

Rozwój. Przywództwo. Networking.

Newsletter Klubu SheXO | Numer 2 | grudzień 2015

Szanowne Panie,

Przekazujemy Paniom drugi numer naszego newslettera. Tym razem **tematem głównym są raporty na temat roli i pozycji kobiet w biznesie**, a także naszych ambicji, oczekiwań i możliwości. Przedstawiamy kilka publikacji, większość ogłoszonych niedawno. Każdy raport jest tematyczny. Różnią się perspektywą spojrzenia, od globalnej po lokalną, wielkością próby i metody badawczej. Mają jednak jeden, wyraźnie zaakcentowany przekaz. Wszystkie diagnozują sytuację kobiet w biznesie, opisują status quo oraz mają **wzmacniać naszą, kobiecą przedsiębiorczość**, dawać nam więcej wiary w nasz potencjał oraz uruchamiać kreatywność.

Raporty służą też gremiom zarządczym w firmach, często zdominowanym przez mężczyzn. Otwierają im oczy na potrzebę różnorodności wśród pracowników i liderów, co okazuje się najlepszą metodą na dynamiczny rozwój przedsiębiorstwa. Kolejną grupą adresatów raportów są ogólnie rozumiani ludzie z doświadczeniem: rodzice, nauczyciele, mentorzy. To od nich w dużym stopniu zależy oczekiwana zmiana w budowaniu ścieżek kariery kobiet w biznesie w Polsce. Wzory mentorskie, płynąca od starszych inspiracja, mądra porada mogą dać impulsy, które przyniosą wielkie korzyści osobiste i zawodowe dziewczętom startującym teraz w dorosłość.

Newsletter wzbogacamy także historiami i sylwetkami niezwykłych kobiet. Nie tylko znanych. Współczesnych i z przeszłości. Obdarzone talentami i odwagą osiągnęły i osiągają spektakularne sukcesy w wielu dziedzinach. Najczęściej nie były i nie są związane z biznesem. To ambasadorki wszystkich kobiet. Poznajemy je dzięki ciekawym, niedawnym i aktualnym wydarzeniom oraz zjawiskom kulturalnym i społecznym. Są ich inicjatorkami, autorkami, bohaterkami. **Rola i wizerunek kobiet zmieniają się, czego atrakcyjnym symbolem jest nowa edycja słynnego kalendarza Pirelli.** Tym razem stawia w centrum nie tylko piękno ciała kobiet, ale nadto ich intelekt i osiągnięcia. Zmianę zawdzięczamy przede wszystkim samym sobie. Od lat pokazujemy, że można przebijać przysłowio-



szklane sufity, iść do przodu zdecydowanym krokiem i jednocześnie nie tracić nic ze swej osobowości, a nawet uczynić z niej atut.

Serdecznie zapraszamy do lektury całych, dostępnych w sieci raportów, jednocześnie zachęcamy do współtworzenia naszego newslettera. Czekamy na Pań relacje z wydarzeń, rekomendacje miejsc, opinie i komentarze na temat potencjału, talentów i kreatywności kobiet. Newsletter Klubu SheXO jest naszą wspólną platformą komunikacji.

Życząc Paniom radosnych, pełnych miłości i uważności Świąt Bożego Narodzenia oraz nowej energii, pasji i perspektyw na Rok 2016, pozdrawiam serdecznie,

Iwona Georgijew
Liderka Klubu SheXO

W numerze



Najnowsze raporty na temat roli i pozycji kobiet w biznesie

Kobiety w finansach 2015	3
Potencjał kobiet dla branży technologicznej	4
Kobiety w polskich startup'ach	5
Kobiety po pięćdziesiątce w biznesie	5
Women in the workplace 2015	6



Sukcesy. Ambasadorki kobiet.

