

## UPROSZCZONA OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

### POUCZENIE co do sposobu wypełniania oferty:

Ofertę należy wypełnić wyłącznie białych pustych polach, zgodnie z instrukcjami umieszczonymi przy poszczególnych polach oraz w przypisach.

Zaznaczenie gwiazdką, np. "pobieranie\*/niepobieranie\*" oznacza, że należy skreślić niewłaściwą odpowiedź, pozostawiając prawidłową. Przykład: "pobieranie\*/niepobieranie\*".

### I. Podstawowe informacje o złożonej ofercie

<b>1. Organ administracji publicznej, do którego adresowana jest oferta</b>	Prezydent Miasta Poznania			
<b>2. Tryb, w którym złożono ofertę</b>	Art. 19a ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie			
<b>3. Rodzaj zadania publicznego<sup>1)</sup></b>	13) działalność wspomagająca rozwój wspólnot i społeczności lokalnych			
<b>4. Tytuł zadania publicznego</b>	Magazyn As Biznesu			
<b>5. Termin realizacji zadania publicznego<sup>2)</sup></b>	Data rozpoczęcia	2017-07-01	Data zakończenia	2017-09-15

### II. Dane oferenta(-tów)

<b>1. Nazwa oferenta(-tów), forma prawna, numer Krajowego Rejestru Sądowego, lub innej ewidencji, adres siedziby oraz adres do korespondencji (jeżeli jest inny od adresu siedziby)</b>	
nazwa: Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich "pisop" forma prawna: stowarzyszenie KRS: 0000073867 adres siedziby: Pl. J. Metziga, 64-100 Leszno, poczta: Leszno	
<b>2. Inne dodatkowe dane kontaktowe, w tym dane osób upoważnionych do składania wyjaśnień dotyczących oferty</b> (np. numer telefonu, adres poczty elektronicznej, numer faksu, adres strony internetowej)	<b>Inne dane kontaktowe</b> adres e-mail: redakcja@asbiznesu.pl, telefon: 618519134, numer faksu: 618519134, strona internetowa: www.asbiznesu.pl  <b>Osoby upoważnione do składania wyjaśnień dotyczących oferty</b> Justyna Schaefer - Kurkowiak, adres e-mail: justyna.kurkowiak@pisop.org.pl, telefon: 61 8519134, strona internetowa: www.asbiznesu.pl Natalia Kęsek, adres e-mail: natalia.kesek@pisop.org.pl, telefon: 61 8519134, strona internetowa: www.asbiznesu.pl

### III. Zakres rzeczowy zadania publicznego

<b>1. Opis zadania publicznego proponowanego do realizacji wraz ze wskazaniem, w szczególności celu, miejsca jego realizacji, grup odbiorców zadania oraz przewidywanego do wykorzystania wkładu osobowego lub rzeczowego</b>
---

### Opis zadania publicznego proponowanego do realizacji

Sytuacja kobiet w Poznaniu poprawia się. Wciąż jednak potrzebne są działania, które pozwolą ograniczyć PROBLEM małej świadomości poznanianek w zakresie możliwości własnego rozwoju i udziału w życiu społeczno-gospodarczym. Problem dotyczy całej Polski ale chcemyając się wsparciem kobiet w Poznaniu.

Poznań zamieszkuje 297 tys. kobiet, tj. o 38 tys. więcej niż mężczyzn, oznacza to że na 100 mężczyzn przypada 115 kobiet. Najwięcej pań posiada wykształcenie średnie lub policealne. Co piąta poznanianka legitymuje się wykształceniem wyższym. Dla co drugiej poznanianki głównym źródłem utrzymania jest praca najemna, co trzeciej emerytura lub renta. Jedynie co dziesiąta kobieta pracuje na własny rachunek lub jest pracodawcą. Poza pracą zawodową, przeciętnej poznaniance najwięcej czasu zajmuje prowadzenie gospodarstwa domowego, z tego większość czasu przeznaczana na opiekę nad dziećmi i przygotowanie posiłków. Prowadzenie gospodarstwa domowego pochłania kobietom średnio 4,5 godziny dziennie. Najwięcej czasu przeznaczają na opiekę nad dziećmi i przygotowanie posiłków oraz utrzymanie porządku w mieszkaniach. Znacznie mniej czasu wolnego niż mężczyźni kobiety przeznaczają na realizację zainteresowań osobistych, czytanie prasy, oglądanie telewizji, aktywny wypoczynek (Diagnoza społeczna 2015, J. Czapiński). Różnice między kobietami a mężczyznami widoczne są także w innych obszarach życia.

