



Manual privind antreprenoriatul

Ghiduri care conțin studii comparative în Europa privind metode și abordări în predarea tinerilor, cum să lanseze un startup, în special o întreprindere socială.

Mai 2020

nr.2019-1-IT03-KA205-016195

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein

Autori:

Conversas Associação Internacional (Leader of the Publication): Rocha, C.; Caetano, L.; Santos, HL.

CO-LABORY: Ricchiuto, A; Porcelli, F.

ACTA Center: Popovici, M; Nicoara, C; Iova, D.

Cross Culture International Foundation Cyprus:
Aristodemou, M.; Vladimirov, K.;

Institute of Entrepreneurship Development:
Bahushi, J.; Kalantzi, F.;...

Mitra France: ...

Ediție:

Conversas Associação Internacional: Rocha, C.;
Santos, HL.

Grafica:

Institute of Entrepreneurship Development
(Greece)

Proiectul ESE a fost finanțat de programul european ERASMUS +.

Sprejiniul Comisiei Europene pentru producerea acestei publicații nu constituie o aprobare a conținutului care reflectă doar opiniile autorilor, iar Comisia nu poate fi trasă la răspundere pentru orice utilizare care ar putea fi făcută informațiilor conținute aici.



Table des matières

Introduction	3
1) L'ECONOMIE SOCIALE ET L'ENTREPRISE SOCIALE EN EUROPE	6
SELON L'UE	6
CIPRU	7
Franța	9
Grecia	9
ITALIA	10
Portugal	11
România	12
2) Exemple de succes de întreprinderi sociale	13
Controcorrente S.O.S.	17
Future World Center	19
Geopaideia	22
Made in Carcere	24
Muma Codrului	27
NaTakallam	29
Para Onde?	31
Platoul Urbain	34
Sunflower Design	36
Sustainable Food Movement in Greece	37
3) Instrumente de sprijin pentru dezvoltarea unei întreprinderi sociale	41
Cyprusinno.com	58
Curriculum pentru tinerii antreprenori sociali pe baza principiilor ECVET	59
ONLINE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP COURSE	61
4) Concluzie	64
5) Mulțumiri	65





Introduction

„**Antreprenorul social european**” (ESE) este un proiect Erasmus + care își propune să disemineze bunele practici la nivel european prin formarea lucrătorilor de tineret care pot oferi tinerilor abilități inovatoare despre domeniul antreprenorial social, văzând implicarea lor activă și a întregului comunitate locala.

Proiectul ESE promovează abilitarea tinerilor prin dezvoltarea unui set de instrumente care le vor îmbunătăți cunoștințele în domeniul antreprenoriatului, cu un accent special pe antreprenoriatul social, care combină dimensiunea antreprenorială cu cea socială și cu posibile consecințe asupra ocupării forței de muncă.

Antreprenoriatul social legat de tineri este un concept care ia forme diferite în fiecare dintre țările partenere. Ideea noastră de proiect s-a născut din voința parteneriatului de a crea un model eficient și repetabil la nivel european pentru diseminarea tehnicilor de incluziune în domeniul antreprenorial social.

Proiectul implică 6 parteneri din 6 țări europene:





CO-LABORY - Italia

CO-LABORY este un spațiu de coworking angajat să promoveze o nouă cultură antreprenorială bazată pe responsabilitatea socială personală, pe centralitatea persoanei, pe relațiile de reciprocitate și pe funcția socială a profitului afacerii.



Centrul ACTA - România

Centrul European pentru Integrare Profesională ACTA promovează activități educaționale, dezvoltarea abilităților profesionale și sociale a oamenilor pentru a se putea adapta și integra eficient într-o societate dinamică. ACTA își propune să sporească abilitarea oamenilor, antreprenoriatul, creativitatea și încurajează oamenii să-și dezvolte ideile și inițiativele în proiecte concrete.



CAI - Conversas Associação Internacional - Portugalia

CAI este o asociație, implicată în intervenția socială în domeniul tineretului, educației non-formale și educației adulților. Asociația are ca scop intervenția socială, cooperarea și educația pentru dezvoltarea umană și socială în domeniile prevenirii, tratamentului, incluziunii sociale a problemelor sociale, cercetării, publicațiilor, instruirii și evenimentelor culturale.





CCIF Cipru - Cross Culture International Foundation Cipru

CCIF Cipru a fost înființat în 2016, cu MISIUNEA de a sprijini incluziunea socială a tuturor cetățenilor, în special a tinerilor, inclusiv a celor cu mai puține oportunități, prin schimburi de tineri, rețele, inițiative transnaționale și dialoguri culturale. VIZIUNEA noastră este de a împuternici tinerii, indiferent de gen, context social, cultural sau educațional, pentru cetățenie activă, voluntariat, toleranță, respect, înțelegere reciprocă, creștere durabilă și dezvoltare a vieții.



IED - INSTITUTUL DE DEZVOLTARE A ANTREPRENORIATULUI - GREECE

iED este o organizație de cercetare înființată în 2005, axată pe promovarea antreprenoriatului pentru toată lumea. Activitatea principală a organizației este implementarea de proiecte în cadrul unora dintre cele mai influente programe și revoluționare din Europa, cum ar fi programele HORIZON 2020 și ERASMUS +.



MITRA FRANTA

Mitra France își propune să încurajeze înțelegerea interculturală și capacitatea de reacție la diversitatea socială, etnică, lingvistică și culturală prin educație non-formală. Creăm conștientizare în rândul tinerilor cu privire la rolul lor în societate și creștem nivelul de competență digitală în rândul persoanelor cu mai puține oportunități: șomeri, etnii, minorități naționale, refugiați și oameni cu calificare scăzută.



Acest manual privind **antreprenoriatul social** este un rezultat al proiectului „**Antreprenor social european**”. Este organizat în trei secțiuni:

- 1) Definiții ale economiei sociale și ale întreprinderilor sociale de către Uniunea Europeană și de către fiecare țară parteneră;
- 2) Povești de succes ale întreprinderilor sociale cu un impact social semnificativ asupra teritoriilor în care își desfășoară activitatea;
- 3) Instrumente care pot sprijini dezvoltarea unei întreprinderi sociale.



1) L'ECONOMIE SOCIALE ET L'ENTREPRISE SOCIALE EN EUROPE

SELON L'UE

Economia socială este destinat să obțină profituri pentru alte persoane decât investitori sau proprietari; cu alte cuvinte, își propune să servească membrii și să nu obțină o rentabilitate a investiției, așa cum fac companiile tradiționale de capital. Economia socială include cooperative, societăți mutuale, asociații non-profit, fundații și întreprinderi sociale.

Comisia Europeană consideră o întreprindere socială un operator în economia socială al cărui principal obiectiv este să aibă un impact social, social sau de mediu, mai degrabă decât să obțină profit pentru investitori sau proprietari. Funcționează prin furnizarea de produse și servicii pentru piață într-un mod antreprenorial și inovator, iar profiturile sunt reinvestite în principal pentru atingerea obiectivelor sociale. Este gestionat într-o manieră deschisă și responsabilă, în conformitate cu principiul solidarității și mutualității prin implicarea angajaților, consumatorilor și investitorilor afectați de activitățile sale comerciale.

În Europa există 2 milioane de întreprinderi din economia socială, majoritatea microîntreprinderi, mici și mijlocii (IMM-uri), reprezentând 10% din toate întreprinderile din UE, peste 11 milioane de oameni (aproximativ 6% din angajații UE) lucrează în aceste întreprinderi și până la 160 de milioane de oameni din Europa sunt membri ai întreprinderilor din economia socială. Astfel, acestea au un rol esențial pentru ocuparea forței de muncă, coeziunea socială, dezvoltarea regională și rurală, protecția mediului, protecția consumatorilor, agricultura, dezvoltarea țărilor terțe și politicile de securitate socială ale UE.

În toată Europa putem găsi diferite forme juridice și o gamă largă de produse și servicii. Multe întreprinderi sociale funcționează sub formă de cooperative sociale, unele sunt înregistrate ca companii private limitate prin garanție, unele sunt reciproce, iar multe sunt organizații non-profit, cum ar fi societăți providențiale, asociații, organizații de voluntariat, organizații caritabile sau fundații.

Malgré leur diversité, les entreprises sociales opèrent principalement dans les domaines suivants :

Integrarea în muncă- formarea și integrarea persoanelor cu dizabilități și a șomerilor;

Servicii sociale personale- sănătate, bunăstare și îngrijire medicală, formare profesională, educație, servicii de sănătate, servicii de îngrijire a copiilor, servicii pentru persoanele în vârstă sau ajutor pentru persoanele defavorizate;

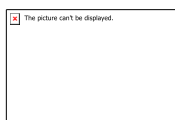
Dezvoltarea locală a zonelor defavorizate- întreprinderi sociale din zonele rurale îndepărtate, scheme de dezvoltare / reabilitare a cartierelor în zonele urbane, ajutor pentru dezvoltare și cooperare pentru dezvoltare cu țări terțe;



Alte- inclusiv reciclarea, protecția mediului, sport, arte, cultură sau conservare istorică, știință, cercetare și inovare, protecția consumatorilor și sporturi amatori.

Mai jos prezentăm formele juridice ale fiecărei țări partenere implicate în acest proiect și dovezile acestei diversități între țări.

Pentru mai multe informații despre această temă, puteți consulta următoarele link-uri ale Comisiei Europene: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy_en și https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en



CIPRU

Legea nr: N / A Textul proiectului de lege, prezentat Camerei Reprezentanților, 06/2019 (vă rugăm să verificați numele legii cu CCIF)

Statul cipriot, având în vedere beneficiile multiple pe care societatea și economia le pot obține din dezvoltarea unor astfel de afaceri, a pregătit un proiect de lege intitulat „[Legea pentru dezvoltarea și menținerea unui registru pentru întreprinderile sociale](#)”, care se află în prezent în fața Camerei Reprezentanților.

Conform prevederilor legii propuse, o afacere poate fi definită ca o întreprindere socială dacă se încadrează în una dintre următoarele două categorii:

(a) întreprindere socială cu scop general: scopul principal al unei astfel de întreprinderi ar trebui să fie realizarea unei misiuni sociale prin promovarea unor acțiuni pozitive sociale și / sau de mediu în interesul societății și ar trebui să investească cel puțin 70% din profiturile sale pentru a promova această misiune socială;

(b) întreprindere de integrare socială: scopul principal al unei astfel de întreprinderi ar trebui să fie îndeplinirea unei misiuni sociale prin angajarea persoanelor care provin din grupuri vulnerabile ale populației, iar aceste persoane ar trebui să constituie cel puțin 40% din forța de muncă a întreprinderii.

Definiție și obiective:

„Antreprenoriatul social” și „economia socială” mai largă câștigă impuls în furnizarea de răspunsuri inovatoare la provocările economice, sociale și de mediu actuale prin dezvoltarea de locuri de muncă durabile, incluziune socială, îmbunătățirea serviciilor sociale locale, coeziunea teritorială etc.





O întreprindere socială, care operează în cadrul economiei sociale, urmează un model de afaceri diferențiat de cel urmat de întreprinderile obișnuite; obiectivul său principal nu este de a genera profituri pentru proprietarii sau acționarii săi, ci mai degrabă de a crea un impact social pozitiv. Întreprinderea socială funcționează în mod normal pe piață, oferind bunuri și servicii într-un mod antreprenorial și inovator și își folosește profiturile în principal în scopuri sociale.

Într-o declarație de politică recentă, președintele a făcut o referire explicită la întreprinderile sociale ca un vehicul eficient pentru furnizarea de servicii grupurilor vulnerabile.