14. kobieta na liście laureatek literackiego Nobla	7
Kobiety w gronie laureatów XVII Konkursu Chopinowskiego	7



Kobiety zmieniają świat

„Sufrażystka” – opowieść o trudnej, ale wygranej walce kobiet o prawa wyborcze na początku XX stulecia.	8
Przyciągają nie nagością, ale osobowością - ukazała się niezwykła 43. edycja kultowego kalendarza Pirelli.	8



Najnowsze
opracowania
na temat roli
i pozycji kobiet
w biznesie

„Kobiety w finansach 2015” – o obecności kobiet w polskim sektorze finansowym

Jak wynika z raportu, **wiele firm polskiego sektora finansowego wprowadza specjalne programy na rzecz rozwoju kariery kobiet**, ale przed nami jeszcze długa droga do w pełni zrównoważonej współpracy kobiet i mężczyzn w tej branży. Raport zrealizował Instytut Innowacyjna Gospodarka na rzecz inicjatywy „Znane Ekspertki” (październik 2015).

Najważniejsze wnioski:

- Publikacja ma pokazać w jak dużym stopniu utalentowane i kompetentne kobiety przyczyniają się do rozwoju sektora finansowego. **Są wybitnymi ekspertkami i mają ogromną wiedzę w tej dziedzinie.**
- W Polsce w sektorze finansowym ponad dwa razy więcej kobiet zajmuje stanowiska CEO lub prezesów zarządów niż wynosi średnia światowa. To 9,7%, podczas gdy jedynie 4% stanowisk CEO w badanych 150 firmach z sektora finansowego z całego świata są obsadzone przez kobiety. Jak podaje Komisja Europejska na wysokich szczeblach managerskich zasiada w państwach UE 11% kobiet – a w polskim sektorze finansowym ten odsetek wynosi 16,8%.
- Wciąż jednak udział mężczyzn – na świecie, w UE i Polsce – na stanowiskach kierowniczych w instytucjach finansowych jest wyraźnie wyższy (56,3 proc.), choć **kobiety stanowią większość pracowników sektora finansowego** (w Polsce – 60,9 proc.).
- W radach nadzorczych instytucji finansowych **najwięcej kobiet jest w sektorze bankowym** – 15,9 proc., a najmniej w sektorze ubezpieczeniowym – 9,4 proc.
- Raport zawiera listę 200 najbardziej wpływowych kobiet polskiego sektora finansowego.

Medalowe miejsca zajmują w kolejności: Hanna Gronkiewicz-Waltz, prezydent Warszawy, Danuta Hübner, posłanka do Parlamentu Europejskiego, Lidia Jabłonowska-Luba, wiceprezes zarządu mBank SA. Bonusem w rapocie są opisy karier top pięciu współczesnych liderok światowych finansów. Są to: Ana Patricia Botin, prezes Grupy Santander, Mary Erdoes, dyrektor generalna J.P. Morgan Asset Management, Christine Lagarde, dyrektor zarządzająca Międzynarodowego Funduszu Walutowego, Ngozi Okonjo-Iweala, była minister finansów Nigerii oraz Starszy Doradca Lazard Ltd., Janet Yellen, przewodnicząca Rady Gubernatorów Systemu Rezerwy Stanów Zjednoczonych (Fed.).

Raport dostępny na stronie:



www.ingos.pl/pl/kobiety-w-finansach



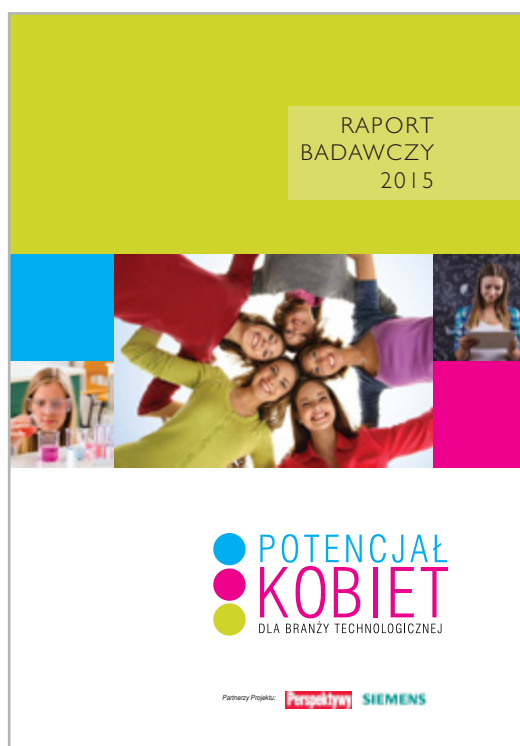
„Potencjał kobiet dla branży technologicznej”

Branża technologiczna potrzebuje kobiet. Predyspozycje, talenty i umiejętności w pełni predestynują kobiety do rozwoju technologii. Raport przygotowany przez „Perspektywy” i Siemens (wrzesień 2015).