Wyniki indeksu Global Gender Gap z 2016 r., mierzącego nierówność płci w czterech płaszczyznach: udziału w życiu ekonomicznym, dostępu do edukacji, zdrowia i długości życia oraz udziału w polityce, plasują Polskę na 38 miejscu (na 144 krajów). Jest to przeskok o 13 pozycji w porównaniu z 2015 rokiem. Wnioski końcowe nie nastrojają jednak pozytywnie. Według autorów indeksu zanim kobiety osiągną równość z mężczyznami minie 170 lat. Największa nierówność występuje w dostępie polskich kobiet do władzy i ich reprezentacji w strukturach decyzyjnych. Dzięki wprowadzonym paritetom, coraz więcej kobiet piastuje stanowiska państwowe (23% w samorządzie, 27% w Sejmie, 13% w Senacie), trudno mówić tu jednak o równości. Jeszcze gorzej sytuacja wygląda w biznesie. Według danych z końca 2014 r. na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie notowanych było łącznie ponad 900 spółek. Liczba osób zasiadających w ich zarządach to blisko 7 tys. osób. Kobiety w tym gronie było niewiele ponad tysiąc. Nawet w sektorze pozarządowym, gdzie 60% pracowników/wolontariuszy stanowią kobiety, w zarządach dominują mężczyźni (dane Klon/Jawor z 2015 r.). To z kolei przekłada się na niższe zarobki kobiet. Według danych GUS w 2014 r. panowie osiągnęli wynagrodzenie o 9% wyższe od średniego, zaś panie o 9,5% niższe. Powyższe dane, choć z poziomu kraju na bazie naszych doświadczeń wiemy, że odnoszą się także do Poznania.

Do PRZYCZYŃ tego stanu rzeczy możemy zaliczyć:

1. Stereotypy dotyczące tradycyjnego podziału ról między kobietami a mężczyznami
2. Niewystarczające wsparcie kobiet umożliwiające im rozwój osobisty i zawodowy
3. Niskie poczucie wśród kobiet własnej wartości i wpływu.

Kobiety generalnie postrzegane są jako osoby podporządkowane mężczyźni (wg badań Fundacji NIWA z 2012 r. 70% Wielkopolanek chce, aby ich zdanie częściej liczyło się w domu), niedecyzyjne, których znaczna część aktywności powinna realizować się w domu m.in. poprzez opiekę nad dziećmi. Stereotypy te przekładają się m.in. na zajmowanie niższych stanowisk w pracy przez kobiety (zjawisko szklanego sufitu), czy utrzymujący się tradycyjny podział ról między kobiety i mężczyzn w rodzinie. Nie ułatwia też tego państwo (wciąż jest za mała ilość żłobków i przedszkoli), jak i rodzina (karierę zawodową rozwijają przede wszystkim mężczyźni). Co więcej, poznanianki są zbyt skromne i za mało wierzą we własne możliwości, brakuje im przebojowości i determinacji stąd rzadziej niż mężczyźni osiągają sukces zawodowy (badania CBOS, 2013).

SKUTKUJE to z kolei:

1. Małym stopniem angażowania się kobiet w życie publiczne, społeczne i gospodarcze
2. Niewykorzystaniem potencjału kobiet
3. Przenoszeniem wzorców tradycyjnego podziału ról między kobiety i mężczyzn na kolejne pokolenia
4. Izolowaniem się kobiet.

Niedocenywanie roli kobiet sprawia, że nie widzą one sensu angażowania się w różnego rodzaju inicjatywy i wycofują się z życia publicznego i gospodarczego. Tymczasem badania nt. różnorodności pokazują, że jeśli jakakolwiek instytucja chce się rozwijać powinna wykorzystywać potencjał kobiet - kobiety są bowiem lepiej wykształcone niż mężczyźni (55% absolwentów wyższych uczelni to kobiety), chętniej kształcą się ustawicznie, dłużej żyją, a ich cechy takie jak lojalność i współpraca sprzyjają rozwojowi całej organizacji (na podst. artykułu pn. „Różnorodność opłaca się organizacjom”, Puls Biznesu, 13.11.2013 r.). Ponadto kryzys z 2010 r. pokazał, że spółki kierowane przez kobiety rzadziej bankrutowały (na podst. artykułu pn. „Parytety w biznesie”, Newsweek 03.2010 r.). Szansą na wzmocnienie pozycji pań (na co zwrócono uwagę podczas I Kongresu Kobiet) jest rozpoznanie ich szczególnych potrzeb. Konieczne jest też zwiększenie świadomości poznanianek na temat możliwości samorozwoju i udziału w życiu społeczno-gospodarczym. A ten cel chcemy osiągnąć poprzez wydanie numeru magazynu As Biznesu, dedykowanego kobietom.