Fiecare antreprenariat social trebuie să sprijine și să se bazeze pe toți cei trei piloni ai dezvoltării durabile: economia, societatea și mediul. De asemenea, operează într-un mod democratic și transparent echitabil.

Majoritatea antreprenoriatului social din țară poate fi clasificat în două categorii:

1. Scop general: întreprinderea socială este o afacere cu principalul scop de a promova acțiuni sociale și de mediu pozitive care vizează interesul social. Astfel, majoritatea serviciilor sau bunurilor sale provin dintr-o afacere și reinvestesc cel puțin 70% din profiturile lor în promovarea misiunii lor sociale și trebuie gestionate într-o manieră comercială, responsabilă și transparentă, în special cu participarea membrilor și / sau angajați și / sau clienți și / sau alte părți interesate afectate de activitățile sale comerciale și, desigur, nu o întreprindere de stat.
2. Întreprinderea de incluziune socială este definită ca o întreprindere al cărei scop principal este angajarea puțin 40% din forța lor de muncă la persoane aparținând grupurilor vulnerabile. În plus, trebuie să furnizeze servicii sau bunuri pe baza unui model de afaceri, majoritatea veniturilor sale provenind din afaceri și fiind gestionate în mod responsabil și transparent prin implicarea angajaților sau a clienților.

Surse:

Direcția generală pentru programe europene, coordonare și dezvoltare
http://www.dgepcd.gov.cy/dgepcd/dgepcd.nsf/page60_en/page60_en?OpenDocument
<https://euromentor.eu>





FRANȚA

Legea nr: Iulie 2014 LEGEA nr. 2014-856 din 31 iulie 2014 privind economia socială și solidară

Definiție și obiective:

Această lege definește criteriile economiei sociale după cum urmează: un alt scop decât distribuirea profiturilor, guvernarea democratică, reinvestirea profiturilor în activitate și blocarea obligatorie a activelor. Prin urmare, include toate asociațiile, cooperativele, organizațiile mutuale și fundațiile.

Legea privind economia socială și solidară, îmbunătățind poziția sectorului în economia franceză și întărind bazele sale juridice. În timp ce introduce un statut juridic pentru întreprinderile cu utilitate socială („ESUS”), legea extinde și perimetrul admis în mod tradițional în SSE pentru a include modelul întreprinderilor sociale

În plus față de aceste forme juridice tradiționale de SSE, legea deschide domeniul SSE către societățile comerciale a căror activitate economică:

- Are un scop de utilitate socială (sprijin pentru persoanele aflate într-o situație de fragilitate, lupta împotriva excluziunii și inegalităților, educație în cetățenie, dezvoltare durabilă)
- Al cărui management îndeplinește următoarele criterii: surplusurile financiare trebuie alocate cu prioritate misiunii sociale și rezervelor obligatorii; acțiunile companiei nu pot fi negociate pe piețele de capital; și trebuie să se pună în aplicare o politică salarială echitabilă (cu o scală salarială în care cel mai mare salariu să nu depășească de 10 ori cel mai mic salariu).

Aceste întreprinderi comerciale pot fi etichetate ca „întreprinderi solidare de utilitate socială” (Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale, sau ESUS) de către autoritățile publice (prefectură).

Sursă:

„Întreprinderea socială în Franța: la răscruce de economie socială, economie solidară și antreprenoriat social?” ICSEM Working Papers No. 34 Liege: The International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM) Project. <https://evpa.eu.com/nexus/france>



GRECIA



Legea nr: 4430/2016 (Economie socială și solidară) și 1667/86 (întreprinderi sociale)

Definiție și obiective:

În Grecia, antreprenoriatul social (întreprinderea socială) este recunoscut legal ca „KOINSEP” - Koinoniki Syneteristiki Epicheirisi, care vizează beneficiul colectiv și social.

Koinsep se distinge în funcție de scopul lor în:

- Dezvoltare durabilă
- Servicii sociale de interes general
- Includerea grupurilor speciale (acele grupuri ale populației care sunt dezavantajate de integrarea lor pe piața muncii din motive economice, sociale și culturale)

Sursă <https://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/25006>



ITALIA

Legea nr: Decretul legislativ nr. 112 din 3 iulie 2017, modificată recent prin Decretul legislativ nr. 95 din 20 iulie 2018, care, în aplicarea Legii delegate nr. 106 din 6 iunie 2016, a revizuit reglementările sectoriale

Definiție și obiective:

Toate entitățile private, inclusiv cele înființate în formularele menționate în cartea V a codului civil, care, în conformitate cu prevederile decretului menționat anterior, desfășoară o activitate comercială permanentă și principală pot dobândi calificarea de interes general al întreprinderii sociale, non-profit și în scopuri civice, solidare și de utilitate socială, adoptând metode de gestionare responsabile și transparente și promovând cea mai largă implicare a lucrătorilor, a utilizatorilor și a altor subiecți interesați de activitățile lor.

Ei nu pot dobândi calificarea de întreprindere socială:

- Companiile create de un singur partener persoană fizică, administrațiile publice conform art. 1, paragraful 2, din Decretul legislativ 30 martie 2001, nr. 165 și modificările ulterioare și entitățile ale căror articole constitutive limitează, chiar și indirect, furnizarea de bunuri și servicii în favoarea membrilor sau asociaților;



- Organele religioase recunoscute civil conform prevederilor Decretului legislativ nr. 112/2017 se aplică unor condiții speciale;
- Cooperativele sociale și consorțiile acestora, conform Legii nr. 381, dobândesc statutul întreprinderilor sociale de drept. Prevederile Decretului legislativ nr. 112/2017 se aplică în conformitate cu reglementările specifice ale cooperativelor și în măsura în care acestea sunt compatibile.

Sursă: <http://www.lavoro.gov.it/temi-e-priorita/Terzo-settore-e-responsabilita-sociale-impresе/focus-on/Impresa-sociale/Pagine/default.aspx>

<http://www.lavoro.gov.it/temi-e-priorita/Terzo-settore-e-responsabilita-sociale->



PORTUGAL

Legea nr: 30/2013, 8 mai

Definiție și obiective:

Economia socială este definită ca ansamblul activităților economice și sociale care intenționează să o facă urmărește interesul general al societății, fie direct, fie prin urmărirea intereselor membrilor, utilizatorilor și beneficiarilor acesteia, atunci când este relevant din punct de vedere social.

Aceste activități sunt desfășurate în mod liber de următoarele entități: Cooperative; Asociații reciproce; Milostiviri; Fundații; Instituții private de solidaritate socială; Asociații cu scop altruist care operează în dezvoltarea culturală, recreativă, sportivă și locală; Entitățile acoperite de comunitate și subsectoarele autogestionate, integrate în condițiile Constituției în sectorul cooperativ și social; Alte entități cu personalitate juridică, care respectă principiile directoare ale economiei sociale și sunt incluse în baza de date a economiei sociale.

Entitățile din economia socială sunt autonome și își desfășoară activitatea în cadrul activităților lor în conformitate cu următoarele principii directoare:

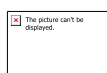
- Primatul oamenilor și obiectivele sociale;
- Membru și participare gratuită și voluntară;
- Controlul democratic al organelor respective de către membrii săi;
- Concilierea dintre interesul membrilor, utilizatorilor sau beneficiarilor și interesul general;



- Respectarea valorilor solidarității, egalității și nediscriminării, coeziunii sociale, justiției și echității, transparenței, responsabilității individuale și sociale comune și subsidiarității;
- Gestionarea autonomă și independentă a autorităților publice și a oricărui alte entități din afara economiei sociale;
- Alocarea excedentelor pentru urmărirea scopurilor entităților de economie socială în conformitate cu interesul general, fără a aduce atingere respectării specificității distribuției excedentelor, care este specifică naturii și substratului fiecărei entități social constituite.

Sursă :

<https://dre.pt/pesquisa/-/search/260892/details/normal?q=Lei+n.%2030/2013%2C%20de+8+de+maio>



România

Legea nr: 219/2015**Definiție și obiective:**

Economia socială contribuie la dezvoltarea comunităților locale, la crearea de locuri de muncă, la implicarea persoanelor aparținând grupurilor vulnerabile în activități sociale și / sau activități economice, facilitând accesul acestora la resursele și serviciile comunității.

Antreprenoriatul social și economia socială au următoarele obiective:

- Consolidarea coeziunii economice și sociale;
- Ocuparea forței de muncă;
- Dezvoltarea serviciilor sociale.

Sursă: <http://www.mmuncii.ro/j33/images/Documente/Legislatie/L219-2015.pdf>



2) Exemple de succes de întreprinderi sociale

În această secțiune vă prezentăm 12 exemple de succes de întreprinderi sociale, care sperăm că ar putea fi folosite ca inspirație pentru a crea proiecte noi și inovatoare în comunitatea dvs.

Capacitare, Consultoria și Negoci Lda

Site-ul web www.capacitare.pt

Țară Portugalia

Fondat în 2017

Forma legala Societate pe acțiuni

Câmpuri operative Servicii sociale personale, Altele - protecția consumatorilor

Motivul pentru care s-a născut și misiunea

Sursa foto:

Capacitare



Raison de sa naissance et mission

Capacitare se naște din cauza dorinței enorme a fondatorului său de a transforma viețile celor care caută soluții! A lucrat mulți ani are un asistent social și un lider asociativ al organizațiilor sociale (asociații de migranți, tineri, sport și IPSS). Astfel, prin Capacitare, ea propune un set de cerințe esențiale pentru a obține rezultatele dorite, profitând de potențialul uman care există în fiecare dintre noi, în special în rândul comunității de imigranți.

Misiunea este de a provoca potențialul uman, creând valoare și soluții durabile. Capacitare îi ajută pe oameni să-și atingă împlinirea personală, profesională și socială prin transformarea problemelor în capacitate și oportunități de dezvoltare.

Activități

Capacitare dezvoltă activități în domeniile:

- **Migrația:** servicii de conștientizare pentru regularizarea / menținerea documentelor și condițiilor de acces la vize, naționalitate, permise de ședere și reîntregirea familiei.



- **Instruire:** desfășoară programe de dezvoltare a abilităților, formare continuă sau de specialitate, formală și non-formală, ateliere, seminarii, conferințe, pe teme de dezvoltare personală și comportamentală, inovare și antreprenoriat social, drept și migrație, printre altele.
- **Antrenor:** conținutul se bazează pe metodologia umanistă cu obiectivul de a ridica coachingul și întregul potențial uman, dezvoltând indici motivaționali, antreprenori axați pe proces și rezultat.
- **Consultanță:** servicii tehnice specializate în diverse domenii, cum ar fi stimulente de investiții, internaționalizare, evaluare (impacturi sociale și de mediu), management asociativ.

Capacitare implică, de asemenea, tinerii prin parteneriate strategice cu proiecte de intervenție socială locală în cartiere vulnerabile socio-economice din zona metropolitană Lisabona.

De asemenea, are programe specifice de dezvoltare a abilităților pentru tineri, care sunt promovate în școlile gimnaziale, precum și prin municipalități (Storming4Building Program; Mission Employment).

Succesul său se datorează

Aplicarea unei metodologii de coaching umanist și convingerea deplină că în orice comportament uman există o intenție ascunsă care trebuie dezvăluită, ajutând clientul să înțeleagă că există adesea o părținare între ceea ce se face cu ceea ce își doresc cu adevărat

Noile elemente pe care le-a adus pe piață, pe teritoriu

A adus o nouă metodologie și inovație tipului de serviciu oferit de alte companii similare.