Najważniejsze wnioski:

- Procent zatrudnienia kobiet w branży technologicznej w Polsce wynosi ok. 27 proc., co oznacza wzrost o ok. 6 proc. w porównaniu z kilkoma ostatnimi latami. 26 proc. w zarządach firm tej branży stanowią kobiety (wzrost o 11 proc.). Bardziej od ich specjalistycznych kompetencji doceniany jest tzw. kobiecy styl zarządzania: umiejętność tworzenia dobrej atmosfery w pracy, sprawna organizacja, wysoka umiejętność rozwiązywania problemów czy zmysł estetyczny.
- W Polsce rośnie obecność kobiet na uczelniach technicznych (w procentach, np.: 2007/2008 – 30,7; 2011/2012 – 35,0; 2014/2015 – 36,9). 77 proc. studentek uczelni technicznych wiąże przyszłość z branżą technologiczną. Blisko połowa przyznała, że wybrała studia dzięki zachęce nauczyciela albo rodzica, że miały wzorce w rodzinie albo chciały przeciwstawić się stereotypowi o zdominowaniu uczelni technicznych przez mężczyzn.
- 73 proc. polskich maturzystek interesuje się nowymi technologiami. Ponad 90 proc. chce iść na studia, ale tylko 12 proc. myśli o kierunkach ścisłych. Pytane o powody odpowiadają, że nie są zachęcane, nie mają wystarczającej wiedzy z zakresu nauk ścisłych, obawiają się, że są to trudne studia, choć aż 72 proc. uważa, że właśnie kierunki ścisłe zagwarantowałyby im dobrą pracę.
- Nadal skromna reprezentacja kobiet w branży technologicznej i na uczelniach technicznych (w tzw. obszarze STEM – Science, Technology, Engineering, Mathematics) związana jest m.in. z niedostatkami skutecznego doradztwa, stereotypami, niedostateczną współpracą świata akademickiego z branżą technologiczną.
- Autorzy raportu widzą jednak pozytywne zmiany w młodym pokoleniu. Stereotypy stopniowo znikają, docenia się potrzeby konsumentek produktów i usług technologicznych.

- Dodajmy, że ukonstytuowała się Rada ds. rekomendacji w celu zwiększenia udziału kobiet w branży technologicznej. Są w niej m.in. profesorowie: Danuta Hübner (posłanka, Parlament Europejski), Katarzyna Chałasińska-Macukow (rektor, Uniwersytet Warszawski), Wiesław Banyś (rektor, Uniwersytet Śląski). Rada zaproponowała listę zmian w kilku obszarach: edukacji („szkoła mądra, inspirująca, wolna od stereotypów”), szkolnictwa wyższego („uczelnia jako przestrzeń wspierająca kobiety”), społecznym („społeczeństwo otwarte, pełna widzialność kobiet”), branży technologicznej („zmiana kultury organizacyjnej firm”) oraz na poziomie centralnym („priorytetyzacja STEM w polityce publicznej”).



Raport dostępny na stronie:
www.potencjalkobiet.pl/raport-program



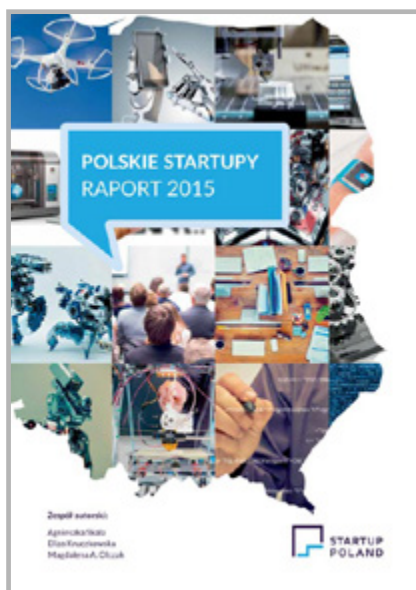
Najnowsze
opracowania
na temat roli
i pozycji kobiet
w biznesie

