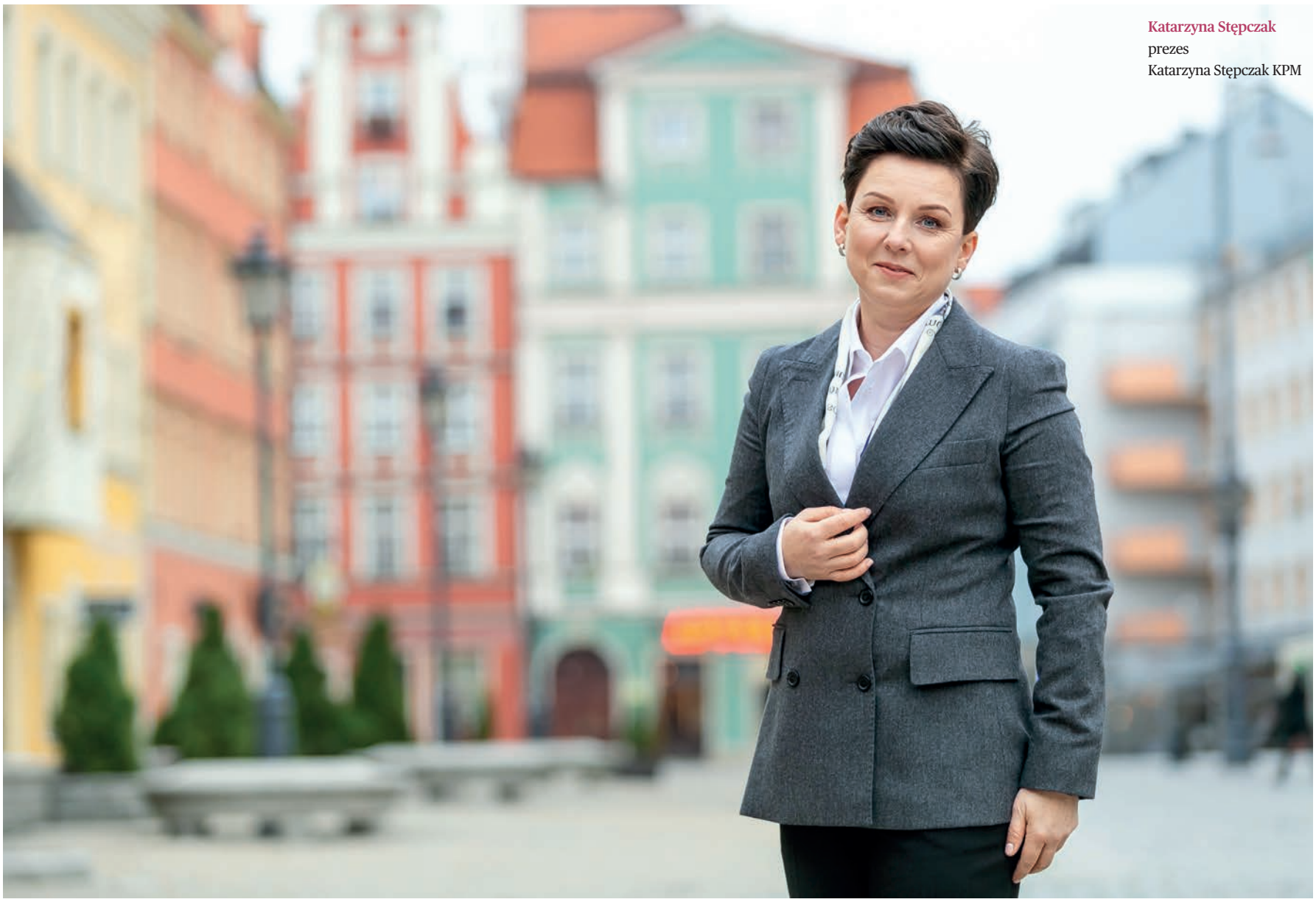
Jednocześnie moja funkcja zarządzającej wiąże się z rolą właścicielską, gdyż grupa jest firmą rodzinną, a więc naszą. Dlatego moje decyzje o nowych wyzwaniach zawodowych są nierozerwalnie związane z wizją rozwoju grupy i poszczególnych spółek. Inaczej mówiąc, póki jestem aktywna zawodowo, tam, gdzie pójdzie grupa, tam pójdę i ja. Jestem również ciągle gotowa na zmianę, bo szukam stabilizacji grupy w jej różnorodności, biznesowo zwanej dywersyfikacją, dającej nam zawsze oparcie i pozwalającej uniknąć porażek. Teraz przygotowujemy plan na kolejne lata i jedną z jego części jest praca nad nowymi obszarami rozwoju. Nie zawsze da się nawet je nazwać, ale trzeba pozostać otwartym na możliwości i perspektywy, które pojawiają się na horyzoncie. Naszą mocną stroną zawsze była zdolność do szybkiego podejmowania decyzji i mam nadzieję, że w przyszłości uda nam się dokonać dobrych wyborów.

Tak skrajne doświadczenie jak pandemia wymusiło rozwój nowych pomysłów na funkcjonowanie organizacji, o których pewnie byśmy nie pomyśleli bez tego impulsu. Nauczanie zdalne, praca zdalna i rotacyjna, powszechna wideokomunikacja, rozwój nowych produktów IT, gwałtowna cyfryzacja i usprzętowienie są doświadczeniem bezprecedensowym i nieodwracalnym. To, że przez miesiące organizujemy sobie pracę przy użyciu tych narzędzi i według nowych zasad działania, nie może nas pozostawić obojętnymi na ocenę tego, jak działaliśmy wcześniej, a jak obecnie, czym nasza praca się różni i czego w niej brakuje, a co zostało usprawnione, poprawione. Bez wątpienia ten nowy model ma dobre i złe strony. Dobre na pewno zostaną dostrzeżone i pozostaną z nami także po pandemii. Kiedy pandemia się skończy, wrócimy do interakcji między ludźmi. Tego brakuje nam chyba najbardziej. Natomiast narzędzia i możliwości, które stworzyła, pozostaną.

W przyszłym roku przypada 30-lecie NDI. Mam nadzieję, że pandemia się skończy i nic nie stanie na przeszkodzie, żebyśmy mogli świętować tę rocznicę. Czekamy z nadzieją na nowy rok i zakończenie pandemii, by móc się spotkać i znów poczuć, że stanowimy zespół. W życiu prywatnym chciałabym odrobić zaległości związane z podróżowaniem. [DK, FOT. ARC]

NDI
Sopocka grupa kapitałowa, która od 1991 r. działała na rynku deweloperskim, a w 2005 r. pojawiła się na rynku drogowym. Realizuje projekty w dziedziny budownictwa kubaturowego i infrastrukturalnego – w tym także gazownicze i hydrotechniczne. Z powodzeniem funkcjonuje zarówno na rynku zamówień publicznych, jak i prywatnych.

Małgorzata Winiarek-Gajewska
prezes NDI



Katarzyna Stępczak
prezes
Katarzyna Stępczak KPM

KATARZYNA STĘPCZAK: KATARZYNA STĘPCZAK KPM

Mój zawodowy świat nie ma płci

Za utrudnianie zmian w karierze zawodowej odpowiadamy sami: nasze niezrealizowane potrzeby i tłumione emocje — mówi Katarzyna Stępczak, właścicielka firmy Katarzyna Stępczak KPM (franczyza McDonald's).