Capacitare investește într-un diagnostic bun (problemă; soluție și metodologie); Apoi, acesta sprijină clientul în reformularea obiectivului în funcție de rezultatul pe care îl intenționează și, prin urmare, îi permite procesul cu care s-a însușit.

Contribuția socială a întreprinderii

- Oameni mai documentați
- Oameni mai informați și instruiți
- Creșterea capacității de consum și a calității vieții
- Mai mulți oameni și locuri instruite pentru un limbaj ecologic
- Mai mulți oameni și locuri instruite pentru dezvoltarea potențialului uman

Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ESE



Motivația personală a fondatorului, împreună cu cunoștințele acumulate de experiență profesională căutate pentru a-și crea propriul loc de muncă, sunt o inspirație pentru ceilalți care caută să-și deschidă propriul start-up care are un impact social.

Acest start-up a cărui misiune este de a provoca potențialul uman contribuind la împlinirea lor personală, profesională și socială, a creat un impact asupra localităților în care intervine.

Cetățeni la putere

Site-ul web www.citizensinpower.org

Țară Cipru

Fondat în 2010

Forma legala Organizație non-profit, neguvernamentală

Câmpuri operative Dezvoltarea locală a zonelor defavorizate; Servicii sociale personale; Alte -cercetare și inovare



Sursa foto:

Cetățeni la putere

Motivul pentru care s-a născut și misiunea

CIP Citizens In Power (CIP) este o organizație independentă non-profit, neguvernamentală. CIP vizează dezvoltarea diferitelor ramificații ale antreprenoriatului, educației și dialogului democratic în Cipru și în străinătate. Pentru a atinge aceste obiective, CIP a stabilit o colaborare continuă cu majoritatea universităților cipriote, ONG-urilor și organizațiilor de cercetare din Cipru, în special pentru dezvoltarea de proiecte inovatoare și traininguri sau seminarii internaționale, precum și pentru desfășurarea materialului educațional pedagogic, prin utilizarea în primul rând a platformelor web și a altor inovații tehnologice.

Scopul lor este de a oferi seminarii gratuite de formare care să consolideze abilitățile tinerilor. Seminarele au loc la birourile CIP din Anthoupoli (Nicosia) și se concentrează în principal pe democrație, antreprenoriat și abilitare. Rata de alfabetizare a tinerilor din Cipru este foarte mare, majoritatea



populației tinere având educație terțiară. CIP folosește expertiza acestor indivizi cu înaltă educație pentru a oferi seminarii gratuite tinerilor care au sete de noi cunoștințe și dezvoltare personală.

Activități

Pe parcursul celor zece ani de contribuție, CIP a implementat un număr considerabil de proiecte naționale și europene, cu accent pe antreprenoriat și ocuparea forței de muncă, acordând în același timp o atenție specială certificării calificărilor informale. Organizația a participat, de asemenea, la un număr mare de activități „ERASMUS +”, atât ca partener, cât și ca lider; prin urmare, a câștigat toată experiența și cunoștințele necesare pentru a putea implementa și realiza astfel de proiecte într-un mod eficient. În contextul proiectelor care s-au materializat deja, CIP a contribuit la un număr mare de studii și activități de cercetare, ateliere, conferințe și întâlniri, prin introducerea simultană a unor instrumente inovatoare în mai multe domenii.

Promovând educația, oferind cursuri gratuite de formare pentru migranții șomeri și refugiați pentru a inspira, împuternici și energiza tinerii ciprioți să lucreze pentru a atinge viziunea unui Cipru pașnic, durabil și multicultural și a fi cetățeni activi. Acest lucru se realizează prin crearea unei platforme puternice pentru tineri, unde își exprimă nevoile și preocupările cu privire la viitorul Ciprului și al lumii.

Succesul său se datorează

Succesul său se datorează promovării participării tinerilor la alegeri, recrutării tinerilor, comunicării dintre oficialii politici și cetățeni cu privire la problemele care afectează tinerii și societatea în general. De asemenea, implică mai mulți tineri în politică și democrație și lucrează pentru o reprezentare echitabilă și egală a bărbaților și femeilor în procesele decizionale (Parlament, autorități locale etc.) și, în general, în toate sectoarele societății și ale afacerilor.

Noile elemente pe care le-a adus pe piață, pe teritoriu

Activitatea sa umanitară pentru apărătorii drepturilor omului prin rezoluțiile ONU și ale altor organisme ale Uniunii Europene, precum și protecția mediului, promovarea creșterii verzi și facilitarea relațiilor, cum ar fi rețeaua între membrii aparținând diferitelor comunități din Cipru .

Contribuția socială a întreprinderii

Contribuția socială a organizației este promovarea unei participări sporite a tinerilor la munca voluntară medie, modernizarea predării, cercetarea și creativitatea și, în cele din urmă, dezvoltarea de noi tehnologii. De asemenea, susține comunicarea interculturală și persoanele aparținând minorităților, care lucrează împotriva discriminării. Ajută la reducerea șomajului și la creșterea simultană a capacității de angajare a tinerilor prin educație, experiență practică și, în general, îmbunătățirea abilităților acestora.



De asemenea, ajută la promovarea și implementarea parteneriatelor pentru realizarea diversității, solidarității, inovării, creativității, compasiunii și încurajează și susține coordonarea activităților interculturale cu scopul final de a construi pacea, protejarea mediului și protejarea drepturilor omului. Sprijinul continuă cu instruirea membrilor rețelelor noastre locale și internaționale prin schimb de informații, experiență și idei. În cele din urmă, ei acordă atenție artelor, literaturii, teatrului și sportului pentru a fi cât mai benefici pentru societate

Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ESE

Protecția mediului, promovarea creșterii ecologice și facilitarea relațiilor, cum ar fi crearea de rețele între membrii care aparțin diferitelor comunități din Cipru, ar putea constitui un exemplu de schimb.

Controcorrente S.O.S.

Site-ul web <https://www.facebook.com/ControcorrenteSOS/>

Țară Italia

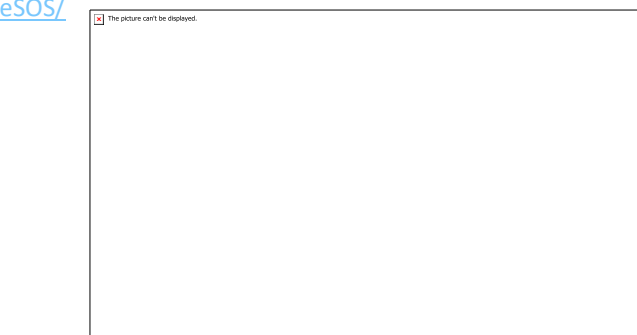
Fondat în 2017

Forma legala Asociația de promovare socială

Câmpuri operative Integrarea în muncă

Sursa foto :

<https://www.facebook.com/ControcorrenteSOS/photos/p.1080359502313808/1080359502313808/?type=1&%3Btheater>



Motivul pentru care s-a născut și misiunea

"Controcorrente SOS" este un proiect de bucătărie incluziv născut în Bisceglie datorită finanțării regionale. Este un experiment de promovare și incluziune socială pentru copiii speciali care se concentrează în special pe sport și muncă.

Proiectul s-a născut din experiența directă a trei tineri din Puglia, Luigi, Domenico și Alessandro care, din diverse motive, tratează zilnic tema dizabilității în lumea muncii.



Prin acești factori, APS „SOS contracurent” își propune să încurajeze integrarea persoanelor defavorizate, urmărind o implicare activă concretă și reală în lumea muncii și sensibilizând și educând în abordarea cu personalul cu dizabilități, atât al colegilor, cât și al utilizatorilor.

Activități

Băieții cu dificultăți și corpul capabil pregătesc mâncăruri și băuturi de stradă la bordul unui Food Truck mic care circulă prin Puglia între petreceri private, festivaluri, concerte și evenimente publice de toate dimensiunile și comenzile, oprindu-se ocazional permanent.

Cu sprijinul întregii comunități și a unei campanii de crowdfunding, au înființat un bar itinerant pentru a oferi servicii de băuturi răcoritoare și închiriere de echipamente sportive, în timpul sezonului estival, lângă facilitățile de plajă de pe coasta apuliană. Este un „Food Truck”, o autoutilitară - revăzută prin estetică și utilizare - administrată în întregime de copii și educatori speciali, care merge în jurul plajelor din Puglia oferind serviciile iubitorilor de mare și sporturilor nautice.

„Camper Bar” nu este un simplu mijloc de transport sau un punct de răcorire comun pentru trecători și scăldători, ci mai degrabă reprezintă un loc de întâlnire, un spațiu de contaminare în care să cunoști și să împărtășești povești, povești și pasiuni, generând bune practici de incluziune și agregare.

„ControcorrenteSOS” implică tineri defavorizați organizând inițial cursuri de gătit, catering și sport, care nu se adresează exclusiv copiilor cu dificultăți, dar sunt deschise tuturor în spiritul deplin al integrării reale și participative.

Chiar și astăzi, în paralel cu „Food Truck”, activitățile asociației continuă cu excursii, activități cu animale și alte inițiative care vizează contactarea tinerilor locali și includerea lor în activitățile lor.

Succesul său se datorează

Faptul că antreprenorii apulieni au crezut imediat în proiect și, în special, o cunoscută fabrică de paste apuliene a donat locul asociației pentru a face unele dintre preparatele sale și și-a pus propriul spațiu disponibil pentru această mică realitate socială tinerilor cu dificultăți o șansă în lumea muncii.

Les nouveaux éléments qu'elle a apportés au marché, le territoire

Grupul „Controcorrente” a reușit să implice și să sensibilizeze teritoriul, să creeze o oportunitate de muncă și autonomie a subiecților implicați. Există din ce în ce mai multe familii din zonă care contactează Controcorrente SOS pentru a-și putea implica copiii într-o realitate cu adevărat incluzivă, care la sfârșitul școlii se confruntă cu toată drama stării lor dezavantajate.



O activitate constantă, care angajează și îi motivează pe tineri, dornici să „aibă ceva al lor” care depășește măsurile paliative, îngrijirea de zi înțreagă și asistență.

Contribuția socială a întreprinderii

Provocarea Controcorrente SOS este de a crea un context de lucru care să integreze copiii cu relații și dificultăți cognitive, mergând dincolo de simpla bunăstare, în favoarea unei căi de autodeterminare care are ca scop transformarea în sine a băieților în protagoniști absoluți ai viitorului lor.

Inovația acestui proces constă în reunirea experienței profesionale a tinerilor educatori precum Francesco, Luigi și Alessandro, cu spontaneitatea și dorința de a se implica cu Domenico, Cristiano, Gaetano, Saverio și mulți alți copii „speciali” precum ai lor.

Învățarea cooperativă și de la egal la egal este punctul culminant al întregului proiect, întrucât toată munca depusă este rezultatul sinergiilor profunde care se consolidează printre protagoniștii acestei aventuri. Toată lumea are ceva de învățat și, în același mod, toată lumea are ceva de donat și de împărtășit, într-un spirit de creștere personală și colectivă.

Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ESE

Acest proiect arată că este posibilă concilierea dorinței de a contribui la rezolvarea problemelor sociale ale unui teritoriu și, în același timp, de a crea o oportunitate reală de muncă pentru subiecții implicați.

Future World Center

Site-ul web <http://www.futureworldscenter.org>

Țară Cipru

Fondat în 1997

Forma legală Inițiativa non-profit

Câmpuri operative Dezvoltarea locală a zonelor defavorizate; Alte -multimedia, tehnologie



Source de la photo:

Centre des Mondes Futurs

Motivul pentru care s-a născut și misiunea

Future Worlds Center (FWC) este o inițiativă inovatoare non-profit a antreprenorilor sociali care utilizează un model de management antreprenorial orizontal.