„Polskie startupy”

Wszystkie startupy w Polsce, niezależnie od płci założycieli, **funkcjonują w podobny sposób i z taką samą wiarą patrzą w przyszłość**, licząc na wzrosty wyceny swoich przedsięwzięć. Raport przygotowała Fundacja Startup Poland (wrzesień 2015)

Najważniejsze wnioski:

- W co trzecim startupie w Polsce współnikiem jest kobieta. 28 proc. startupów ma wśród założycieli co najmniej jedną kobietę. Jednak startupy działające dłużej to domena mężczyzn. Poza tym startupy zdominowane przez mężczyzn są wyżej wyceniane, choć deklarowane przez nich tempo wzrostu przychodów jest tylko nieznacznie większe.
- Wyraźna jest przewaga kobiecych startupów w dziedzinach projektowania użytkowego i wzornictwa. Co ciekawe, w obszarach przesycanych techniką (np. robotyka, biotechnologia, usługi mobilne) nie ma większych różnic w ilości zatrudnienia kobiet i mężczyzn.
- **Panie działające w startupach dużo częściej korzystają z mentoringu niż panowie** (19 proc. vs. 9 proc.). Rzadziej prowadzą firmy w pojedynkę (23 proc. vs. 36 proc.).



Raport dostępny na stronie:
www.raport2015.startuppoland.org

„Kobiety po pięćdziesiątce w biznesie”

Według raportu kobiety w Polsce szybciej wychodzą z rynku pracy od mężczyzn, a zdecydowana mniejszość prezesów to kobiety, ale **trendy światowe sprzyjają kobietom z doświadczeniem biznesowym**. Raport opublikowany przez centrum analityczne wydawcy „Polityki” – Polityka Insight (wrzesień 2015)

Najważniejsze wnioski:

- **Wskaźnik zatrudnienia w Polsce kobiet w wieku 55-64 lata jest jednym z najniższych w Europie.** Wynosi 30 proc., zaś np. w Szwecji – powyżej 70 proc., Niemczech – blisko 60 proc., przeciętna w UE to ponad 40 proc.
- Kobiety w biznesie, zwłaszcza dojrzałe, muszą **mierzyć się z silnymi stereotypami**, np. zakodowaną dominacją doświadczonych mężczyzn, a także przekonaniem, że na emeryturę idzie się jak najszybciej. Poza tym odczuwają zbyt małą pewność siebie i nie dysponują odpowiednim networkingiem, by wspierać się wzajemnie.
- Niezależnie od wieku i pozycji, kobiety powinny chcieć **zmieniać się, szukać odpowiednich szkoleń i poszerzać kompetencje**. Powinny też bardziej niż dotąd podejmować ryzyko, a nie bazować na stabilnej pracy i bezpieczeństwie zatrudnienia. Nadzieję na poprawę sytuacji kobiet po 50. roku życia należy wiązać z globalną zmianą mentalności. O ile w USA powszechnie mówi się: „Sixty is the new forty”, o tyle u nas na razie wystarczyłoby promowanie hasła: **„Pięćdziesiątka to nowa czterdziestka”**.
- Szansą dla dojrzałych wiekowo liderki będzie rozwój tzw. silver economy – srebrnej/senioralnej gospodarki nastawionej na wytwarzanie dóbr i proponowanie usług dla seniorów.