Najważniejsza zmiana w pani życiu zawodowym była dziełem przypadku czy rezultatem konsekwentnie realizowanego planu?
Największą zmianą było rozpoczęcie szkolenia na licencjobiorczynię McDonald's. Musiałam z całą rodziną zmienić miejsce zamieszkania i rozstać się z dotychczasową rolą kierownika projektów IT. Trwające osiem miesięcy szkolenie przygotowujące do prowadzenia restauracji łączyłam z dotychczasowymi obowiązkami zawodowymi i rolą mamy dwójki małych dzieci. Dzięki miłości i wsparciu najbliższych mogłam się skupić na własnym rozwoju.
Konsekwentnie realizowałam swój plan. W 2010 r. przejęłam pierwszą restaurację i... dwie kolejne do końca 2012 r. Ten pierwszy sukces był również zasługą najbliższych współpracowników, którzy rozwijali się zawodowo razem z organizacją, a teraz są jej filarami.
Więcej i dalej nie trwało jednak długo – po otwarciu wschodniej obwodnicy Wrocławia w 2013 r. całkowicie zmienił się przepływ ruchu tranzytowego. We wspaniale rozwijających się restauracjach w ciągu jednego dnia drastycznie spadła sprzedaż. Zrozumieliśmy, że równie szybko musimy się dostosować do nowych warunków. Rozpoczęła się walka o nowych klientów, szukanie pomysłów na budowę sprzedaży. To była również walka o każdego pracownika, by pozostał w organizacji, dogłębna przebudowa kosztów.

Czy udało się o wrócić na ścieżkę więcej i dalej?
Tak, w 2018 r. Przez dwa lata powiększyłam organizację o kolejne trzy restauracje, tym razem dwie z nich były całkiem nowe. W tym roku przekroczyłam limit zatrudnienia średniej firmy i obecnie jestem dużym przedsiębiorcą.

Czego nauczyło panią pokonywanie trudności?
Zaufania do siebie. Tę wiarę buduję, wędrując w górach. Ich wielkość, niebezpieczeństwo i piękno zmuszają mnie do podporządkowania się sobie samej, do pokory. Radzenie sobie z bólem i zmęczeniem daje mi siłę w trudnych chwilach zawodowych. Dzięki temu bez poczucia porażki znajduję inną drogę, szukam nowego rozwiązania. Zmiana i elastyczność działania to również stały element kierowania projektami. Zarządzanie kilkusetosobowym zespołem codziennie przynosi nowe wyzwania, daje mi radość i gwarancję, że nigdy nie będzie nudno i tak samo.

Katarzyna Stępczak KPM
Firma powstała w 2008 r. i funkcjonuje jako osoba fizyczna prowadząca działalność. Rozwija we Wrocławiu i w okolicy restauracje oparte na franczyzie McDonald's. Obecnie ma ich sześć. W tym roku znalazła się w sektorze dużych przedsiębiorstw.

Jakie zmiany zachodzą teraz w pani firmie?
Jak wspomniałam, przedsiębiorstwo zmieniło status na duże, a działo się to podczas pandemii koronawirusa. Polega to głównie na budowie silniejszego zespołu, co jest teraz potrzebne bardziej niż kiedykolwiek wcześniej. Nie chowam głowy w piasek. Chcę tworzyć kolejne miejsca pracy. Kontynuuję wdrożenia modernizacji w restauracjach.

Co utrudnia kobietom poprawę pozycji w świecie biznesu?
Mój świat zawodowy nie ma płci, a źródłem utrudnień jesteśmy my sami, nasze niezrealizowane potrzeby i tłumione emocje. Często wygodnie jest traktować opór przed zmianami jako wymówkę, by nie podejmować działań. To naturalne. Musimy jednak zrobić wysiłek i opuścić strefę komfortu. Do tego potrzebne jest zaufanie do siebie. Bez podejmowania działań i popełniania błędów nie uruchomimy żadnej zmiany. Błędy to nic innego jak wiedza o nas samych, którą powinniśmy wykorzystywać w każdej sytuacji.

Na co powinni zwrócić uwagę menedżerowie, którzy podczas pandemii częściej zarządzają online niż twarzą w twarz?
Pandemia zmieniła naszą codzienność, a restauracje McDonald's są stale otwarte dla gości. Tak więc mamy szczęście, że pozostaliśmy realni. Moi bliscy i większość znajomych jednak pracuje i uczy się zdalnie od początku pandemii. Zmiana warunków pracy wymaga od przełożonych, poza motywowaniem i rozliczaniem zadań, również ciągłej dbałości o wewnętrzną siłę i harmonię pracowników, ponieważ pozostanie w domu często wymaga połączenia obowiązków pracowniczych i rodzinnych.
Potrzebny jest mądry szef, który rozumie specyficzną sytuację i stale informuje pracujących zdalnie o działaniach podejmowanych dla stabilności firmy. Nie należy zapominać o podtrzymywaniu dobrej atmosfery i łączności między pracownikami. Na barkach menedżera leży zapewnienie otwartej, wielostronnej komunikacji.
Teraz jest czas doceniania i bycia razem nawet wirtualnie. Excel to już za mało. Szczególnie powinniśmy doceniać pracowników, którzy w tym trudnym czasie pozostali na pierwszej linii frontu. Sprawili, że firma mogła przetrwać w pandemii. Te osoby będą miały siłę i motywację, by odbudować nasze firmy po kryzysie.

Jak można wspierać wypalone zawodowo pokolenie X czy pracowników z grupy 50+?
Na temat pracowników 50+ nagromadziło się wiele krzywdzących stereotypów, np. że są na bakier z nowymi technologiami, nie chcą się uczyć, mają problemy komunikacyjne z młodszymi współpracownikami. Te mylące opinie często podzielają szefowie planujący zatrudnić młode osoby. Rewersem tych opinii są badania Ipsos przeprowadzone w 28 krajach w pierwszym kwartale tego roku, według których Polacy oceniają swoją zdolność do wykonywania zawodu jedynie do 44. roku życia (np. Szwedzi do 66 lat) i wskazany przez nich wiek emerytalny to 52 lata (Holendrzy – 67 lat). Trudno mi zaakceptować przytoczone wyniki badań, szczególnie że za chwilę znajdę się w grupie wiekowej, która według tego badania chce tak wcześnie przejść na emeryturę. Również moja kadra 50+ ma zupełnie inne podejście: są przykładem zaangażowania i kultury osobistej, rzadziej myślą o zmianie pracy, są otwarci i komunikatywni. Wyciszają konflikty między młodymi pracownikami. Doceniają pewność zatrudnienia, umowę o pracę i gwarancję wszystkich świadczeń, elastyczność grafiku pracy. Dzięki tej grupie wiekowej możemy budować różnorodność w firmie, która czerpie korzyści z ich doświadczenia. Dlatego pracowników 50+ awansujemy na stanowiska menedżerskie i rozwijamy ich umiejętności organizacyjne, szkoleniowe i radzenia sobie w trudnych sytuacjach.

Co będzie pierwszą rzeczą, którą zrobi pani po zakończeniu pandemii?
Zawodowo – zdejmiemy wszystkie osłony z pleksi, taśmy, naklejki informujące o dystansie, maski okrywające usta i nos. Zrobimy sobie pyszną kawę i usiądziemy w sali jadalnej, a wokół nas będą zajęte wszystkie stoliki.
Prywatnie – codziennie będę chodziła do teatru i na koncerty. Wiem, że miejsca będą zajęte nawet na schodach, a po spektaklu czy koncercie wszyscy będziemy długo stali i klaskali. Będę stała, klaskała i cieszyła się ze wzruszeniem, że mogę znowu podziwiać muzyków, wspaniałe aktorki i aktorów z wrocławskich teatrów. Wiem, że to nastąpi.