Munca lor valorifică puterea noilor tehnologii emergente și știința dialogului democratic structurat pentru a accelera schimbările sociale pozitive

Future Worlds Center este pionier în conceperea, proiectarea și implementarea proiectelor care promovează cultura păcii și a reconcilierii în Cipru, regiune și glob. Inițiativa Tehnologie pentru Pace și-a propus să valorifice proliferarea internetului ca mijloc de a suporta barierele de comunicare dintre părțile nordice și sudice ale Ciprului divizat. Alte proiecte de pace notabile includ Dialogul societății civile, Actul dincolo de frontiere și Cântecul tuturor

Activități

Future Worlds Center conduce o serie de eforturi paneuropene, care au ca scop promovarea Obiectivelor de Dezvoltare ale Mileniului în Europa și în țările sub-sahariene. A fost membru fondator al Platformei ONG-urilor de dezvoltare a insulei Cipru și al Centrului de presă comunitară din Cipru.

Proiectul Accessing Education Education a colectat materiale didactice sau cărți de orientare pe teme precum Educația pentru dezvoltare, cetățenia globală, Drepturile Omului, Obiectivele de dezvoltare ale mileniului și multe altele din întreaga Europă într-un singur depozitar central.

Proiectele Teach ODMs focalizare privind creșterea gradului de conștientizare și sprijin public pentru Obiectivele de Dezvoltare ale Mileniului prin implicarea activă a institutelor de formare a cadrelor didactice, a cadrelor didactice și a elevilor în dezvoltarea resurselor didactice orientate la nivel local, promovând ODM, cu un accent deosebit pe Africa Subsahariană și integrarea acestora în sistemele educaționale ale țărilor din Europa .

Diferite grupuri țintă profită de servicii, cum ar fi:

- Valorificarea înțelepciunii colective
- Sistem de profilare a atributelor mentale
- Urmărirea ochilor
- Centru de internet mai sigur
- Servicii de asistență pentru refugiați
- Participarea tinerilor

Succesul său se datorează



Organizația derulează o serie de proiecte care promovează și implementează cercetarea în domeniul utilizării mai sigure a internetului; Etica cibernetică, Centrul de internet mai sigur al Ciprului, care include o linie fierbinte și o linie de asistență.

Asociații Future Worlds Center aparțin mai multor „cercuri” (adică proiecte) în același timp. Aceștia folosesc termenul „Participare distribuită la proiect” pentru a descrie acest proces. Contribuțiile și responsabilitățile individuale ale oamenilor în fiecare proiect pot varia intensitatea. Proiectele au dimensiuni și scopuri diferite. Fiecare proiect are un coordonator (semicercul superior în fiecare proiect) și mai mulți membri, care pot fi și asociați externi. În plus, fiecare asociat trebuie să angajeze un procent din efortul său de a lucra la logistică. Aproximativ 10% din timpul propriu ar trebui să fie disponibil „la cerere” pentru acele proiecte coordonatoare. Mai mult, toată lumea este implicată în asigurarea fondurilor și în scrierea de noi aplicații. Din nou, aproximativ 10% din timpul cuiva trebuie investit pe ceea ce ei numesc principiul „Responsabilități organizaționale distribuite”

Noile elemente pe care le-a adus pe piață, pe teritoriu

Future Worlds Center este organizația de implementare a Înaltului Comisar al Națiunilor Unite pentru reprezentarea refugiaților în Cipru. Unitatea sa pentru afaceri umanitare implementează proiecte care vizează pentru a consolida azil pentru refugiați și solicitanți de azil pe insulă. Această unitate a fondat Unitatea de reabilitare a victimelor.

Contribuția socială a întreprinderii

- Sprijinirea grupurilor vulnerabile
- Promovarea păcii regionale

Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ESE

Practicile de internet sigure pot fi o bună practică pentru schimb



Geopaideia

Site-ul web <https://www.geopedia.gr/>

Țară Grecia

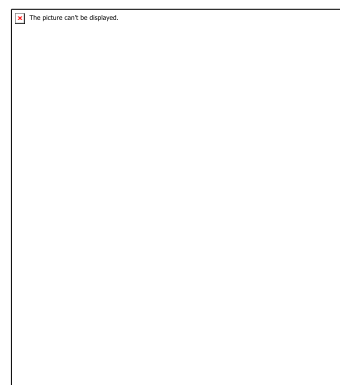
Fondat în 2017

Forma legala Întreprindere socială

Câmpuri operative Dezvoltarea locală a zonelor defavorizate; Alte - protecția mediului

Sursa foto:

https://www.facebook.com/geopedia.gr/photos/a.146240129292346/163438374239188/?type=3&_amp%3Btheater



Motivul pentru care s-a născut și misiunea

Membrii fondatori ai Geopaideia sunt toți deținători de diplome universitare, cum ar fi Geologie, Studii de mediu, Biologie, Oceanografie, Arheologie, cu mulți ani de experiență profesională în domeniile lor respective și mai precis în mediu. Sunt pasionați de protecția mediului și de creșterea durabilă și acest lucru i-a determinat să înființeze această întreprindere socială.

Activități

Geopaideia este un grup de cetățeni activi cu medii și experiență de lucru diferite, care împărtășesc o idee comună: că propria noastră calitate a vieții depinde de contactul nostru cu natura și de înțelegerea mai profundă a lumii noastre. Geopaideia este o întreprindere socială care își propune să promoveze și să protejeze mediul înconjurător și biodiversitatea, să sprijine creșterea durabilă și lucrează pentru un viitor al unei relații echilibrate între oameni și mediu

Serviciile pe care le furnizează se concentrează asupra:

- **Educație pentru mediu:**

Ele proiectează și implementează programe educaționale destinate cetățenilor din fiecare grupă de vârstă care promovează ecologia și protecția mediului. Programele educaționale se desfășoară fie în interior (muzee, școli), fie în aer liber prin excursii organizate. Învățarea interactivă are ca rezultat o asimilare mai ușoară, mai plăcută și mai bună a cunoștințelor.



- **Activitati in aer liber:**

Geopaideia proiectează, organizează și implementează excursii care combină ecologia cu divertismentul. Oamenii care împărtășesc interese și valori comune se cunosc și descoperă deliciale naturii. De asemenea, se concentrează pe sprijinirea comunităților și produselor locale. Faptul că aceste excursii sunt însoțite de obicei de oameni de știință (geologi, biologi etc.) le face deosebit de unice.

- **Rapoarte de mediu:**

Geopaideia, pentru a avea un flux de numerar constant, oferă, de asemenea, servicii de mediu, cum ar fi să scrie rapoarte de mediu, geologice și hidrologice. Urmează o abordare holistică care depășește limitele obișnuite dintre domeniile științifice, acordând mai multă atenție unei abordări experiențiale.

Succesul său se datorează

Modul inovator care se ocupă de lipsa protecției și conștientizării mediului, care există în Grecia, în special în anii târzii ai crizei economice. Educația pentru mediu este un domeniu pe care ar trebui să ne concentrăm, deoarece poate modela viitorul habitatului nostru fizic, prin modelarea generației tinere către un management de mediu echilibrat. De la tratarea minimă a deșeurilor în orașe și zone turistice până la lipsa educației de mediu în școli, există suficient spațiu pentru progrese semnificative și lucrări în acest domeniu, în moduri care pot avea un impact pozitiv. Geopaideia este o întreprindere socială care încearcă să îmbunătățească gradul de conștientizare a mediului atât pentru copii, cât și pentru adulți, în moduri care depășesc prelegerile învechite și oferă o abordare mai practică. Ca un grup pe care îl explorează, studiați și descoperiți caracteristicile unice ale zonelor de interes, pentru a le înțelege mai bine. Ei proiectează, organizează și implementează activități interactive în zona lor locală, care combină divertismentul și cunoștințele. Aceștia participă, de asemenea, la evenimente și acțiuni locale care promovează cooperarea cu oameni care au același suflet.

Noile elemente pe care le-a adus pe piață, pe teritoriu

Nu doar conferințe, ci implicarea efectivă a părților interesate de educația de mediu prin activități interactive

Contribuția socială a întreprinderii

Această întreprindere socială, cu serviciile sale, crește gradul de conștientizare, prin programe educaționale, despre ecologie și protecția mediului.

Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ESE



Persoanele care sunt interesate să promoveze și să protejeze mediul și biodiversitatea, să sprijine creșterea durabilă și lucrează pentru un viitor al unei relații echilibrate între oameni și mediu pot lua această întreprindere socială ca exemplu pentru a-și dezvolta propriile idei pe această temă.

Made in Carcere

Site-ul web <https://www.madeincarcere.it/it>

Țară Italia

Fondat în 2007 de Luciana Delle Donne, care a devenit imediat un brand.

Forma legala organizatie non-guvernamentala

Câmpuri operative Integrarea în muncă; Servicii sociale personale; Alte -reciclare, de mediu

Motivul pentru care s-a născut și misiunea

Sursa foto:

<https://cdn.gelestatic.it/repubblica/blogautore/sites/1028/2019/02/Made-in-carcerePuglia.jpg>

<http://mappa.italiachecambia.org/scheda/made>

[-in-carcere/](#)



Motivul pentru care s-a născut și misiunea

„Made in Carcere” s-a născut în 2007 datorită intuiției antreprenorului Luciana Delle Donne, care a devenit imediat un brand.

Scopul principal al „Made in Carcere” este de a răspândi filosofia „A doua oportunitate” pentru femeile reținute și „Viața dublă” pentru țesături. Un mesaj de speranță, de concretitudine și solidaritate, dar și de libertate și respect pentru mediu. Artefactele produse grație acestui proiect, provin din utilizarea exclusivă a deșeurilor de materiale și țesături, provenite de la companii italiene care sunt deosebit de sensibile la problemele sociale și de mediu.

Activități



În interiorul închisorii din Lecce, Luciana Delle Donne a creat „la Maison” un spațiu care preia conceptul de casă, mobilat cu mobilier, covoare și canapele. Multe celule s-au transformat în săli de lectură, o mini sală de gimnastică, o bucătărie, o sală de mese și o sală de ședințe, unde femeile deținute petrec cea mai mare parte a zilei.

Scopul este de a se asigura că închisoarea poate fi o cale de redescoperire a sinelui, de elaborare și conștientizare, necesară reconstruirii unei noi vieți în exterior. Există aproximativ douăzeci de deținuți implicați în proiect: li s-a oferit un curs de formare menit să dezvolte abilități valoroase pentru reintegrarea lor viitoare în societate, dar și pentru a conferi demnitate poziției lor de prizonieri.

Fiecare geantă, fiecare accesoriu produs, devine un mijloc de a aduce o bucată din ei înșiși „acolo” și un mod concret de a câștiga un salariu, de a-și ajuta familiile să crească copii și să rupă cercul vicios al marginalizării.

Pe lângă „Made in Carcere”, cooperativa desfășoară câteva activități principale datorită faptului că reușește să ajungă și să intercepteze diferite grupuri țintă, majoritatea dintre ei care trăiesc în condiții dificile.

Recent, a fost lansat un nou magazin de croitorie socială la Bari, într-un adăpost pentru migranți (IT) numit „Casa culturii-Caps”. Această idee s-a născut într-unul dintre cele mai marginalizate cartiere ale orașului Bari, primind atât migranții, cât și persoanele care locuiesc în această zonă. În plus față de croitorie, acestea oferă cursuri de tâmplărie, de asemenea, cu material reciclat și produc obiecte de design.