Raport dostępny na stronie:
www.politykainsight.pl



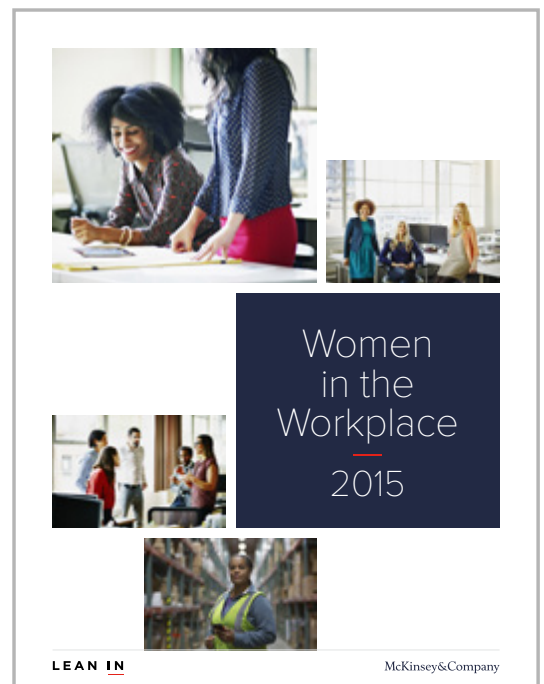
Najnowsze
opracowania
na temat roli
i pozycji kobiet
w biznesie

„Women in the workplace 2015”

„Raport prawdy” o karierze zawodowej kobiet w USA. Sytuacja wymaga poprawy, w dużym stopniu zależy ona od samych kobiet. W raporcie są wymienione czynniki hamujące przedsiębiorczość nie tylko Amerykanek. Tymczasem to **właśnie sukcesy kobiet zatrudnionych w firmie często decydują o jej rozwoju**. Raport przygotowany przez LeanIn.Org i McKinsey & Co. (wrzesień 2015)

Najważniejsze wnioski:

- **Kobiety w USA wciąż nie są dostatecznie reprezentowane na wszystkich szczeblach struktury korporacji.** W „czarnym scenariuszu” potrzeba aż ćwierćwiecza, by wyrównała się tam pozycja kobiet i mężczyzn na stanowiskach na poziomie VP, a stu lat w odniesieniu do najwyższego szczebla C-Suite.
- Blisko 75 proc. szefów korporacji deklaruje istnienie w kierowanych przez nich firmach równych szans dla obu płci, jednak mniej niż połowa pracowników wierzy, że tak jest w praktyce, a tylko jedna trzecia jest pewna prawdziwości deklaracji swojego CEO.
- Pracownicy firm **nie łączą się aktywnie w kobiece stowarzyszenia**, w odróżnieniu od mężczyzn, którzy networking wykorzystują do promocji siebie.
- Awans zawodowy kobiet jest utrudniony przez bariery zewnętrzne od nich niezależne i przeszkody wewnętrzne. Do tej drugiej grupy należą m.in. takie czynniki, jak: mała odporność na stres, obawy przed utratą pracy z powodu pójścia na urlop macierzyński, brak zaufania do systemów pracowniczych, niewłaściwe rozłożenie z partnerem obowiązków domowych.
- Kobiece przywództwo jest nieodzowne dla rozwoju przedsiębiorstw, aby mogły się znaleźć na najwyższym poziomie. Liderki muszą jednak chcieć pokazywać cały swój potencjał i znaleźć **złoty środek** pomiędzy życiem osobistym i zawodowym.