As Biznesu to opiniotwórczy magazyn o społecznej odpowiedzialności, wydawany od 2011 roku i dystrybuowany

bezpłatnie wśród przedsiębiorców, instytucji oraz osób zajmujących się CSR, głównie w Poznaniu. Każdy numer posiada temat przewodni, co sprawia, że As Biznesu porządkuje wiedzę o CSR i jest bardzo przydatnym źródłem inspiracji dla przedsiębiorców i pracowników.

W ciągu 6 lat powstało 17 numerów magazynu As Biznesu. Każdy z nich poruszał inny temat z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu, poszczególne numery dotyczyły między innymi work-life-balance, zarządzania CSR w organizacji, budowania efektywnego i trwałego partnerstwa, kształtowania kompetencji pracowników, tworzeniu miejsca pracy przyjaznego pracownikom 50+, a także osobom z niepełnosprawnościami w pracy.

Przy tworzeniu magazynu z redakcją współpracowało wiele poznanianek, przedstawicielek różnych firm, przedsiębiorstw i instytucji, działających na rzecz społecznej odpowiedzialności. Spośród nich wymienić można takie osoby, jak: Karolina Adamska (Mam Marzenie), Maja Wasilewska (Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości), Dominika Bońkowska (Toyota Bońkowsky), Dorota Wiśniewska (Aquanet SA), Małgorzata Różańska (arvato Polska), Agata Robińska (Kompania Piwowarska), Violetta Józefczyk (INEA), Marta Szymborska (Grupa Raben), Solange Olszewska (Solaris Bus & Coach SA), Elżbieta Torgowska (Cognifide), Katarzyna Milanovic (NIVEA Polska), oraz wiele innych.

Redakcja magazynu znajduje się w Poznaniu. Staramy się jednocześnie w szczególności promować Poznań i poznańskich przedsiębiorców, poznańskie dobre praktyki.

#### **Cel realizacji zadania**

CELEM GŁÓWNYM PROJEKTU JEST aktywizacja i zwiększenie świadomości poznanianek na temat możliwości samorozwoju i udziału w życiu społeczno-gospodarczym poprzez wydanie specjalnego numeru magazynu As Biznesu. Zakładamy dotarcie do min. 4000 kobiet. Cel będzie osiągnięty w okresie od 01.07.2017r. do 15.09.2017r.

Na cel główny składają się takie cele szczegółowe:

- Ukazanie Poznania jako miasta przyjaznego kobietom, poprzez prezentację poznańskich przykładów aktywności kobiet
- Upowszechnienie dobrych praktyk - przykładów aktywności kobiet w życiu społeczno-gospodarczym poprzez prezentację ich działalności.
- Zwiększenie dostępu kobiet do informacji o możliwościach samorozwoju, inicjatyw propagujących aktywność pań poprzez praktyczne artykuły opracowane przez ekspertów.
- Zwiększenie wiedzy poznanianek, na temat społecznej odpowiedzialności biznesu i roli kobiet w jej wdrażaniu.

#### **PLANOWANE DZIAŁANIA:**

W odpowiedzi na cel główny i cele szczegółowe planowane jest wydanie numeru magazynu As Biznesu, poruszającego tematykę roli kobiety w życiu społeczno – gospodarczym. Wydanie zaplanowane jest na wrzesień 2017r. Prace nad numerem rozpoczną się jednak od początku lipca. Nakład będzie wynosił minimum 2000 egzemplarzy. Numer składać się będzie z 32 stron, w formacie A4, w wersji kolorowej. As Biznesu w ramach działań społecznie odpowiedzialnych drukowany jest w przedsiębiorstwie społecznym. Artykuły będą znajdować się w działach, ramowe założenia dot. artykułów, (aczkolwiek autorki i autorzy mogą zaproponować swoje podejście):