[DK, FOT. TOMASZ WALKOW]

Ważna jest zgrana drużyna

Lojalność najbardziej motywuje do działania i pracodawcę, i pracowników, a stały rozwój biznesu przynosi dużą satysfakcję — twierdzi Jolanta Suchińska, prezes firmy Viva Inwestycje.

Przez całe życie zawodowe zarządza rodzinnym przedsiębiorstwem – firmę prowadzi z mężem i praktycznie ze wszystkimi członkami rodziny.
– Nasz biznes rozpoczął się od transportu, potem powstał autoryzowany serwis Mercedes Benz, a w kolejnych latach kilka okręgowych stacji kontroli pojazdów i warsztatów samochodowych, a także stacja paliw Moya w Piekarach Śląskich – wspomina Jolanta Suchińska.
Zapowiada, że niebawem zostanie oddana do użytku kolejna stacja Moya, która powstaje przy serwisie Mercedesa w Pyskowicach.
– Stale się rozwijamy. Nie stoimy w miejscu. Tworzymy nowe placówki, w których na pierwszym miejscu jest dla nas zadowolenie klienta – twierdzi bizneswoman.
Pandemia COVID-19 nie przestawiła firmy na inne tory. Przedsiębiorstwo działa bez zakłóceń.
– Oczywiście ściśle przestrzegamy zasad bezpieczeństwa i wszelkich obostrzeń związanych z okresem pandemicznym. Te czynności nie wywierają jednak znaczącego wpływu na naszą działalność – zapewnia Jolanta Suchińska.
Gdy pandemia się wreszcie zakończy, chciałaby przede wszystkim wyjechać nad Bałtyk z rodziną...

Co jej zdaniem najbardziej blokuje kobiety przed wprowadzaniem zmian na lepsze w karierze zawodowej? Jolanta Suchińska przekonuje, że trzeba być wytrwałym i cierpliwie dążyć do celu. Oczywiście należy również zdobyć odpowiednie kwalifikacje.
– Kompilacja tych dwóch elementów pozwala osiągnąć cel i satysfakcję ze swojego statusu zawodowego. Nie ma znaczenia, czy jest się kobietą czy mężczyzną – uważa prezs Viva Inwestycje.
Jej receptą na motywację kadry jest obopólna lojalność – pracodawcy wobec pracowników i pracowników wobec pracodawcy.
– Prosta, ale jakże ważna zależność – podkreśla Jolanta Suchińska.
Wskazuje, że na sukces każdego biznesu składa się wiele czynników. W przypadku jej przedsiębiorstwa to przede wszystkim praca zespołowa, zaangażowanie całej rodziny, lojalność pracowników i sprzyjający klimat pracy.
Załogę firmy Viva Inwestycje tworzą głównie ludzie w wieku 40-50 lat.
– Nie zauważam u nich wypalenia zawodowego czy zmęczenia pracą. Są zawsze aktywni i dyspozycyjni. Najczęściej mają ustabilizowaną sytuację życiową, a temperamentu może im pozazdrościć niejeden nastolatek – twierdzi Jolanta Suchińska.

[DK]

Viva Inwestycje
Firma rodzinna z 30-letnią tradycją. Rozwija na Śląsku sieć nowoczesnych punktów obsługi samochodów użytkowych i osobowych wszystkich marek. Siedziba przedsiębiorstwa mieści się w Pyskowicach, gdzie znajduje się także park usług dla samochodów użytkowych. Perłą w koronie firmy jest autoryzowany serwis Mercedes Benz.

Koniec zawsze otwiera nowe perspektywy

Powinniśmy bardziej doceniać siebie, nakręcać się nawet drobnymi sukcesami, cieszyć, że mamy szansę pracować i budować karierę zawodową — przekonuje Anna Korytkowska-Kubiak, prezes firmy Pollux.

Anna Korytkowska-Kubiak
prezes Polluksa

3 Moja najważniejsza zmiana w życiu zawodowym dokonała się dzięki zbiegowi różnych szczęśliwych okoliczności, własnym pomysłom i otrzymanemu wsparciu. Wszystkiego po trochu. Karierę zaczęłam rozwijać w latach 90. w branży kosmetycznej, współpracując z markami zagranicznymi. Z czasem pojawiły się myśli o własnym biznesie. Nie mogłam się jednak zdecydować na ten manewr. Poniekąd zdecydował za mnie pracodawca... rozstając się ze mną. Wydarzenie mało przyjemne, ale nie załamało mnie. Przeciwnie – zmobilizowało. Wtedy postawiłam wszystko na jedną kartę i powołaliśmy do życia spółkę dystrybuującą luksusowe kosmetyki. Na początku pomogły mi zdobyte wcześniej kontakty, poważny partner biznesowy, a zwłaszcza wsparcie męża, który mnie dopingował, a dzisiaj ze mną pracuje. To nie był łatwy moment, bo gdy ruszałam z własnym biznesem, byłam w ciąży. Mój starszy syn jest rówieśnikiem firmy.

Teraz wiem, że czasem warto coś definitywnie zakończyć, nawet jeśli ktoś robi to za nas, bo wtedy otwiera się zupełnie nowa przestrzeń do działania, co z perspektywy czasu okazuje się zmianą na lepsze.

Niestety w Polsce kobietom wciąż nie jest łatwo zdobywać kolejne szczyty w biznesie. Powodów jest wiele. Przede wszystkim poświęcamy siebie, lokując siłę w dom, rodzinę. Brakuje też wiary we własne możliwości. Dajemy wszystkim wsparcie, ale go nie wymagamy, uważając, że same zrobimy wszystko szybciej, lepiej. To duży błąd.

Wielu osobom, nie tylko kobietom, często brakuje również motywacji i chęci do działania. Czasem nie widać celu, a nawet gdy się wyłania, ruchy paraliżuje strach i obawa przed niepowodzeniem. Nie sprzyja również otoczenie – jesteśmy trudnym narodem, mało się wspieramy. Kiedy zaczynałam, byli i tacy, którzy zakładali, że nie dam rady i najdalej po roku zamknę firmę. Stało się zupełnie inaczej. Dziś, po dwóch dekadach, wspólnie z ekipą nadal staramy się rozwijać z sukcesem.

W firmie zatrudniam osoby w różnym wieku – od iksów po milenialsów. Każdy jest cenny. Osoby w wieku 50+ wbrew powszechnym opiniom wcale nie są wypalone, zmęczone życiem zawodowym. Chętnie nadrabiają zaległości technologiczne, w czym wspierają ich młodsi pracownicy. Co więcej, starsze osoby mają swoje atuty i niejednokrotnie stwarzają przewagę nad milenialsami – wolą rozwijać kontakty przez bezpośrednie spotkania i rozmowy. Ta umiejętność wydaje się zanikać wśród cyfrowych pokoleń, które zamiast zadzwonić, piszą wiadomość. Mam wrażenie, że wręcz boją się bezpośredniego kontaktu. To jedna z większych różnic pokoleniowych, dlatego tym bardziej cenny jest wiekowy miks pracowników. Bez względu na liczbę lat każda osoba jest kapitałem firmy i na każdym etapie warto ją inspirować, by poszerzała swoje umiejętności albo zdobywała nowe, zwłaszcza teraz, w dobie pandemii COVID-19, rzucającej wszystkim przedsiębiorcom nowe wyzwania. Nasi główni odbiorcy, perfumerie Douglas i Sephora, znów zostały zamknięte przy drugiej fali epidemii. Myślimy więc o współpracy z nowymi markami, szukamy dywersyfikacji, by umocnić pozycję firmy. Pandemia przyspieszyła te decyzje. To plus. Poza tym gdy doszło do lockdownu, pojawiły się wreszcie chwile wytchnienia, okazje do nadrobienia pewnych zaległości. To kolejne plusy w tej trudnej dla całego biznesu sytuacji. Pozytywnym odkryciem był dla nas również home office. Zawsze uważałam pracę zdalną za mniej efektywną. Okazało się, że to nieprawda i na pewno dalej będziemy korzystali z tej formy. Nie oznacza to jednak, że zrezygnujemy z pracy stacjonarnej. Wszystkim nam brakuje kontaktu na żywo. Gdy tylko skończy się pandemia, pierwszą rzeczą, którą zrobimy, będzie spotkanie integracyjne. Ja z rodziną znów chętnie odwiedzę nasze tajemne miejsce na Krecie, na odludziu, które odkryliśmy kilka lat temu i wracamy do niego, ilekroć to możliwe.