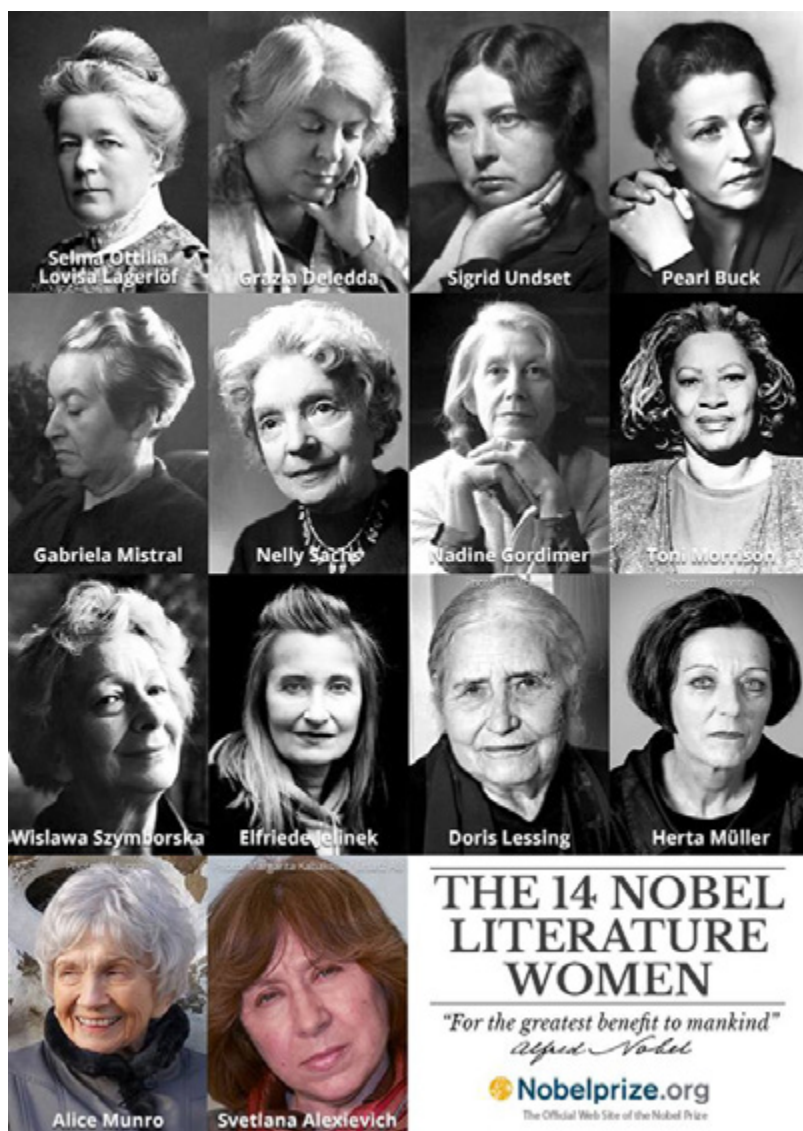


Raport dostępny na stronie:
www.womenintheworkplace.com



Sukcesy

Sukcesy. Ambasadorki kobiet.



Źródło: nobelprize.org

Swietłana Aleksijewicz otrzymała Literacką Nagrodę Nobla 2015

To pierwszy Nobel dla Białorusi, a Aleksijewicz to **14. kobieta na liście laureatek literackiego Nobla**. W tym gronie jest jedna Polka – Wisława Szymborska (Nobel 1996). Po raz pierwszy w historii literackiego Nobla (od 1901 r.) nazwisko laureata ogłosiła kobieta. Zaszczycił Sarze Danius, szwedzkiej profesorce literaturoznawstwa, krytyczce i pisarce. Sara Danius jest także pierwszą kobietą na stanowisku sekretarza Akademii Szwedzkiej.



Dwie kobiety są w dziesięcioosobowym gronie laureatów XVII Konkursu Chopinowskiego

Trzecie miejsce zajęła uwielbiana przez publiczność, określana jako liryczna, amerykańska **pianista Kate Liu**. Jedno z wyróżnień otrzymała Japonka **Aimi Kobayashi**. Przewodniczącą jury była **Katarzyna Popowa-Zydroń**. Pianistki tylko trzykrotnie zajmowały pierwsze miejsca na Konkursie Chopinowskim. W 1949 r. ex aequo Polka **Halina Czerny-Stefańska** i Rosjanka **Bella Dawidowicz**, w 1965 r. **Martha Argerich** z Argentyny i w poprzedniej edycji w 2010 r. Rosjanka **Julianna Awdiejewa**.



Równość decydowania – do kin trafił angielski film „Sufrażystka”.

„Sufrażystka” – opowieść o trudnej, ale wygranej walce kobiet o prawa wyborcze na początku XX stulecia. Początkowo były lekceważone i wyśmiewane, potem uważane za zagrożenie dotychczasowego ładu, aresztowane, stawiane wobec trudnych życiowych decyzji, aż w końcu zwycięskie. „Sufrażystki” wyreżyserowała Sarah Gavron, w głównych rolach wystąpiły: Carey Mulligan, Helena Bonham Carter i Meryl Streep. Warto pamiętać, że 28 listopada 2015 roku minęła 97. rocznica uzyskania praw wyborczych przez Polki. Odpowiedni dekret podpisał Naczelnik Państwa Józef Piłsudski. W 1918 roku praw wyborczych doczekały się także Niemki i Austriaczki. Amerykanki musiały czekać do 1920 roku, Brytyjki do 1928, Francuzki