Un alt proiect ambițios se conturează în sectorul alimentar: într-o închisoare pentru minori, de fapt, a fost învățat copiilor să devină bucătari. Au reușit să creeze mâncare excelentă sau un desert numit „le Scappatele”, cu ingrediente organice de înaltă calitate. Următorul lor pas este de a învăța prizonierii „arta de a face bine și de a trăi bine”, o cale de reeducare care merge de la nutriție la atitudine mentală, emoțională; din redescoperirea valorilor importante, pentru a genera un nou stil de viață.

Succesul său se datorează

Modelul de economie circulară în care toată lumea este protagonistă și toată lumea câștigă: deținuții, mediul înconjurător, comunitatea și cea parte a pieței care va putea să sensibilizeze aceste probleme.

Economia circulară este un model de producție și consum care implică partajarea, împrumutarea, refolosirea, repararea, recondiționarea și reciclarea materialelor și produselor existente cât mai mult timp posibil. Aceasta extinde ciclul de viață al produselor, contribuind la reducerea la minimum a deșeurilor. Odată ce produsul și-a încheiat funcția, materialele din care este compus



sunt de fapt reintroduse, acolo unde este posibil, în ciclul economic. În acest fel putem reutiliza continuu totul în cadrul ciclului de producție generând cealaltă valoare.

Principiile economiei circulare contrastează cu modelul economic liniar tradițional, bazat în schimb pe schema tipică „extrage, produce, folosește și aruncă”. Modelul economic tradițional depinde de disponibilitatea unor cantități mari de materiale și energie ușor disponibile și la prețuri mici.

(<https://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circolare-definizione-importanza-e-vantaggi>)

Noile elemente pe care le-a adus pe piață, pe teritoriu

Această cooperativă socială non-profit urmărește multiple obiective:

- Promovează relaționarea între și pentru femei și tineri, considerând diferența ca valoare;
- Crede cu tărie în acțiuni menite să însuflească un sentiment de speranță și entuziasm femeilor și tinerilor;
- Informează, comunică și dezbate pentru a dezvolta mai bine sentimentul de apartenență la Europa.

Cu intervenția ei, Luciana Delle Donne, a reușit:

- schimbarea mentalității oamenilor și reducerea prejudecăților, generând bunăstare pentru alte ființe umane, ajutându-i în reorganizarea vieții lor, începând de la muncă;
- contribuind la bunăstarea mediului, reciclând deșeurile de țesături de la alte companii care altfel ar ajunge în incinerator, poluând planeta; sensibilizarea publicului prin produsele lor, prin organizarea de evenimente, conferințe, seminarii și masteranzi universitari.

Contribuția socială a întreprinderii

Creațiile „Made in Carcere” oferă nu doar o a doua șansă femeilor deținute, ci și o nouă viață pentru materialele folosite. Modelul de producție implementat este definit ca BIL, adică bunăstare internă brută, tocmai pentru că marca vrea să urmărească un dublu obiectiv:

- Protejarea mediului prin utilizarea de materiale reziduale și reziduuri textile de la companii italiene care cred în proiect și sunt deosebit de sensibile la problemele sociale și de mediu.
- Conține recidiva persoanelor în detenție, reducând astfel costurile pentru comunitate. Până în prezent, se estimează că 80 dintre cei care nu muncesc se întorc să comită infracțiuni odată ce și-au ispășit pedeapsa.



Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ESE

Din această experiență am dori să clarificăm modul în care o companie care are obiective sociale, asigurând implicarea persoanelor defavorizate și acționând cu respect pentru mediu, poate și trebuie să genereze profit dacă dorește să scape de subvențiile publice și donațiile private .

În ceea ce privește proiectul ESE, credem că această experiență a avut un mare succes și impact asupra teritoriului datorită abilităților echipei care a conceput și realizat acest proiect cu determinare.

Muma Codrului

Site-ul web <https://www.facebook.com/MumaCodruluiColesti/>

Țară România

Fondat în 2011

Forma legala Întreprindere socială

Câmpuri operative Dezvoltarea locală a zonelor defavorizate

Sursa foto:

<https://www.facebook.com/MumaCodruluiColesti/photos/>

Motivul pentru care s-a născut și misiunea

Acest centru s-a născut din dorința de a oferi oamenilor șansa de a-și aprecia produsele. Centrul s-a născut printr-o acțiune antreprenorială socială.

Obiectivul este de a pune în valoare resursele naturale existente. Inițiatorii proiectului consideră că sistemul de producție arhaic din gospodării este „singurul care este durabil și care poate avea grijă de oamenii care fac posibilă existența acestuia”.

Misiunea este promovarea produselor locale, crearea de locuri de muncă într-o zonă depopulată și promovarea alimentelor sănătoase



Activități

Coleștenii, un mic sat din județul Bihor din Munții Apuseni, au propriul centru pentru a-și vinde legumele, fructele, carnea sau alte produse pe care le produc în propriile gospodării.

Este un centru de procesare care colectează toate produsele locale din sat cumpărând de la oameni și prelucrându-le pentru a obține diferite producții - colectarea produselor fermierilor (lapte, ouă), producția tradițională de brânză și gem și sirop de casă.

Muma Codrului salută oamenii să facă parte din echipa lor ca voluntari, angajați sau donatori.

Centrul de procesare din satul Colești este format din servicii care includ un restaurant, o uzină de prelucrare a fructelor-legumelor și o măcelărie carmangerie.

De asemenea, au extins acest proiect în domeniul turismului și organizează diferite evenimente în zona rurală.

Succesul său se datorează

Crearea de locuri de muncă prin achiziționarea de materii prime locale de origine sălbatică sau produse în gospodăriile mici din zonă (auto-subsistență); și, de asemenea, prin crearea de locuri de muncă pentru prelucrarea produselor prin angajarea localnicilor (produsele sunt fabricate din ingrediente achiziționate local)

Noile elemente pe care le-a adus pe piață, pe teritoriu

Acest proiect a început cu un tânăr cuplu căsătorit (un bărbat spaniol și o româncă) care au decis să cumpere un teren în Colești, deși nu cunoșteau pe nimeni, gândindu-se că vor reveni cândva.

În 2011 au cumpărat o casă veche din Colești, care, cu multă muncă, au transformat-o într-o casă. Când s-au mutat în sat, au cumpărat o turmă de găscă, câteva vaci și au început să facă brânzeturi tradiționale (brânzeturi Rueda)

Cuplul întâlnește un alt cuplu tânăr care avea un magazin alimentar tradițional în oraș. Au vrut să-i cunoască pe producătorii din Colești și, rapid, cele două familii s-au împrietenit. De când au locuit în Colești, ambele familii trăiesc doar din ceea ce produc și vând și spun că este suficient „Dacă muncești, ai și bani”.

Ambele familii au crescut la Colești, au decis să aibă copii "Dacă am trăi într-un oraș, nu am mai avea copii astăzi. Am fi spus întotdeauna că nu avem timp, nu ne putem permite ... Dar iată-ne" spune George.



Contribuția socială a întreprinderii

Proiectul a fost extins la alte zone învecinate cu aceeași problemă socială și poate fi un model pentru alte zone similare.

Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ESE

Les personnes qui s'intéressent à la réhabilitation d'une zone défavorisée ayant des problèmes de dépeuplement en raison de son isolement, peuvent multiplier ce modèle.

NaTakallam

Site-ul web <https://natakallam.com/> și <https://www.facebook.com/pg/NaTakallam.FR/about/>

Țară SUA, sucursală în Franța

Fondat în 2014

Forma legala Întreprindere socială

Câmpuri operative Integrarea în muncă

Sursa foto:

<https://natakallam-2015.ecwid.com/>

Motivul pentru care s-a născut și misiunea

În vara anului 2014, Aline Sara tocmai își absolvise masteratul în afaceri internaționale la Universitatea Columbia și căuta o modalitate accesibilă de a-și exersa araba - în special, dialectul regional natal libanez - din New York. Tot atunci, sirienii, fugind de violența războiului civil brutal, se revărsau în Liban, unde astăzi, aproximativ 1 din 4 persoane sunt sirieni.

La fel ca majoritatea sirienilor din afara țării, și mai ales cei peste 5 milioane care trăiesc în țările vecine, sirienii din Liban nu pot obține cu ușurință permise de muncă, capacitatea de a lucra și să susțină o existență incredibil de dificilă. Aceeași luptă zilnică cu realități juridice variate este valabilă și pentru venezuelenii care locuiesc în Argentina, persoanele din Burundi care locuiesc în Europa sau Orientul Mijlociu sau yemeniții strămutați în propria țară.

Aline s-a gândit să-și conecteze nevoia de a accesa limba arabă conversațională cu cea a sirienilor strămutați pentru a avea acces la un venit și astfel a prins viață ideea NaTakallam, pionierat în conceptul



de valorificare a economiei internetului și a competențelor lingvistice ale refugiaților pentru a oferi servicii lingvistice utilizatorilor din întreaga lume, care, prin angajamentul lor, ajută la susținerea mijloacelor de trai ale persoanelor strămutate. Datorită grupului lor talentat de parteneri de conversație, compania se extinde acum pentru a deservi alte naționalități și a oferi mai multe limbi pentru mai multe conexiuni interculturale. Există sucursale ale companiei în SUA și în Franța.

Activități

Serviciile de traducere sunt furnizate de refugiați în mai mult de 9 limbi (printre clienți se numără Comitetul internațional de salvare, BuzzFeed și Fondul Malala). Partenerii de conversație sunt, de asemenea, disponibili pentru evenimente ale companiei sau alte tipuri de evenimente, ca invitat virtual, pentru a oferi o perspectivă personală, directă, asupra crizei globale a refugiaților. Compania oferă acum și servicii de traducere și interpretare.

Primul lucru important este că compania facilitează angajarea persoanelor cu mai puține oportunități care provin de obicei din medii de migranți și refugiați. Al doilea lucru important este că compania oferă cursuri de limbă la prețuri accesibile și încurajează schimbul intercultural și incluziunea socială.

Succesul său se datorează

Succesul se datorează programelor de învățare a limbilor străine, premiate, de înaltă calitate, oferite de refugiați, pentru toate nivelurile de arabă, franceză, persană și spaniolă, precum și serviciilor profesionale de traducere către persoane și organizații din întreaga lume.

Un alt factor al succesului este că echipa fondatoare este formată din persoane cu o vastă experiență în dezvoltarea economică și politică, soluționarea conflictelor, drepturile omului, afaceri umanitare, învățarea limbilor străine și jurnalism.

Noile elemente pe care le-a adus pe piață, pe teritoriu

Noul element este că NaTakallam este o întreprindere socială premiată, care conectează refugiații și persoanele strămutate la oportunități de muncă la distanță în sectorul lingvistic. Până în prezent, peste 130 de persoane strămutate s-au auto-generat cu 500.000 de dolari prin joburi de traducere sau prin conectarea cu peste 4.500 de utilizatori unici.

NaTakallam a fost prezentat în zeci de medii, în special în Fast Company, PBS, NPR, Al Jazeera și Reuters și de UNHCR într-un videoclip recent.

Contribuția socială a întreprinderii



Contribuția socială a companiei este că cel mai bun mod de a învăța o limbă este să vă scufundați în mediul său.

Mai mult, NaTakallam („vorbit” în arabă) împerechează persoane strămutate cu cursanți din întreaga lume pentru practica lingvistică prin Skype. Platforma oferă practică lingvistică accesibilă, flexibilă, adaptată cu vorbitori nativi pentru cursanții de limbi străine, oferind în același timp o sursă de venit valoroasă persoanelor strămutate din Liban, Argentina, Turcia, Yemen, Irak, Burundi, Egipt, Franța, Brazilia, Italia și Germania alte țări care nu sunt enumerate aici.