[DK, FOT. TOMASZ WALKOW]

Pollux
Spółka założona w 1998 r. Dystrybutor luksusowych kosmetyków, którego działalność koncentruje się przede wszystkim na współpracy z sieciami Douglas i Sephora.

PLEBISCYT CZYTELNIKÓW: KOBIETA BIZNESU ROKU 2020

Dopełnieniem rankingu 100 Kobiet Biznesu jest plebiscyt Kobieta Biznesu, w którym czytelnicy „Pulsu Biznesu" i portalu Bankier.pl wybierają najlepszą, ich zdaniem, bizneswoman. Wśród nominowanych znalazły się menedżerki, zarządzające polskimi oddziałami światowych korporacji, i panie, które zbudowały imponujące biznesy od podstaw. Nie zapomnieliśmy również o firmach rodzinnych, ani o scenie start-upowej. Nominowaliśmy:

Ewę Chodakowską
BeBio
Beatę Daszyńską-Muzyczkę
BGK Bank Gospodarstwa Krajowego
Karolinę Gajos
Shell Aviation Shell Polska
Dorotę Hryniewiecką-Firlej
Pfizer Polska
Annę Krajewską
Salad Story
Izabellę Maczkowską-Ciborowską
Chep Polska i kraje bałtyckie
Katarzynę Przybył
XOXO Solutions
Joannę Seklecką
Centrum Elektronicznych Usług Płatniczych eService
Alinę Szynakę
Szynaka-Meble
Dominikę Żak
DeeZee

KOBIETA BIZNESU ROKU 2020: DZIAŁALNOŚĆ SPOŁECZNA

Wiele przedsiębiorczych kobiet dostrzega społeczną odpowiedzialność biznesu, prowadzi fundacje, aktywizuje lokalne społeczności, działa charytatywnie. Dlatego w tym roku wyodrębniliśmy z plebiscytu kategorię Kobieta Biznesu Roku 2020: działalność społeczna. Nominowaliśmy:

Joannę Gotfryd
Fundacja Mamo Pracuj
Maję Lipiak
Fundacja Leżę i Pracuję
Omenę Mensah
Omenaa Foundation
Ewę Mróz
Fundacja Everest
Patrycję Piekutowską
ambasadorkę Centrum Zdrowia Dziecka

Pierwsze miejsca w obu kategoriach, po podsumowaniu niemal **15,5 tys.** głosów internautów, zajęły:

EWA CHODAKOWSKA: BEBIO

Nigdy nie chciałam być bizneswoman

Nie ma nic piękniejszego niż pasje przekute w sposób na życie — twierdzi Ewa Chodakowska, fit rewolucjonistka, self-made bizneswoman, właścicielka dziewięciu marek biznesowych, której poczynania śledzą w mediach społecznościowych miliony followersów.

Ewa Chodakowska
wiceprezes
BeBio

Kiedyś była przekonana, że aby osiągnąć sukces, wystarczy tylko wytrwała i sumienna praca.
– Chwilami zapominałam, że moim największym szczęściem jest dom rodzinny, w którym dorastałam. Pełen ciepła, poczucia bezpieczeństwa i miłości do siebie i drugiego człowieka. Bez tego nie byłoby mnie tu, gdzie jestem teraz – mówi Ewa Chodakowska.
Na początku drogi zawodowej zdarzały się jej potknięcia, a nawet porażki, z których potrafiła wyciągnąć wnioski. Przyznaje, że o miejscu, w którym jej kariera znajduje się teraz, zdecydowała przede wszystkim ciężka praca, lecz także szczęśliwy zbieg okoliczności. Spontaniczny wylot na wakacje do Grecji, gdzie poznała przyszłego męża – Lefterisa Kavoukisa, trenera fitnessu. Zaiskrzyło, a jego postawa i podejście do wspierania podopiecznych stały się dla niej inspiracją. Zaczęła działać i trafiła w dziesiątkę: szukając zawodowej drogi, wjechała wprost na autostradę.

Nie będę trenerem

Zawsze wiedziała, że znajdzie w życiu coś, dzięki czemu będzie się spełniała w stu procentach.
– Rodzice nauczyli mnie stawiać człowieka na pierwszym miejscu i dali przestrzeń do szukania siebie – twierdzi Ewa Chodakowska.
Ma dwie pasje: sport i psychologię. Sport towarzyszył jej zawsze.
– Aktywność fizyczna jest dla mnie higieną ciała i umysłu, a także narzędziem do wdrażania pozytywnych zmian w życiu – wyjaśnia trenerka.
Długo szukała swojej drogi. Próbowała wielu rzeczy. Studiowała stosunki międzynarodowe na Uniwersytecie Warszawskim, ale uznała, że to nie dla niej. Przyszedł czas na Londyn – praca na emigracji i szkolenie języka. Powrót do Polski, szkoły sportowe, kursy fotografii i pierwszy wyjazd do Aten, gdzie skończyła Akademię Pilatesu. Uznała jednak, że nie zostanie trenerem. Sport miał być tylko hobby. Znów powrót do Polski i szkoła filmowa, aż w końcu drugi wyjazd do Grecji – na wakacje, lecz ostatecznie została tam dwa lata.
Jak się potem okazało, obserwowanie sposobu pracy Lefterisa sprawiło, że ujrzała pracę trenera personalnego w innym świetle – jako misję. Podjęła decyzję o karierze trenera oraz pomaganiu innym i... odetchnęła z ulgą. Wszystkie kawałki układanki nagle znalazły się na swoim miejscu. Zaczęła tworzyć własne programy ćwiczeń i z sukcesem trenować kobiety w Grecji, jednak wciąż myślała o Polsce i Polkach. Postanowiła wrócić i zrobić w kraju fitnessową rewolucję.
Z tym pomysłem wystartowała dziewięć lat temu – bez biznesplanu, bez dużego kapitału, bez znajomości. Od zera.
– Miałam za to jasno określoną misję. Chciałam popularyzować zdrowy styl życia i poprawiać jakość życia każdej Polki, która pojawi się na mojej drodze. Każdej, do której tylko dotrę. Postanowiłam, zamiast siedzieć w klubie fitness i prowadzić z powodzeniem zajęcia grupowe i personalne, wyjść do ludzi przez wykorzystanie mediów społecznościowych – wspomina trenerka. Podkreśla, że sport to jej pasja. Człowiek to jej miłość. Celem nigdy nie było zostanie bizneswoman.
– W centrum zawsze były kobiety i chęć przekazania im narzędzi do wdrożenia pozytywnej zmiany w życiu. Sukces biznesowy jest potwierdzeniem, że konsekwentne realizowanie misji, kierowanie się pasją, wartościami i autentycznością to droga, która się sprawdza – mówi królowa polskiego fitnessu.