1. Miejsca warte Poznania (standardowo Puls Branży) – celem jest ukazanie czytelnikom ważnych i ciekawych miejsc w Poznaniu, które warto odwiedzić.
2. Badania – celem jest uświadomienie roli kobiet w życiu zawodowym, społecznym i gospodarczym, poprzez zaprezentowanie wyników badań.
3. Temat numeru – celem jest zwiększenie świadomości na temat możliwości tworzenia przyjaznego środowiska pracy dla kobiet oraz dostarczenie zestawu przydatnych rozwiązań związanych z tworzeniem środowiska pracy przyjaznego kobietom.
4. Plus – Minus – jest uzupełnieniem tematu numeru, jego celem jest wskazanie silnych i słabych stron wynikających ze wzmocnienia podmiotowości wpływu kobiet.
5. Wywiad – planowane jest przeprowadzenie wywiadu z prezydentem, celem wywiadu jest pokazanie roli kobiety oraz wartości wynikających z inwestowania w kobiety.
6. Dobre praktyki, 2 artykuły – celem jest wskazanie sprawdzonych przykładów możliwych działań, które prowadzą do równowagi pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym.
7. Odpowiedzialni – celem jest prezentacja kobiet, które mogą stanowić wzór odpowiedzialności.
8. Warto wiedzieć – celem jest wzrost wiedzy odnośnie korzyści wynikających z wprowadzenia przez pracodawcę Karty Różnorodności.
9. Inny punkt widzenia – celem jest wskazanie korzyści z zaangażowania kobiet w działania społeczne.
10. Prawo – celem jest prezentacja wymogów prawnych dotyczących wspierania kobiet w zwiększaniu ich wpływu.
11. Po godzinach – celem jest zwiększenie świadomości na temat zdrowego stylu życia.
12. Felieton – celem jest wzrost świadomości odnośnie roli kobiet w życiu społeczno-ekonomicznym.

Od lipca do sierpnia będziemy realizować:

1. Nabór autorów

2. Konsultacje zakresu merytorycznego artykułów
3. Wsparcie dla autorów w zakresie zakresu, tematów, przykładów itp.
4. Redakcję artykułów
5. Korektę artykułów
6. Dobór grafik, zdjęć, materiałów pomocniczych
7. Skład artykułów
8. Opracowanie okładki
9. Druk Magazynu
10. Promocję Magazynu podczas wydarzeń w Poznaniu, za pośrednictwem stron www Centrum PISOP i partnerów, mediów społecznościowych, w tym Facebook

W przygotowanie tego wydania Asa Biznesu zaangażowane będą głównie kobiety, w dużej mierze poznanianki, których działania mogą być podawane za wzór społecznej odpowiedzialności. Magazyn będzie dostępny także w wersji on-line za pośrednictwem wortalu [www.asbiznesu.pl](http://www.asbiznesu.pl).

#### **Miejsce realizacji zadania**

Miasto Poznań

#### **Grupa odbiorców zadania**

Głównymi adresatkami projektu są poznanianki. Mają one różne doświadczenia, kompetencje, sytuację zawodową i rodzinną. Magazyn As Biznesu kierowany będzie do kobiet aktywnych, przedsiębiorczyń, liderek ale także do pań, które mają potrzebę większej podmiotowości.

Wydrukowanych zostanie minimum 2000 egzemplarzy Asa. Dodatkowo, dostępna będzie wersja on-line za pośrednictwem wortalu [www.asbiznesu.pl](http://www.asbiznesu.pl). Magazyn dystrybuowany będzie podczas wydarzeń kierowanych do kobiet, odbywających się w Poznaniu, a także wysyłany do poznańskich przedsiębiorców z bazy Centrum PISOP (około 100 podmiotów). Ponadto, magazyn promowany będzie na stronach internetowych Centrum PISOP oraz portalu społecznościowym - na Facebooku.

Magazyn As Biznesu trafia do szerokiego grona odbiorców. Z doświadczeń redakcji wynika, że jeden egzemplarz czytany jest średnio przez trzy osoby, zakładamy dostęp on-line do ok. 1000 kolejnych osób. Łącznie zakładamy, że treści trafią do ok. 4000 osób, w tym oprócz kobiet także mężczyzn, szefów, partnerów i kolegów. Pośrednio odbiorcami projektu będą wszyscy czytelnicy, dla których istotna jest wartość kształtowania społecznej odpowiedzialności przez kobiety, ich podmiotowości i wpływu.