do 1944, a Szwajcarki aż do 1971. Do dziś praw wyborczych wciąż nie mają obywatelki Brunei, a ograniczone prawa wyborcze mają obywatelki Libanu. **W Arabii Saudyjskiej dopiero teraz, w końcu 2015 roku, kobiety uzyskały czynne i bierne prawo wyborcze i po raz pierwszy w historii wzięły udział w wyborach samorządowych.** Jako pierwsze w historii prawa wyborcze uzyskały kobiety w Nowej Zelandii, w 1893 roku.

Odnotujmy, że po ostatnich wyborach parlamentarnych po raz pierwszy w historii Polski w ławach poselskich zasiada 125 kobiet, czyli 27 proc. wszystkich posłów Sejmu VIII kadencji.



Przyciągają nie nagością, ale osobowością – ukazała się niezwykła 43. edycja kultowego kalendarza Pirelli.

Autorką zdjęć do nowego, najszlachetniejszego na świecie kalendarza Pirelli jest wybitna amerykańska fotografka Annie Liebovitz. Wspomina, że od zleceniodawcy dostała twórczą wolność. Pirelli postanowiło zmienić przekaz swojego wydawnictwa. Bohaterkami zdjęć Pirelli 2016 nie są, jak dotąd, rozebrane, zmysłowe modelki o idealnych kształtach, ale kobiety silne, niezależne, opiniotwórcze, mądre, piękne duchowo, a także dowcipne, hojne, kobiety – legendy i dziewczyny lansujące trendy. Wybór bohaterek należał do Liebovitz. Większość to Amerykanki: tenisistka Serena Williams, producentka filmowa Kathleen Kennedy, biznesmenka i prezeska Dreamworks Animation Mellody Hobson, pisarka i oratorka Fran Leibovitz, reżyserka filmowa Ava DuVernay, 19-letnia blogerka modowa Tavi Gevinson, aktorka komediowa Amy Schumer, dwie legendy

sztuki, awangardowe artystki: pochodząca z Japonii, żona Johna Lennona Yoko Ono i Patti Smith, a także filantropka i kolekcjonerka sztuki Agnes Gund z wnuczką Sadie Rain Hope-Gund oraz Yao Chen – chińska aktorka, Shirin Neshat – irańska artystka video artu i Natalia Vodianova – rosyjska supermodelka, pozująca ze swoim małym synkiem. Marco Tronchetti Provera, prezes zarządu Pirelli skomentował, że kalendarz kreuje markę w zgodzie z aktualnymi prądami społecznymi i „odzwierciedla współczesny świat”.

Zdjęcia z najnowszego wydania kalendarza mogą Panie obejrzeć m.in. na stronie WO:

<http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,115167,19273599,kultowy-kalendarz-pirelli-porzuca-nagie-modelki-na-rzecz-wplywowych.html>

O Klubie SheXO

Klub Deloitte SheXO działa od 2011 roku i jest skierowany do kobiet na stanowiskach kierowniczych i zarządczych. Stworzyliśmy go z myślą o kobietach biznesu i ich rozwoju osobistym oraz zawodowym.

Klub tworzy przestrzeń dla regularnej wymiany myśli, rozwijania cech przywódczych oraz networkingu.

W ramach działania Klubu SheXO organizujemy spotkania biznesowe, na które zapraszamy wybitnych ekspertów z wielu dziedzin, między innymi psychologii biznesu, coachingu, mentorów oraz ludzi sukcesu.

Klub inicjuje oraz patronuje publikacjom, które pogłębiają wiedzę z zakresu rozwoju zawodowego kobiet.