Popularność na celowniku

Podopiecznym często powtarza swoje najważniejsze motto: „Nic się samo nie wydarzy".
– Trzeba brać życie we własne ręce i nie bać się działać... albo bać się i działać – uśmiecha się.
Działa mimo drzazg, jakie wbiły się w nią po drodze, na przykład hejtu ciężkiego kalibru, który przez długie miesiące nie pozwalał jej zasnąć. Przytłaczał.
– Wtedy nie rozumiałam tego zjawiska. Wróciłam do kraju z dobrą intencją, z założeniem, że chcę dla drugiego człowieka dobrze, i mocno dostałam po głowie. To były też początki hejtu w sieci. Z czasem zrozumiałam, że to standardowa cena rozpoznawalności, nic osobistego. Tak po prostu się dzieje. To była bolesna lekcja, którą odrobiłam – wspomina Ewa Chodakowska.
Jej zdaniem po prostu łatwiej celować do tych, którzy stają się widoczni w tłumie. Wówczas nie pozostaje nic innego, jak kontynuować pracę i pamiętać o celu, nawet w najtrudniejszych chwilach.
– Misja i jasno określone wartości za każdym razem pomagają mi wstać i ruszyć dalej. Robić swoje. Wiem, jak wielu ludzi na mnie liczy. Na Facebooku śledzi mnie ponad 2 mln osób, na Instagramie prawie drugie tyle. Metamorfozę przeszło ze mną ponad 1,5 mln osób. Ich zaufanie i pozytywne zmiany, jakich doświadczają, nie pozwalają mi się zatrzymać. Nie potrafiłabym ich zawieść. I nie zamierzam – podkreśla trenerka.
Choć znacznie zmieniła oblicze polskiego fitnessu, ciągle ma poczucie, że to kropla w morzu.
– Jest jeszcze wiele dobrego do zrobienia. Poza tym chodzi za mną psychologia, pewnie i na nią przyjdzie czas – mówi fitness woman.

W zaufanym gronie

Stworzyła dziewięć prężnie działających marek biznesowych: od planów treningowych po produkty bio. Przy tylu współistniejących konceptach nie sposób działać w pojedynkę. Firmę BeBio (platforma z treningami i dietami online, sklep ze biożywnością, kosmetykami, akcesoriami) prowadzi z mężem, który odpowiada za aspekty finansowe.
– Lefteris jest współwłaścicielem i udziałowcem w każdej spółce. Wspólnie podejmujemy decyzje. Bardzo ważna jest dla mnie współpraca z zaufanymi osobami. Za każdą marką stoi zespół fantastycznych ekspertów. Czynnie uczestniczę w projektowaniu i tworzeniu. Każdy produkt akceptuję i korzystam z niego na co dzień. Jakość jest dla mnie najważniejsza – zapewnia bizneswoman.
Przekąski i artykuły z linii BeRaw są produkowane na bazie naturalnych składników, kosmetyki BeBio zawierają ich aż 99 proc., a markę Be Diet Catering tworzą szef kuchni z międzynarodowym doświadczeniem i zespół dietetyczek klinicznych. Zamierzają z mężem koncentrować się na rozwoju swoich marek, nie myślą o tworzeniu kolejnych.
– Każdy produkt i usługa powstały w odpowiedzi na potrzeby moich podopiecznych, aby im pomagać i służyć – tłumaczy Ewa Chodakowska.
Lwią część czasu pochłania jej samodzielne prowadzenie profili społecznościowych i kontakt z podopiecznymi. Tego nie zamierza nikomu powierzać.
– Każda nazwa programu, każde wyzwanie to moje autorskie projekty. Cała komunikacja w mediach społecznościowych opiera się na mojej intuicji. Od pierwszego posta po dziś dzień sama prowadzę swoje profile społecznościowe.

Metamorfoza miliona

Powodów do dumy ma sporo. Codziennie dostaje wiadomości od kobiet, które dzięki jej produktom i programom zmieniły życie na lepsze – poprawiły parametry zdrowotne, odzyskały pewność siebie, wyznaczyły nowe cele i zachęciły bliskich do dbania o siebie.
– Pierwszy milion osób, które przeszły ze mną metamorfozę, ponad cztery miliony zdrowych posiłków dostarczonych do domów w całej Polsce, rekordy w liczbach kobiet uczestniczących w treningach na żywo na moich profilach społecznościowych – aż do 40 tysięcy, ponad dwa tysiące osób bijących ze mną rekord Guinnessa albo 40 tysięcy posiłków przekazanych potrzebującym. W każdym takim momencie czuję dumę z pracy całego zespołu. Czuję, że to, co robimy, jest dobre i ma sens – mówi trenerka.
Nadal ma sporo zapału do pobudzania fit świadomości.
– Wraz z zespołem mamy mnóstwo nowych pomysłów i już pracujemy nad kolejnymi fantastycznymi projektami i produktami – podkreśla.
Choć jest wzorem dla tysięcy kobiet, z doświadczenia wie, że trudno wyjść poza utarte schematy.
– Wiele kobiet boi się nieznanego, nawet jeśli ma im przynieść konkretne zmiany na lepsze. Boją się porażki. Często też, podejmując wyzwanie, poddają się, bo raz czy dwa im coś nie wyszło. Zbyt mocno zwracają uwagę na to, co mówią inni. We mnie na początku także nikt nie wierzył. Nawet najbliżsi traktowali moje pomysły z przymrużeniem oka – wspomina Ewa Chodakowska.
Przekonuje, że zmiany wymagają wsparcia nie tylko bliskich.
– Wiarę w nasz potencjał musimy znaleźć w sobie. Nie warto bać się porażek i potknięć. Porażki często mają większą wartość niż sukces. Mobilizują. To moment, kiedy można coś zrobić jeszcze raz, ale trochę inaczej. Może tym razem, bogatsi o doświadczenie, lepiej. Każda porażka może być najlepszą nauką na przyszłość. Ważne, żeby wyciągać z niej wnioski. Oczywiście każda zmiana wymaga też pracy i samodyscypliny – zaznacza bizneswoman.

Niezbędne endorfiny

Czy trudniej motywować do ćwiczeń Polki, które w czasie pandemii przeniosły pracę do domu i jednocześnie zajmują się całą rodziną?
– I tak, i nie – odpowiada trenerka.
Przyznaje, że owszem, na początku jest znacznie trudniej. W natłoku zajęć i obowiązków wolne chwile dla siebie, na ćwiczenia, są na wagę złota.
– Organizacja czasu w nowej rzeczywistości dla wielu może się okazać niemałym wyzwaniem. Często też dochodzi stres. To nie sprzyja dobremu samopoczuciu fizycznemu i psychicznemu. Kobiety często zapominają o sobie, zrzucają swoje potrzeby na ostatnie miejsce. Trudno może być im w takim momencie zmotywować się do ćwiczeń, ale to właśnie te kilkanaście minut aktywności fizycznej w ciągu dnia pozwala zachować równowagę. Jeśli zadbamy o siebie, możemy skutecznie dbać o innych – przekonuje Ewa Chodakowska.
Zmęczenie fizyczne pomaga zadbać o zdrowie psychiczne. Ruch w końcu wyzwala endorfiny, a przecież szczęśliwa kobieta to również jej szczęśliwe otoczenie.
– Podczas lockdownu codziennie prowadziłam na Instagramie treningi na żywo. Dostałam masę wiadomości, że te 20-30-minutowe ćwiczenia pozwoliły kobietom przetrwać ten czas. Obserwując moich podopiecznych, widzę, jak fantastycznie zmienia się ich nastawienie do siebie i otoczenia dzięki regularnej aktywności – mówi trenerka.
Gdy pandemia wreszcie się skończy, chce zabrać rodziców i bliskich na wakacje. To dla niej najcenniejsze momenty. Planuje również wspólną kolację z zespołem BeBio, a także organizację trasy treningów na żywo.
– Brakuje mi energii bezpośrednich spotkań w grupie. Ten ostatni rok pokazał nam dobitnie, że dbanie o siebie i bliskich jest najważniejsze i prywatnie, i zawodowo. Tego bym sobie życzyła na nowy rok i każdy następny – aby człowiek i jego dobro zawsze było w centrum. Wierzę, że dzięki temu świat będzie lepszy – kończy liderka branży fit.
[DK, FOT. ARC]