Pe parcurs, utilizatorii și partenerii de conversație se angajează într-un schimb intercultural puternic, dezvoltând frecvent prietenii de rupere a limitelor între lumi care sunt adesea polarizate sau întrerupte în sferile mass-media și politice.

Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ESE

Acest exemplu poate fi folosit ca o bună practică care trebuie reprodusă în alte țări europene pentru a crea locuri de muncă pentru persoanele din mediul migrant și pentru a le lega de comunitățile locale.

Para Onde?

Site-ul web <http://paraonde.org/>

Țară 2016

Fondat în Portugalia

Forma legala Asociația non-profit

Câmpuri operative Dezvoltarea locală a zonelor defavorizate; Alte - de mediu

Sursa foto:

<http://paraonde.org/>



Motivul pentru care s-a născut și misiunea

Para Onde? (Unde?) Este o asociație care a apărut cu scopul de a crea spațiu-timp (la nivel local, național și internațional), unde diferiți oameni se pot aduna, să cunoască și să crească, angajați într-o lume mai dreaptă .



În practică, misiunea Para Onde? Este de a promova conștientizarea, cooperarea, sprijinul reciproc, toleranța, empatia, diversitatea culturală și socială și cultura păcii, promovând imersiunea culturală, o viziune critică asupra lumii ca o provocare comună și activă cetățenie.

Misiunea sa se realizează prin dezvoltarea, promovarea și sprijinirea proiectelor de voluntariat naționale și internaționale, prin rețeaua sa de voluntari.

În acest fel, se intenționează să îndeplinească obiectivul de a contribui la soluționarea provocărilor globale precum prejudecățile, conflictele și inegalitățile și să contribuie, în acest fel, la transformarea socială.

Activități

- promovarea, dezvoltarea taberelor de voluntari și alte inițiative la nivel național și internațional;
- monitorizarea și susținerea organizațiilor și proiectelor sociale;
- instruirea, pregătirea, sprijinul și monitorizarea voluntarilor de pe toate continentele;
- În Portugalia, intenționează să înmulțească ocaziile pentru împărtășirea și evaluarea diversității.

Para onde? este finanțat printr-un set de venituri obținute în următoarele moduri:

- Plata unei taxe de serviciu pe care fiecare voluntar o plătește atunci când se înscrie pentru a participa la un domeniu de voluntariat național sau internațional. Fiecare voluntar se poate înregistra și participa la câte domenii dorește și pentru fiecare înregistrare va plăti o taxă de serviciu;
- Sprijin financiar din partea companiilor și a altor parteneri;
- Vânzare de campanii de merchandising și strângere de fonduri;
- Finanțarea programelor, apelurilor și fondurilor naționale și internaționale existente.

Toate aceste surse de venit permit Para Onde? să-și mențină activitatea, iar creșterea numărului de voluntari este importantă pentru întărirea structurii asociației

Succesul său se datorează

- Sunt parteneri cu cea mai mare rețea internațională de voluntari susținută de UNESCO;
- Sunt parteneri cu mai multe asociații mici, din mai multe țări, care au nevoie de voluntari;



- Aveți o echipă dedicată, foarte angajată și foarte proactivă;
- Aveți o rețea de parteneri;
- Avem o bază de aproximativ 1.000 de voluntari și sunt în creștere.

Noile elemente pe care le-a adus pe piață, pe teritoriu

Para Onde? adus pe piață:

- Un model de intervenție diferențiat;
- O platformă globală pentru proiecte de voluntariat în diferite domenii de activitate;
- Un serviciu orientat total către voluntar și organizații.

La contribution sociale de l'entreprise

Para Onde? are o contribuție socială importantă la comunitate:

- Monitorizarea și susținerea organizațiilor și proiectelor în domeniile educației și formării, sprijinului și îmbunătățirii comunității, protecției mediului și animalelor, sănătății, abilitării femeilor, arte, sport, sprijin pentru migranți și refugiați;
- În formarea, pregătirea și monitorizarea voluntarilor, care vor interveni în activități care vizează instruirea, evaluarea, promovarea, îmbunătățirea și diseminarea comunităților și teritoriilor, astfel încât nevoile de sprijin social să nu mai existe sau să fie reduse.

Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ESE

Exemplul Para Onde? poate fi replicat prin:

- conceptul de afaceri sociale implicite;
- modelul de durabilitate existent;
- dezvoltarea unei activități cu impact social;
- logica intervenției cuprinzătoare și extinse în proiecte care vizează grupul țintă;
- cooperare și muncă cooperativă cu diferite organizații la nivel național și internațional;
- furnizarea unui serviciu specific și adaptat, care include formarea voluntarilor.



Platoul Urbain

Site-ul web <https://www.plateau-urbain.com>

Țară Franța

Fondat în 2017

Forma legală Întreprindere socială

Câmpuri operative Dezvoltarea locală a zonelor defavorizate



Sursa foto:

<https://www.plateau-urbain.com/>

Motivul pentru care s-a născut și misiunea

Marcându-se ca o „cooperativă pentru urbanism temporar”, Plateau Urbain transformă conceptul de a ghemui clădiri vacante într-un furnizor cooperativ de spații temporare pentru diverse utilizări, în special evenimente artistice și culturale.

Mulți promotori de proiecte asociative, culturale sau antreprenoriale se luptă să găsească premise pentru nevoile lor. Prea scump, nepotrivit, greu de găsit ... Creatorii se confruntă cu multe obstacole!

În același timp, milioane de m² sunt goi. Ele cântăresc asupra finanțelor proprietarilor, în timp ce reprezintă o resursă formidabilă.

Plateau Urbain s-a născut din ideea de a folosi sistematic numeroasele clădiri care așteaptă proiecte pentru a stabili ocupații temporare la prețuri reduse.

Activități

Pe deplin legitimă, cooperativa oferă expertiza consiliilor locale, arhitecților și proprietarilor de proprietăți care doresc să folosească proprietățile vacante. Au activat în mai multe orașe franceze.



Compania obține profitul din procentul plătit de clienți. Pe de o parte, entitatea care împrumută proprietatea poate plăti un procent sau invers. Depinde de acordul specific cu clienții. Procentul se calculează pe baza lungimilor chiriei, a locației, a scopului chiriei etc.

Compania angajează, de asemenea, tineri cu mai puține oportunități. Le oferă posibilitatea de a dobândi o experiență de lucru într-un mediu dinamic, de a crea contacte și de a deveni mai independenți în timp ce lucrează la sarcini.

Acestea însuflă tinerilor și publicului larg sentimentul durabilității, sentimentul comunității și al cetățeniei active. Cel mai important, această întreprindere socială contribuie la revitalizarea zonelor / spațiilor urbane vechi / abandonate și contribuie la dezvoltarea proiectelor artistice, în consecință la construirea comunității.

Succesul său se datorează

Succesul acestei întreprinderi sociale se datorează formei legale / legitime de utilizare a proprietăților vacante

Noile elemente pe care le-a adus pe piață, pe teritoriu

Această întreprindere ajută la configurarea proiectului pentru clienții lor, precum și îi urmărește pe clienți în timpul procesului.

Contribuția socială a întreprinderii

Compania consiliază entități publice și private cu privire la posibilele utilizări ale proprietăților lor. Mai mult, această întreprindere ajută la gestionarea și implementarea diferitelor activități în cadrul proprietăților.

Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ESE

Arătând o perspectivă interesantă și inovatoare de gestionare a spațiilor abandonate care pot revitaliza zonele urbane din diferite țări ale UE.



Sunflower Design

Site-ul web <https://www.caminulfelix.ro/>

Țară România

Fondat în 2010

Forma legala Întreprindere socială

Câmpuri operative Integrarea în muncă

Source de la photo:

<https://www.caminulfelix.ro/ro/proiecte/sunflower-desing/>



Motivul pentru care s-a născut și misiunea

Asociația Felix a fondat acest design de floarea-soarelui, este axat pe dezvoltarea unui model economic pentru gestionarea unui portofoliu de afaceri care oferă autonomie funcțională financiar și, în același timp, oferă un cadru adecvat pentru formarea practică a tinerilor cu dizabilități.

Activități

Sunflower Design este o întreprindere socială de croitorie în care este fabricată și vândută produse special concepute, unice și de calitate. Produsele speciale includ: genți de mână, sorturi, accesorii de bucătărie, păpuși, jucării, halate de baie, lenjerie de pat, perdele, articole de uz casnic.

Succesul său se datorează

Oportunitatea dezvoltării individuale și a sprijinului social.

Noile elemente pe care le-a adus pe piață, pe teritoriu

Această ofertă de întreprindere socială:

- Locuri de muncă pentru tineri cu dizabilități



- Instruire practică în croitorie și alte meșteșuguri pentru fete tinere

Implicarea fabricilor care produc țesături din România și din alte țări prin donarea materialelor utilizate pentru realizarea produselor

Contribuția socială a întreprinderii

- Contribuie direct la crearea de noi locuri de muncă pentru persoanele care întâmpină dificultăți severe de integrare pe piața muncii.
- Contribuie la menținerea activităților lucrătorilor independenți, meseriașilor.

Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ES

Designul de floarea-soarelui oferă oportunitatea dezvoltării individuale și a sprijinului social pentru tinerii cu dizabilități psihice și fizice. Promovează conștientizarea și implicarea tinerilor în comunitate și poate fi o inspirație pentru antreprenori.

Sustainable Food Movement in Greece

Site web <http://www.sustainablegastronomy.eu/>

Țară Grecia

Fondat în 2017

Forma legala Întreprindere socială

Câmpuri operative Alte - de mediu

Sursa foto:

<https://www.facebook.com/sustainablegastronomy/photos/a.1186828844778479/1388079434653418/?type=1&%3Btheater>

<https://www.facebook.com/sustainablegastronomy/photos/a.1905867386207951/1933130913481598/?type=3&%3Btheater>

<https://www.facebook.com/sustainablegastronomy/photos/a.1905867386207951/1933130913481598/?type=3&%3Btheater>



Motivul pentru care s-a născut și misiunea



Mișcarea alimentară durabilă în Grecia este o întreprindere socială înregistrată în Atena, Grecia, care urmărește să abordeze risipa de alimente și să promoveze dezvoltarea durabilă în industria culinară greacă. Fondatorul acestei idei este Vee Bougani. Vee consideră că conștientizarea mediului, educația, expertiza, specializarea și inovația digitală sunt singurele chei pentru progres și succes.

Misiunea lor este de a:

- creează conștientizarea publicului cu privire la risipa de alimente
- promovarea gastronomiei durabile prin consultanță și educație
- dezvoltă un model de responsabilitate socială corporativă în industriile culinare și de turism
- introduce consumismul etic
- susțineți fermierii și micii producători locali
- ajută oamenii care au nevoie

Activități

Mișcarea alimentară durabilă din Grecia este o întreprindere socială care vizează combaterea risipei alimentare și promovarea durabilității în industria culinară. Întreprinderea formează profesioniști în gastronomie durabilă și îndeamnă directorii de afaceri și restauratorii să devină inovatori prin sustenabilitate.

Mișcarea alimentară durabilă din Grecia îi întâmpină pe oameni (de asemenea tineri) să facă parte din echipa lor ca: i) voluntar, ii) membru și ii) donator.

Serviciile pe care le furnizează se concentrează asupra:

- **Consultanță**

Acestea oferă îndrumare, expertiză, suport și soluții inovatoare părților interesate care își vizualizează întreprinderea respectând mediul. Ei lucrează cu o rețea de experți și profesioniști cu înaltă pregătire în strategiile de dezvoltare durabilă.