#### **Przewidywany do wykorzystania wkład osobowy lub rzeczowy**

W realizację projektu zaangażowane zostaną zasoby Centrum PISOP (m.in. koszty biura, wsparcia merytorycznego, przygotowania wersji na wortal [www.asbiznesu.pl](http://www.asbiznesu.pl))

Koszty redakcji będą pokryte częściowo z projektu Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej.

## **2. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego**

Rezultaty dotyczą min. 4000 kobiet, poznanierek. Zakładamy korzystanie z wersji drukowanej i elektronicznej ([www.asbiznesu.pl](http://www.asbiznesu.pl)).

1. Promocja Poznania jako miasta przyjaznego różnorodności, wspierającego podmiotowość kobiet (Artykuł Miejsca Warte Poznania)
2. Zachęcenie decydentów do włączania kobiet do aktywności i do wykorzystania ich potencjału (potwierdzenie wysyłki magazynu As Biznesu)
3. Podniesienie poczucia wartości wśród kobiet (Artykuł Odpowiedzialni)
4. Zwiększenie podmiotowości kobiet (Artykuł Plus-Minus)
5. Zwiększenie świadomości i wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności (potwierdzenie wysyłki magazynu As Biznesu)
6. Uświadomienie możliwości zaangażowania kobiet w życie publiczne, społeczne i gospodarcze (Artykuł na temat dobrych praktyk)
7. Uświadomienie negatywnych konsekwencji stereotypów płci i wskazanie możliwości przeciwdziałania nim z poziomu organizacji (firmy), menadżera i osoby (cały numer)
8. Zwiększenie wiedzy na temat możliwości wpływu kobiet na życie osobiste, rodzinne i zawodowe (Artykuł dotyczący work - life balance)
9. Zwiększenie wiedzy na temat mechanizmów i narzędzi wspierających rozwój osobisty i zawodowy kobiet (Artykuł Badania)
10. Promocja dobrych praktyk tworzenia przyjaznego środowiska pracy dla kobiet (Artykuł na temat dobrych praktyk)

**IV. Szacunkowa kalkulacja kosztów realizacji zadania publicznego** (w przypadku większej liczby kosztów istnieje możliwość dodania kolejnych wierszy)

Lp.	Rodzaj kosztu	Koszt całkowity(zł)	do poniesienia z wnioskowanej dotacji <sup>3)</sup> (zł)	do poniesienia ze środków finansowych własnych, środków pochodzących z innych źródeł, wkładu osobowego lub rzeczowego <sup>4)</sup> (zł)
1	Redakcja kwartalnika	1 650,00 zł	950,00 zł	700,00 zł
2	Autorzy artykułów	2 000,00 zł	500,00 zł	1 500,00 zł
3	Korekta	1 000,00 zł	1 000,00 zł	0,00 zł
4	Druk	6 200,00 zł	6 200,00 zł	0,00 zł
5	Grafika (opracowanie graficzne numeru i okładki)	1 350,00 zł	1 350,00 zł	0,00 zł
<b>Koszty ogółem:</b>		<b>12 200,00 zł</b>	<b>10 000,00 zł</b>	<b>2 200,00 zł</b>

Oświadczam(y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne będzie realizowane wyłącznie w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy **pobieranie\*/niepobieranie\*** świadczeń pieniężnych od adresatów zadania;
- 3) wszystkie podane w ofercie oraz załącznikach informacje są zgodne z aktualnym stanem prawnym i fizycznym;
- 4) oferent\*/oferenci\* składający niniejszą ofertę nie zalega(ją)\*/zalega(ją)\* z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych;
- 5) oferent\*/oferenci\* składający niniejszą ofertę nie zalega(ją)\*/zalega(ją)\* z opłacaniem należności z tytułu składek na ubezpieczenie społeczne.

.....

.....

.....

(podpis osoby upoważnionej  
lub podpisy osób  
upoważnionych  
do składania oświadczeń woli  
w imieniu oferenta)

Data.....

Załączniki:

1. Potwierdzenie złożenia oferty

<sup>1)</sup> Rodzaj zadania zawiera się w zakresie zadań określonych w art. 4 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

<sup>2)</sup> Termin realizacji zadania nie może być dłuższy niż 90 dni.

<sup>3)</sup> Wartość kosztów ogółem do poniesienia z dotacji nie może przekroczyć 10 000zł.

<sup>4)</sup> W przypadku wsparcia realizacji zadania publicznego.