BeBio
Firma łączy platformę treningową online BeActive TV i sklep internetowy BeBio, oferujący m.in. płyty DVD i książki Ewy Chodakowskiej. Oprócz tego organizuje sygnowane przez trenerkę warsztaty promujące sport fitness i zdrowe odżywianie. Zysk BeBio za 2019 r. to 4,7 mln zł.

Moją siłą jest słowo

Nie lubię, jak mi się odmawia — przyznaje Patrycja Piekutowska, doktor habilitowana, skrzypaczka solistka z zawodu i charakteru oraz mistrzyni remontów w dziecięcych szpitalach. Uparcie przeczy rzeczom niemożliwym.

Co było impulsem do zaangażowania się w działalność charytatywną?
Moja osobista historia związana ze starszym synkiem. Przeszedł trzy operacje serca. Wszystkie na szczęście się udały, a Antoś jest dziś w znakomitej formie. To właśnie jemu chcę zadedykować wygraną w plebiscycie „Pulsu Biznesu". Jest moją nieustającą inspiracją.
Podczas ostatniej operacji Antosia, przeprowadzonej pięć lat temu w warszawskim Centrum Zdrowia Dziecka, odkryłam, że aparat do autotransfuzji krwi był wówczas jedynie do tymczasowej dyspozycji. Szpital nie miał pieniędzy na jego zakup. Sprzęt był wypożyczony. Przypadek zrządził, że po operacji mój syn miał przetoczoną własną krew dzięki tej aparaturze. Inne dzieci nie zawsze miały takie szczęście. To był pierwszy impuls, wzmocniony narastającym od lat uczuciem pewnego zagubienia sensu mojego życia zawodowego skrzypaczki solistki. Wtedy wymyśliłam swój pierwszy projekt koncertowy Otwarte Serca – Mistrzowie Muzyki, Biznesu i Kardiochirurgii Dzieciom, realizowany z fundacją Serce Dziecka. Udało mi się nakłonić kilku darczyńców z kręgów biznesu do finansowego zaangażowania w zakup aparatury. Koncertów odbyło się siedem, zostało kupionych kilka ważnych sprzętów, a kilka lat później skierowałam swoje działania na rzecz modernizacji w CZD przestrzeni wspólnych, czyli korytarzy, poradni i innych. Tak zaczęła się moja przygoda z remontami trwająca nieustannie.

Jaki remont poszedł na pierwszy ogień?
Wspólnie z dr. Markiem Migdałem, dyrektorem CZD, uznaliśmy, że wizytówką i otwarciem projektów powinien być hol główny, który od czasu budowy szpitala nigdy nie był modernizowany. Zabrałam się do dzieła i... okazało się, że naprawdę nie ma rzeczy niemożliwych. Wszystko zależy od determinacji. Zakładałam, że znajdę dwie, trzy firmy deklarujące wsparcie w dostarczeniu elementów do modernizacji. Tymczasem na mój apel zareagowało aż 17 firm! Przekazali wszystko, co było potrzebne, i hol został wyremontowany zaledwie w cztery tygodnie. Otwarcie nastąpiło w dniu pierwszego koncertu Wielcy Artyści Małym Pacjentom – projektu, który stworzyłam dla tego celu. To wydarzenia na najwyższym światowym poziomie.

Czy łatwo skrzypaczce namówić biznesmena do wyłożenia pieniędzy na stół?
To mnie wręcz nakręca! Wybieram numer do osoby, która mnie nie zna, i mówię: „Dzień dobry, panie prezesie. Jestem doktorem habilitowanym, skrzypaczką solistką i dzwonię w sprawie remontu szpitala".
Podaję wybuchową mieszankę i każdy nawet z ciekawości słucha, co mam do powiedzenia. Takich telefonów odbyłam setki.
Zresztą od początku życia zawodowego szukałam finansowania w biznesie dla moich muzycznych projektów. Z 12 solowych płyt aż dziewięć było sponsorowanych przez firmy. Można powiedzieć, że pod tym względem byłam prekursorem wśród solistów. Jeżdżąc od początku studiów po świecie, widziałam, jak bardzo biznes łączy się ze sztuką. Do dzisiaj zagrałam ponad tysiąc koncertów w 40 krajach. To wiele uczy.

Skąd pomysł na takie finansowanie kariery zawodowej?
Z moich obserwacji na świecie – środowiska biznesowe chcą istnieć przy wydarzeniach kulturalnych. Innymi słowy, człowieka biznesu na poziomie określa nie tylko liczba zer na koncie, lecz także to, że jest mecenasem sztuki.
Potrafię też ludzi przekonywać. To zresztą uwielbiam w muzyce – przez 19 lat byłam związana zawodowo z profesorem Krzysztofem Pendereckim. Nagrałam trzy płyty z jego utworami. Zagrałam ponad 200 koncertów poświęconych wyłącznie muzyce profesora, wielokrotnie przy jego obecności. Za każdym razem, wychodząc na scenę, wiedziałam, że muszę słuchaczy zarazić tą muzyką, którą uwielbiam. Po tych koncertach otrzymywałam owacje na stojąco, choć to niełatwa muzyka. Ważne jednak dla mnie jest nie tylko to, co prezentuję, ale również sposób, w jaki to czynię – i na scenie, i podczas rozmów z biznesmenami. W tym drugim przypadku często nawet nie widzimy się na żywo. Moją siłą musi więc być słowo. Tak jak na scenie, gdy staram się każdym dźwiękiem utrzymywać uwagę publiczności, również w rozmowie telefonicznej podtrzymuję zainteresowanie rozmówcy, by myślał, że to najlepsza rozmowa, jaką dziś odbył. W większości przypadków wystarczył jeden telefon albo jedno spotkanie, by odpowiedź na moją prośbę brzmiała: tak.

Jakie kwoty przynoszą takie rozmowy?
Przy każdym projekcie przeważnie udaje mi się namówić do wsparcia kilkanaście firm, które składają się na modernizacje warte od 200 do 400 tysięcy.
Całość wieńczył koncert, z którego dochód był przeznaczony na kolejny projekt. Za pierwszym razem sama występowałam na scenie z recitalem skrzypcowym. Do kolejnych wydarzeń zapraszałam wielu niesamowitych artystów.

Dr hab. Patrycja Piekutowska
Skrzypaczka solistka, pedagog, promotorka kultury polskiej na świecie, menedżer, mówca motywacyjny. Łączy biznes, sztukę i działania charytatywne na rzecz Centrum Zdrowia Dziecka, twórca projektu „Wielcy Artyści Małym Pacjentom". Od czerwca 2019 do października 2020 r. była prezesem Fundacji K.I.D.S. Klub Innowatorów Dziecięcych Szpitali, w której działała na rzecz Centrum Zdrowia Dziecka. Zarządza projektami o bardzo szerokim spektrum.