- **Educație**

Ei educă publicul larg în domeniul prevenirii și gestionării deșeurilor alimentare. Acestea creează conștientizare cu privire la consumul etic și la producția responsabilă de alimente pentru oameni de toate vârstele, prin discuții publice, tehnici de gătit și ateliere de dezvoltare durabilă.



Aceștia pregătesc studenții de Arte Culinare și Ospitalitate pentru a deveni sustenabili prin teorie și practică.

Sunt dispuși să construiască „echipe ecologice” în industria turismului, oferind o serie de ateliere specializate în domeniul resurselor umane durabile.

Ei proiectează ateliere pentru profesioniștii din gastronomie și restauratori care doresc să devină sustenabili.

Ei îi învață pe copii și tineri durabilitatea în și în afara orelor de curs.

- **Evenimente**

Sunt dedicate combaterii risipei de alimente prin sustenabilitate. Ei proiectează o serie de evenimente, de la organizații caritabile, nopți de gală și cine pop-up la evenimente de stradă, evenimente culturale și conferințe, cu scopul de a reuși să abordeze risipa de alimente.

Succesul său se datorează

Soluția pe care o oferă. Această întreprindere socială a identificat o problemă reală care apare din lipsa de spațiu, lipsa unei infrastructuri adecvate de gestionare a deșeurilor și informații limitate către părțile interesate implicate în activități culinare și turistice cu privire la necesitatea gestionării integrate a deșeurilor și un plan pas cu pas către un strategia zero deșeurii în industria ospitalității. Grecia atrage peste 22,5 milioane de oameni în fiecare an, deoarece este o atracție pentru vizitatorii internaționali, în special pentru climatul mediteranean și marea gastronomie. Dar creșterea industriei turismului grec în ultimele decenii, a adăugat un impact din ce în ce mai mare asupra mediului. Generarea deșeurilor în regiunea sudică a Mediteranei a crescut cu aproximativ 15% în ultimul deceniu. În multe regiuni din Grecia, restaurante, stațiunile și unitățile hoteliere produc mai multe deșeurii solide decât locuitorii locali. Risipa de alimente (risipa de alimente) este o problemă care afectează toată lumea. Este o preocupare deosebită pentru companiile din sectorul ospitalității și serviciilor alimentare, care în Grecia elimină anual 300.000 de tone de alimente irosite.

Compania Sustainable Food Movement a realizat după cercetări că 75% din impactul asupra mediului al întreprinderilor din domeniul ospitalității (hoteluri și restaurante) sunt direct asociate cu consumul excesiv. Acest lucru este risipitor din punct de vedere al resurselor și crește inutil costurile operaționale. Au început să se concentreze asupra îmbunătățirii mediului, care este un factor din ce în ce mai important pentru întreprinderi să rămână competitive și să își gestioneze riscurile din lanțul de aprovizionare. Creșterea deficitului de resurse; creșterea costurilor materiilor prime, transportului și utilităților; și presiunea din partea legislației, a clienților și a societății pentru a reduce daunele aduse



mediului, se combină pentru a determina afacerile să-și îmbunătățească performanțele și să devină durabile. Mai mult, este benefic din punct de vedere economic pentru aceste întreprinderi să urmeze „practici ecologice” în trei domenii, și anume economisirea de energie, conservarea și reciclarea apei și gestionarea deșeurilor. Provocările pentru sectorul culinar al ospitalității și greciei sunt adoptarea creativă a instrumentelor de dezvoltare durabilă și gestionarea deșeurilor și devenirea din ce în ce mai eficientă, maximizând valoarea resurselor utilizate.

Noile elemente pe care le-a adus pe piață, pe teritoriu

Schimbarea mentalității în jurul mâncării.

Contribuția socială a întreprinderii

Această întreprindere socială, cu serviciile sale, reușește să ajute sectorul culinar al ospitalității și grecilor să adopte în mod creativ instrumente pentru dezvoltarea durabilă și gestionarea deșeurilor și să devină din ce în ce mai eficientă, maximizând valoarea resurselor utilizate.

Relevanța acestei întreprinderi pentru proiectul ESE

Oamenii interesați să abordeze risipa alimentară și să vizualizeze gastronomia durabilă pentru turism pot lua această mișcare ca exemplu pentru a-și dezvolta propriile idei pe această temă.



3) Instrumente de sprijin pentru dezvoltarea unei întreprinderi sociale

În această secțiune veți găsi șase instrumente care au ca scop susținerea procesului de dezvoltare a unei întreprinderi sociale.

Primele trei sunt fișe de activitate care ghidează procesul de reflecție pentru a structura o idee de afaceri în funcție de punctele esențiale. Celelalte trei instrumente sunt resurse gratuite de formare și învățare disponibile online. Toate aceste instrumente se completează reciproc și sunt esențiale pentru a vă ghida în procesul de creare a unei întreprinderi sociale de succes.

Instrumentul 1 | Reflecție personală

Instrumentul 2 | Test de aptitudine antreprenorială

Instrumentul 3 | Model de afaceri Canvas

Instrumentul 4 | Cyprusinno.com

Instrumentul 5 | Curriculum pentru tinerii antreprenori sociali pe baza principiilor ECVET

Instrumentul 6 | Curs online de antreprenariat social



Reflecție personală

Acest instrument are un set de întrebări care vă ajută să reflectați asupra unor aspecte importante de luat în considerare atunci când creați o afacere, cum ar fi sprijin financiar, sprijin familial, idei de afaceri, abilități personale și antreprenoriale.

Înainte de a începe o afacere, este necesar să fim conștienți de diferitele cerințe și implicațiile pe care acestea le au asupra vieții noastre personale, familiale, sociale și profesionale. Această conștientizare este esențială pentru a crește probabilitatea de succes a întreprinderii dvs. sociale.

Acest instrument este adaptat și tradus din manualul Couteiro, A. & Ferreira, JS (2014). Capacitar para o Empreendedorismo: Guia de sprijin pentru implementarea proiectului „Promoção do Empreendedorismo Imigrante”. Lisboa: ACM, IP

1. Sprijin financiar	
Întrebări de bază	Indici pentru reflecție:
Ce venituri aștept să obțin de la afacerea pe care intenționez să o dezvolt?	- Ce așteptări de profit / venit am în ceea ce privește afacerea?
- Sunt conștient de dificultățile din primele luni inerente unei noi afaceri?	
Dacă deschid o afacere, care este suma inițială de care voi avea nevoie?	- Am luat în considerare nevoile financiare pentru începerea unei afaceri?
Cum voi obține suma respectivă?	

Observations

--

2. Sprijinul familiei	
Întrebări de bază	Indici pentru reflecție:
Ce beneficii va aduce afacerea familiei mele? Ce aspecte negative pot apărea care îmi afectează negativ venitul, precum și bugetul familiei?	- Veniturile familiale actuale sunt suficiente pentru traiul gospodăriei mele? - Va aduce afacerea mai multe venituri? - Va avea afacerea vreun impact asupra bugetului



	familiei mele? - Va fi cineva din familia mea implicat în dezvoltarea afacerii?
Cum îmi voi gestiona timpul când sunt antreprenor?	- Voi fi disponibil pentru familia mea? - Voi putea concilia afacerea cu viața mea personală? - Cum merg copiii mei la școală? - Cine are grijă de copiii mei după terminarea școlii? - Cine face treaba in casa?

Observații

3.1 Ideea de afaceri - Maturitatea ideii

Întrebări de bază	Indici pentru reflecție:
Ce produse sau servicii voi vinde?	- Detalii despre afacerea pe care intenționez să o creez.
Cum va contribui afacerea mea la binele comun?	
Care este locația companiei pe care intenționez să o dezvolt?	
Am identificat furnizorii?	
Cine vor fi clienții mei?	
Cine sunt concurenții mei?	
Cum îmi voi promova / promova afacerea?	

Observații

3.2 Ideea de afaceri - Abilități și experiență

Întrebări de bază	Indici pentru reflecție:
Cum mă poate ajuta experiența / instruirea în zonă în realizarea unei afaceri?	- Importanța experienței și / sau a instruirii pentru dezvoltarea afacerii mele.



Observații

4. Abilități personale și abilități antreprenoriale	
Întrebări de bază	Indici pentru reflecție:
Ce aspecte sau abilități personale am care îmi vor facilita rolul de proprietar de afacere?	- Care sunt punctele mele forte și punctele slabe în conducerea unei afaceri?
Mă consider un bun antreprenor?	- Încredere în sine
Sunt disponibil să cercetez și să cercetez detaliile companiei mele?	- Am disponibilitate pentru a putea desfășura alte activități inerente formalizării ideii mele de afaceri?

Observații



Test de aptitudine antreprenorială

Testul de aptitudine antreprenorială este un instrument de auto-raportare pentru măsurarea potențialului antreprenorial, conceput de profesorul Giuseppe Favretto, directorul Centrului de afaceri pentru tineret al Universității din Verona, Italia.

Obiectivul principal al testului de aptitudine antreprenorială este, mai presus de toate, să încurajeze conștientizarea punctelor forte și a domeniilor de îmbunătățire ale unei persoane, cu un nivel mai mare de claritate, o alegere profesională exigentă, cum ar fi cea de a lucra pe cont propriu / antreprenoriat.

Unele dintre caracteristicile pe care trebuie să le posedă antreprenorul sunt cu siguranță asumarea riscurilor, rezistența la stres, capacitatea de a ține situațiile sub control, dar și creativitatea și deschiderea minții și capacitatea de a stabili noi relații. Unele dintre aceste calități sunt cu siguranță înnăscute, altele pot fi învățate sau sporite prin experiențe de muncă, stagii și cursuri de formare.

Acest test ia în considerare opt factori:

1. Orientarea către rezultat - Determinarea urmăririi unui obiectiv și percepția de a avea o verificare puternică a situației;
2. Leadership - atitudine de gestionat;
3. Adaptabilitate - Abilitatea de a percepe schimbările de mediu și de a se adapta la acestea;
4. Nevoia de realizare - împingere pentru a obține faimă și succes social;
5. Nevoia de auto-împuternicire - împinsă să se realizeze prin propria sa muncă;
6. Inovație - pregătire și curiozități față de nou;
7. Flexibilitate - Tendința de a returna propriile obiective pe baza situației externe;
8. Autonomie - Trebuie să ai propriul tău spațiu autonom de decizie și alegere.

Astfel, acest simplu test de autoevaluare a atitudinilor antreprenoriale poate fi un punct de plecare util pentru a reflecta care sunt punctele tale tari și punctele slabe ale personalității tale antreprenoriale pentru a le potențializa și îmbunătăți.





Testează-ți atitudinea antreprenorială

Versiunea completă a TAI, Testul de aptitudine antreprenorială constă în 75 de articole, care pot fi consultate la http://cd.univr.it/tai_ole.

În versiunea demonstrativă (doar 15 întrebări) prezentată aici, testul este finalizat prin atribuirea fiecărui item a unui scor de la unu la cinci pe baza gradului de acord cu declarația. Fiecărui scor i se atribuie apoi un factor multiplicativ: cele cincisprezece rezultate sunt apoi adunate și profilul corespunzător este identificat pe baza scorului total.