We współpracy z naukowcami, psychologami oraz praktykami biznesu prowadzimy także unikalne badania, których celem jest zbadanie wyzwań oraz zmian, jakie zachodzą w tej dziedzinie.

www.deloitte.com/pl/shexo

www.deloitte.com/pl/kobiety

Kontakt

Warszawa

Iwona Georgijew

Partner Deloitte
Liderka Klubu SheXO oraz Programu
Różnorodności w Deloitte w Polsce oraz
w Europie Środkowej
igeorgijew@deloittece.com

Małgorzata Reif

Menedżer
Dział marketingu
mreif@deloittece.com

Gdańsk, Poznań, Szczecin

Agnieszka Mitoraj

Dyrektor
Regionalna liderka Klubu SheXO
amitoraj@deloittece.com

Iwona Urbańska

Dział marketingu
iurbanska@deloittece.com

Łódź

Malwina Choińska

Dyrektor
Regionalna liderka Klubu SheXO
mchoinska@deloittece.com

Magdalena Szymańska

Dział marketingu
mszymanska@deloittece.com

Kraków, Katowice, Rzeszów

Krystyna Palka-Ichasz

Dyrektor
Regionalna liderka Klubu SheXO
kichasz@deloittece.com

Paulina Surman

Dział marketingu
psurman@deloittece.com

Wrocław

Magdalena Jończak

Dyrektor
Regionalna liderka Klubu SheXO
mjonczak@deloittece.com

Monika Kurlej

Dział marketingu
mkurlej@deloittece.com

Nazwa Deloitte odnosi się do jednej lub kilku jednostek Deloitte Touche Tohmatsu Limited, prywatnego podmiotu prawa brytyjskiego z ograniczoną odpowiedzialnością i jego firm członkowskich, które stanowią oddzielne i niezależne podmioty prawne. Dokładny opis struktury prawnej Deloitte Touche Tohmatsu Limited oraz jego firm członkowskich można znaleźć na stronie www.deloitte.com/pl/onas

Deloitte świadczy usługi audytorskie, konsultingowe, doradztwa podatkowego i finansowego klientom z sektora publicznego oraz prywatnego, działającym w różnych branżach. Dzięki globalnej sieci firm członkowskich obejmującej 150 krajów oferujemy najwyższej klasy umiejętności, doświadczenie i wiedzę w połączeniu ze znajomością lokalnego rynku. Pomagamy klientom odnieść sukces niezależnie od miejsca i branży, w jakiej działają. 200 000 pracowników Deloitte na świecie realizuje misję firmy: stanowić standard najwyższej jakości.

Specjalistów Deloitte łączy kultura współpracy oparta na zawodowej rzetelności i uczciwości, maksymalnej wartości dla klientów, lojalnym współdziałaniu i siłę, którą czerpią z różnorodności. Deloitte to środowisko sprzyjające ciągłemu pogłębianiu wiedzy, zdobywaniu nowych doświadczeń oraz rozwojowi zawodowemu. Eksperti Deloitte z zaangażowaniem współtworzą społeczną odpowiedzialność biznesu, podejmując inicjatywy na rzecz budowania zaufania publicznego i wspierania lokalnych społeczności.

Powyższa publikacja zawiera jedynie informacje natury ogólnej. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, Deloitte Global Services Limited, Deloitte Global Services Holdings Limited, Deloitte Touche Tohmatsu Verein, firmy członkowskie oraz podmioty stowarzyszone nie świadczą tym samym, ani nie przedstawiają w tej publikacji porad księgowych, podatkowych, inwestycyjnych, finansowych, konsultingowych, prawnych czy innych. Nie należy także wyłącznie na podstawie zawartych tu informacji podejmować jakichkolwiek decyzji dotyczących Państwa działalności. Przed podjęciem jakichkolwiek decyzji lub działań dotyczących kwestii finansowych czy biznesowych powinni Państwo skorzystać z porady profesjonalnego doradcy. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, Deloitte Global Services Limited, Deloitte Global Services Holdings Limited, Deloitte Touche Tohmatsu Verein, firmy członkowskie oraz podmioty stowarzyszone nie ponoszą odpowiedzialności za jakiegokolwiek szkody wynikające z wykorzystania informacji zawartych w publikacji ani za Państwa decyzje podjęte w związku z tymi informacjami. Osoby korzystające z powyższej publikacji robią to na własne ryzyko i ponoszą pełną związaną z tym odpowiedzialność.