Na przykład?
Z początku były to koncerty zamknięte, na imienne zaproszenia, niebiletowane. Występowali zarówno znakomici śpiewacy, jak i instrumentaliści, choćby baryton Marcin Bronikowski, flecistka Agata Igras, sopranistki Katarzyna Trylnik i Monika Mych, wiolonczelista Tomasz Strahl czy pianista Szymon Nehring, laureat Konkursu Chopinowskiego. Natomiast w ubiegłym roku stworzyłam dwa ogromne wydarzenia na 1000-osobową publiczność, z drogimi biletami w 100 proc. przeznaczonymi na cel koncertów. Tym razem zaprosiłam światowe gwiazdy opery. Na pierwszym koncercie Wielcy Artyści Małym Pacjentom zaśpiewali Artur Ruciński i Rafał Siwek, a na drugim najsłynniejsze operowe małżeństwo świata – Aleksandra Kurzak i Roberto Alagna, jeden z tenorów wszech czasów. To były niesamowite koncerty, przygotowywane na najwyższym poziomie pod każdym względem. Nawet bilety drukowane na aksamitnych kartonikach świadczą o randze wydarzenia. Informują również o dress codzie – zawsze jest to black tie. Obowiązkowe stroje wieczorowe na moich wydarzeniach honorują światowej klasy artystów, którzy występują pro bono, tak samo jak orkiestra i dyrygent. Udało mi się ustanowić kod koncertu. Nie tylko artyści są eleganccy, lecz także cała publiczność. Klasa ma dla mnie duże znaczenie. Wyróżnia wydarzenie. To zarazem bardzo wzruszający widok – stoję na scenie, dziękuję darczyńcom i artystom, patrząc na tysiąc osób w smokingach i sukniach wieczorowych... Uważam, że w naszym kraju ginie potrzeba elegancji, która jest bliska mojemu sercu jako synonim sceny muzyki klasycznej.

Jak wskoczyła pani w strój prezesa fundacji K.I.D.S.?
Na pierwszym koncercie gwiazd opery pojawili się pomysłodawcy i założyciele K.I.D.S. Akurat zamierzali wynająć firmę headhunterską do znalezienia prezesa fundacji. Gdy zobaczyli mnie w akcji i tym samym moje możliwości, kilka dni później zaproponowali mi prezesurę, mimo że wcześniej nawet się nie znaliśmy.

Pierwsza reakcja?
Byłam na nie. Jestem solistką i z zawodu, i z charakteru. Nigdy nie zarządzałam większą grupą ludzi. Nie wiedziałam, czy to potrafię. Głowiłam się więc nad tym przez parę tygodni. Miałam swój plan: przygotować cztery wielkie koncerty w ciągu dwóch lat, które pozwolą sfinansować duże modernizacje w Centrum Zdrowia Dziecka. Nigdy też nie pracowałam na etacie poza uczelnią, a nawet będąc profesorem na uczelni artystycznej, tkwiłam w zupełnie innej rutynie godzin pracy.

Patrycja Piekutowska
ambasadorka Centrum Zdrowia Dziecka

W końcu jednak została pani prezesem.
Przekonało mnie to, że wszyscy mieliśmy jeden cel, czyli jak najwięcej zrobić dla CZD, a w dalszej perspektywie dla innych szpitali dziecięcych. Uznałam, że wspólnie możemy zrobić więcej. W fundacji łatwiej działać niż w pojedynkę. Dlatego mój drugi koncert Wielcy Artyści Małym Dzieciom odbywał się już pod auspicjami fundacji K.I.D.S. Jednak fundacja zaczęła skupiać się głównie na innowacjach technologicznych i na długoterminowych projektach, korzystając przede wszystkim ze wsparcia ponad setki wolontariuszy kompetencyjnych. Ja tymczasem wolę działać tu i teraz, remontować i odmieniać otoczenie dzieci. Na to też potrafię organizować sponsorów. Bazuję na emocjach, osobistych relacjach z każdym z darczyńców, bo wiem, że to działa. Nie potrafię skalować projektów, wybiegając daleko do przodu. Dlatego po półtora roku nasze drogi się rozeszły, ale to była wspólna i bardzo korzystna dla obu stron decyzja.

Koniec z prezesowaniem?
Ależ skąd! Czeka mnie wspaniałe, kolejne wyzwanie we współpracy z jedną z firm, która była partnerem kilku moich projektów. Znamy się od dwóch lat i powstanie coś bardzo szczególnego po Nowym Roku. Nie mogę więcej zdradzić, ale dzięki temu na pewno będę kontynuować moje ukochane modernizacje i zmiany w szpitalach dziecięcych.

Czy były momenty, kiedy pani miała dość, chciała skończyć ze społecznym zaangażowaniem?
Nie miałam nawet sekundy takich myśli. Mnie to nakręca coraz bardziej. Jest to też od blisko dwóch lat moja praca. Odeszłam wcześniej z uczelni i sporadycznie gram. Jestem w pełni zaangażowana w to, co teraz robię. Wspólny mianownik jest taki, że znowu moja praca jest moją pasją. Niemożliwe czynię możliwym.

To niemożliwe w nadwiślańskim świecie budowlanym. Przecież słyniemy z nieterminowości i wtop inwestycyjnych...
Nie do końca. To kwestia determinacji. Wszystkie remonty przeprowadzam w kilkanaście dni do trzech miesięcy przy dużych tematach. Gdy ktoś twierdzi, że czegoś nie da się fizycznie wyprodukować na przykład w tydzień, szukam innych firm tak długo, aż usłyszę „tak”. Gdy poszukiwałam drzwi przeciwpożarowych, znalazłam firmę DFM Polska, która nawet na dwa dni wstrzymała produkcję, aby przygotować to, czego potrzebował szpital. Zazwyczaj czas oczekiwania wynosi dziewięć tygodni, a drzwi pod szpitalem pojawiły się po sześciu... dniach. Któregoś razu z dnia na dzień wycofała się firma mająca dostarczyć wielkoformatowy gres do holu. Montaż miał być za trzy dni. Napisałam wtedy rozpaczliwy post na LinkedIn z pytaniem, czy ktoś zna kogokolwiek z zarządu Ceramiki Paradyż. Kwadrans później odezwał się do mnie pan Michał Drożdż, członek zarządu, a po 48 godzinach gres z Paradyża już czekał pod CZD. W prezencie! W nowym projekcie Ceramika Paradyż przekazała 1200 m kw. gresu do wyposażenia 12-piętrowej wieży z windami dobudowanej do budynku CZD. Tamtędy już niedługo będą wożone dzieci na operacje i transplantacje.

Najbardziej zaskakujące momenty?
Było ich naprawdę sporo. Na przykład gdy brakowało pieniędzy na dokończenie remontu

poradni okulistyki, również zaczęłam szukać pomocy przez LinkedIn. Nagle odezwała się do mnie wprost z hiszpańskiej Marbelli właścicielka biura nieruchomości, Polka, która w 10 minut podjęła decyzję o przekazaniu 10 tys. zł. Mało tego, pani Tatiana przyleciała na otwarcie poradni, a potem jeszcze raz na koncert. Pamiętam też, jak do ostatniej chwili szukałam producenta wykładzin, również przy remoncie poradni okulistyki. Dostałam namiar na prezesa firmy Tarkett – Stasysa Siurkusa, Litwina. Siedząc akurat na placu zabaw z dwuletnim synkiem, napisałam do niego długą wiadomość. Pierwsza odpowiedź była krótka i rzeczowa: „I am sorry, but I don’t speak any Polish”. Gdy ponownie wyłuszczyłam prośbę po angielsku, wykładzina za trzy dni była już w CZD. Zbiegiem okoliczności wycofała się wtedy osoba odpowiedzialna za projekt wnętrz, który przejęła Katarzyna Klimek, architekt Tarkettu. Zadbała też o kolejne modernizacje, a firma współpracuje ze mną do dzisiaj i przyczyni się za chwilę do oddania w grudniu kolejnej poradni.
Z kolei niezwykłe oświetlenie i ogromny ekran ledowy zapewnia spółka Aram. Gdy pierwszy raz zadzwoniłam do prezesa Rafała Mrzygłockiego, zapytał, dlaczego uważam, że mieliby wejść w mój projekt. Odpowiedziałam: „Bo strasznie nie lubię, jak mi ktoś odmawia”. Miałam też największych artystów, scenę czteropoziomową od firmy Athletic, co było gwarancją jakości koncertu. Aram wszedł więc bez wahania w organizację pierwszego koncertu, a pół roku później kolejnego.

Największy projekt?
Przeniesienie i modernizacja pracowni transfuzjologii immunologicznej z bankiem krwi. Inwestycja warta pół miliona złotych, na którą większość środków zapewniła publiczność wspomnianego koncertu. Na początku moich działań bardzo ważny był dla mnie zakup sprzętów kardiochirurgicznych. Miałam wielkie szczęście spotkać fundatora, który przekazał prywatnie prawie 450 tys. zł darowizny. Bliskie mojemu sercu są również modernizacje pomieszczeń i poradni w CZD. Po drugim koncercie anonimowy darczyńca przekazał 360 tys. na remont dużej poradni immunologii i chorób płuc. Ten gest tak napędził mnie do działania, że po 13 dniach poradnia była gotowa. Pracowało tam jednocześnie 20 osób. Nowe przestrzenie odmieniają psychikę małych pacjentów. Teraz koordynuję już jako ambasador CZD kolejny remont – poradni transplantacji nerek. Prace ruszyły pod koniec listopada, a poradnia w nowej odsłonie będzie otwarta w mikołajki.

Znów ekspresowe tempo. Nawet w dobie pandemii?
Zawsze. Nigdy otwarcie nie było przesunięte nawet o godzinę. To się wiąże ze specyfiką mojego zawodu. Na scenę nie można wyjść drugi raz albo później. Koncert odbywa się o wyznaczonej godzinie, w wyznaczonym miejscu i trwa tyle, ile utworów mam do zagrania. Przecież nie powiem w połowie: „Przepraszam państwa, ale mam do wykonania trzy telekonferencje i muszę coś jeszcze poćwiczyć”. Po prostu wychodzę i gram. Tak samo traktuję całą moją odpowiedzialność za modernizacje. Jeśli ktoś nawali, natychmiast szukam następców. Teraz, po dwóch latach, znam już tyle firm z rynku budowlanego, że gdy dzwonię do którejś z nich, słyszę po drugiej stronie: „Co teraz robimy, pani Patrycjo?”. To jest wspaniałe. Wiem też, co to są anemostaty nawiewne i wywiewne, drzwi przeciwpożarowe do szachtów i inne cuda.

Czy zmieniła się pani przez te dwa lata?
Bardzo. W mojej działalności solistycznej byłam zdecydowaną panią swojego czasu. Jedynym deadline’em był koncert. Ode mnie zależało, kiedy i ile ćwiczyłam przed występem. Natomiast nadzór nad modernizacją odbywa się na bieżąco. Wymaga działania dzień w dzień, czasem też w weekendy. Są dni, w których mam kilka wywiadów, masę ważnych telefonów, koordynuję działania remontowe, w tym czasie odbieram jednego syna ze szkoły, drugiego z przedszkola, więc bywa, że rodzina omal mnie z domu nie wyrzuca. Musiałam mocno przeorganizować moje życie prywatne.
Z drugiej strony w grze na skrzypcach jest kilkadziesiąt elementów wykonawczych i trzeba o nich myśleć jednocześnie. Wszystkie smyczkowe instrumenty są skomplikowane – jedna ręka robi co innego niż druga. Podobnie jak w moim obecnym życiu.

Czy pandemia wpłynęła na decyzje darczyńców?
Nic się nie zmieniło. Trzeba tylko mądrze się orientować, jakie dziedziny biznesu radzą sobie w dobie pandemii. Akurat w budownictwie jest nieźle: dalej się buduje, a ludzie, siedząc w domach na home office, częściej je remontują.

Koncertów jednak nie można organizować.
Wierzę, że to wreszcie minie. Mam nawet gwiazdę na kolejny – naszą wielką mezzosopranistkę Małgorzatę Walewską, która wystąpi na trzecim koncercie zaplanowanym w Salach Redutowych Opery Narodowej. To wydarzenie na pewno się odbędzie. Jak już świat zdominuje zdrowie!

A pani na jaki koncert chciałaby się wybrać po pandemii?
Moim największym marzeniem jest pójście drugi raz na koncert Depeche Mode. Byłam na ich występie kilka lat temu na Stadionie Narodowym i odtąd marzę, by wrócili do Polski z jeszcze jedną trasą i abym mogła na cały głos śpiewać: I just can’t get enough! To cała ja. [DK, FOT. ZOSIA PROMIŃSKA]

Puls Biznesu

5 LIDERÓW / 5 WEBINARÓW / 5 SPOJRZEŃ NA PRZYWÓDZTWO

Zainspiruj się i rozwiń swoje umiejętności menedżerskie

Weź udział w unikatowym cyklu webinarów, prowadzonym przez liderów polskiego biznesu

AKADEMIA LIDERA

2.edycja

Doświadczenia praktyków

2 lutego – 30 marca 2021

Andrzej Klesyk
prezes PZU
w latach 2007-2015

Lider – przywódca

Roman Wieczorek
wiceprezes wykonawczy zarządu światowego Grupy Skanska do 2016 r.

Budowanie marki osobistej lidera

Grażyna Piotrowska-Oliwa
prezes
Virgin Mobile Polska
w latach 2015-2020

Metody i techniki komunikacji lidera

Małgorzata Bieniaszewska
właścicielka
MB Pneumatyka

Lider online i jego zespół

Krystyna Boczkowska
prezes zarządu
Robert Bosch
w latach 2006–2018

Lider podczas kryzysu

Zarejestruj swój udział na **konferencje.pb.pl** #WiedzaKlasyBiznes

ZAINWESTUJ W LUKSUSOWY APARTAMENT

ZŁOTA44

*Wartość nieruchomości luksusowych rosła w ciągu ostatnich lat średnio o 6,2% rocznie**

Segment ten charakteryzuje się dużą tabilnością, a inwestycja w luksusową nieruchomość obliczona jest na długofalowe zyski.

- Apartamentowiec ZŁOTA 44 to jedna z najbardziej luksusowych inwestycji w Europie.
- ZŁOTA 44 zapewnia mieszkańcom ekskluzywną strefę rekreacyjno-biznesowo-sportową o powierzchni 1800 m^2 m. in. z basenem, siłownią, symulatorem golfa, salami konferencyjnymi, tarasem z jacuzzi.
- Bezpieczeństwo w apartamentowcu zapewnia całodobowa ochrona, a do dyspozycji mieszkańców pozostaje concierge.

Zachęcamy do kontaktu z biurem sprzedaży ZŁOTA 44: 22 250 14 44 | info@zlota44.com | www.zlota44.com

* Według danych JLL – firmy analizującej rynek mieszkaniowy.