Articol	Afirmație	Scor de la 1 la 5
1	De multe ori încerc să organizez și să gestionez munca altor persoane	
2	Simt că am constant idei noi	
3	Simt că am un control complet asupra a ceea ce mi se întâmplă	
4	Când nu poți învinge pe cineva pentru că este mai puternic, este bine să faci echipă cu el în așteptarea unor vremuri mai bune	
5	Nu mă tem să urmăresc obiective ambițioase, chiar dacă acestea necesită eforturi consistente și continue	
6	Persoana care vrea să aibă succes în viață trebuie să-și ascundă sentimentele față de ceilalți	
7	Dacă îmi propun un obiectiv, vreau să îl ating cu orice preț	
8	Pot fi mulțumit de slujba mea chiar dacă alți oameni îl disprețuiesc sau îl ignoră	
9	Succesul social mă fascinează, iubesc faima și notorietatea	
10	Pot găsi întotdeauna partea pozitivă în situații nedorite	
11	Simt că pot face întotdeauna lucrurile să meargă așa cum vreau	
12	Ceea ce este diferit și neobișnuit îmi stimulează curiozitatea	
13	Admir oamenii care pot spune lucruri neplăcute cu grație	
14	Deciziile mele au avut întotdeauna consecințe pozitive	
15	Îmi fac treaba în principal pentru că mă interesează conținutul acesteia	

Calculați-vă scorul

Scorurile (de la 1 la 5) atribuite celor cincisprezece afirmații trebuie introduse în prima coloană. Fiecare scor trebuie înmulțit cu numărul cuprins în a doua coloană. Scorurile celei de-a treia coloane sunt astfel calculate. Adăugarea celor cincisprezece scoruri dă scorul total.

Articol	Răspuns	Factor multiplicativ	Scor cântărit
1		3	
2		2	



3		1	
4		3	
5		1	
6		1	
7		2	
8		2	
9		1	
10		3	
11		3	
12		1	
13		3	
14		2	
15		2	
Totalul scorului cântărit:			

Profiluri

DE LA 30 LA 70 DE PUNCTE: ANGAJAT

Știrile te sperie și ideile originale nu sunt punctul tău forte. Șansa și alții joacă un rol important în determinarea poziției dvs. sociale și economice. Ai tendința de a distra atenția și de a perturba activitățile. La locul de muncă preferați să vă ocupați de o zonă limitată, poate sub îndrumarea cuiva. Schimbările îți creează disconfort și stres. Cu greu ești de acord să te schimbi și pentru că de multe ori nu simți nevoia. Poate de aceea te împlinești mai ușor în afara slujbei tale. Nu sunteți atras de succesul social. Nu-ți pasă ce cred alții despre tine. Ești pesimist, nu ești capabil să minți. Adesea nu ești în stare să orientezi situațiile în favoarea ta.

DE LA 71 LA 110: CREATIV

Nu îți lipsește creativitatea, dar uneori preferi să te întorci pe lucruri pe care le cunoști bine. Se întâmplă să nu puteți produce idei originale. Simți că ai control asupra a ceea ce ți se întâmplă, chiar dacă șansa





și / sau alte persoane joacă un rol important în poziția ta în muncă și în viață. Sunteți hotărât și în măsură să organizați munca altora, dar preferați să vă ocupați doar de domeniul de competență. Aveți suficientă capacitate de a simți schimbările, dar nu știți întotdeauna să vă adaptați. Succesul social te atrage doar parțial. Stima altora este importantă, dar nu urmărești succesul sau faima. Munca este principala ta sursă de împlinire personală. Nu ați face niciodată o treabă care nu vă place, deși satisfăcătoare din punct de vedere economic.

DE LA 111 LA 150: LEADER

Aveți abilități puternice de conducere și o aptitudine pentru organizarea și dirijarea celorlalți. Ești atras de tot ceea ce este inovator și este convins că o problemă are întotdeauna mai multe soluții. Ești sigur că ai întotdeauna controlul asupra a ceea ce se întâmplă și ești convins că poziția ta în muncă și în viață depinde de abilitățile tale. Nu te apleci ușor la obstacole. La locul de muncă, percepi cu ușurință schimbările. Nu ezitați să abandonați convingerile și obiceiurile care nu mai sunt adecvate mediului în care locuiți. Sunteți gata să vă întrebați. Ești atras de succesul social. Ești curios despre știri și sensibil la ceea ce cred alții despre tine (în special pentru recrutarea personalului), dar fără a fi condiționat.



Pânză model de afaceri

Business Model Canvas este un instrument de afaceri folosit pentru a vizualiza toate elementele de bază ale începerii unei afaceri. Aceste blocuri sunt următoarele:

- **Segmente de clienți:** Cine sunt clienții? Ce cred ei? Vedea? Simțiți-vă? Do?
- **Propuneri de valoare:** Ce este convingător la propunere? De ce cumpără, utilizează clienții?
- **Canale:** Cum sunt livrate produsele și serviciile dvs. pe piață?
- **Relatii cu clientii:** Cum interacționați cu clientul prin „călătoria” lor?
- **Fluxuri de venituri:** Cum câștigă afacerea dvs. bani?
- **Activități cheie:** Ce lucruri strategice face afacerea dvs. pentru a-și îndeplini propunerea?
- **Resurse cheie:** Ce active strategice unice are afacerea dvs. pentru a concura?
- **Parteneriate cheie:** Ce poate externaliza compania pentru a se putea concentra asupra activităților sale cheie?
- **Structura costurilor:** Care sunt costurile majore suportate de afacerea dvs.?

Fiecare dintre aceste blocuri trebuie completate cu precizie și revizuite periodic pentru a se asigura că modelul de afaceri este încă corect. Business Model Canvas vă oferă o modalitate de a crea un model de afaceri destul de clar folosind doar o singură coală de hârtie. Și ceea ce este extraordinar este că poate fi folosit pentru a descrie orice companie - de la cea mai mare companie din lume până la o startup cu un singur angajat.

Crearea modelului dvs. de afaceri Canvas vă oferă mai multe avantaje, cum ar fi:

- **Ușor de înțeles:** Deoarece pânza de pe o singură pagină și este foarte vizuală este foarte ușor de înțeles.
- **Concentrat:** Elimină orice puf care ar fi putut fi prezent într-un model de afaceri tradițional.
- **Flexibil:** Este rapid și ușor să modificați modelul și să schițați diferite idei.
- **Orientat spre client:** pânza te obligă să te gândești la valoarea pe care o oferi clienților tăi și doar atunci ce este nevoie pentru a oferi acea valoare.



- **Afișează conexiuni:** Natura grafică a unei singure pagini a pânzei arată modul în care diferitele părți ale modelului se corelează între ele. Acest lucru poate fi cu adevărat dificil de constatat dintr-un plan de afaceri tradițional.
- **Ușor de comunicat:** Deoarece pânza este atât de ușor de înțeles, veți putea să o împărtășiți și să o explicați cu ușurință echipei dvs., ceea ce face mai ușor să le obțineți la bord cu viziunea dvs.

Cum să vă construiți modelul de afaceri Canvas

Split stânga / dreapta

În linii mari, putem spune că acele elemente din partea stângă a pânzei reprezintă costuri pentru companie, în timp ce elementele din partea dreaptă generează venituri pentru afacere. Cu asta, să săpăm în fiecare dintre cele nouă blocuri de construcție mai puțin detaliat.

1. Segmente de clienți

În acest bloc, introduceți diferitele segmente de clienți sau pe care le veți servi. Dacă puteți, creați una sau mai multe persoane pentru fiecare segment pe care îl serviți. O persoană este pur și simplu o descriere relatabilă a fiecărui tip de client pe care îl deserviți. Încercați să evidențieze motivațiile clienților dvs., problemele lor și să capteze „esența” a cine sunt.

Un punct cu adevărat important de parcurs aici este că clienții nu există pentru dvs., ci mai degrabă există pentru a vă servi clienții.

Multe companii vor deservi un singur segment de clienți, dar nu toate. De exemplu, Google servește două segmente de clienți, persoanele care efectuează căutări, precum și agenții de publicitate.

Dacă vă gândiți să împărțiți segmentul de clienți al agenților de publicitate în persoane, atunci există multe tipuri diferite de agenți de publicitate pe care ați putea-i identifica. De exemplu, companiile Fortune 500, cum ar fi Nike, cu bugete de publicitate masive, ar putea fi o persoană, în timp ce întreprinderile mici cu un singur om ar putea forma o alta.

2. Propostie de valoare

Propunerea de valoare descrie valoarea pe care o livrați fiecărui segment de clienți. Ce probleme rezolvați pentru fiecare segment de clienți? Ce nevoi satisfaceți? Propunerea de valoare răspunde la întrebarea „de ce vor cumpăra clienții de la noi?”.



Unele dintre cele mai comune propuneri de valoare sunt:

- Noutate;
- Performanta ridicata;
- Abilitatea de a personaliza;
- Proiecta;
- Marcă / Stare;
- Preț;
- Reducerea costurilor;
- Reducerea riscului;
- Confort.

3. Canale

Canalele se referă la modul în care produsele sau serviciile dvs. sunt vândute clienților. Pentru a completa această secțiune, întrebați-vă cum dorește să fie contactați clienții dvs.? Cum îi ajungi acum?

În linii mari, puteți avea propriile canale sau puteți partaja cu altcineva. Canalele proprii pot include orice combinație de magazine pe care le dețineți, o forță de vânzare pe care o angajați sau site-ul dvs. web. Canalele partenerilor ar putea include o multitudine de opțiuni, de la utilizarea unui angrosist la lucrul cu afiliați pentru a vinde produsele dvs. sau chiar utilizarea Google AdSense.

4. Relații cu clienții

Blocul de construcție Relații cu clienții răspunde la întrebarea despre cum obțineți, păstrați și creșteți clienții.

obține: Cum află clienții despre dvs. și își fac achiziția inițială? De exemplu, acest lucru ar putea fi prin publicitate pe Google.

A pastra: Cum păstrați clienții? De exemplu, un serviciu excelent pentru clienți ar putea ajuta la menținerea clienților.



Se dezvoltă: Cum îi determinați pe clienții noștri să cheltuiască mai mult? De exemplu, puteți trimite un buletin informativ lunar pentru a-i ține la curent cu cele mai recente produse.

Cel mai simplu mod de a defini toate acestea este să parcurgi în detaliu întreaga călătorie a clienților. Astfel află clienții despre dvs., investighează dacă vă cumpără produsul, îl cumpără și cum sunt gestionate după cumpărare.

5. Fluxuri de venituri

De unde vin banii? În acest bloc, stabiliți unde sunt generate veniturile dvs.

S-ar putea să pară foarte simplu, dar nu este. Încercați de fapt să vă dați seama ce strategii veți folosi pentru a capta cea mai mare valoare de la clienții dvs.? Clienții vor plăti pur și simplu o taxă unică? Vei avea o taxă de abonament lunară? Poate că vă oferiți produsul gratuit, cum ar fi Skype și sperați că o parte din clienți face upgrade la produsul premium plătit?

Luați în considerare Google, agenții de publicitate plătesc Google pentru a plasa anunțurile în fața utilizatorilor cu intenție de cumpărare. De exemplu, dacă căutați „formatori Nike”, veți vedea reclame. Dacă căutați ceva fără intenție de cumpărare, cum ar fi „imaginea florilor”, probabil că nu veți vedea anunțuri. De fapt, ați putea spune că Google operează căutări fără intenția de cumpărare ca lider de pierdere pentru a menține oamenii care folosesc sistemul Google.

Făcând un pas înapoi

Dacă vă uitați la ceea ce am făcut până acum, am completat Propunerea noastră de valoare și elementele de construcție din dreapta acesteia. Pe scurt, ne-am dezvoltat înțelegerea a tot ceea ce se referă la clienții noștri. Acum trebuie să lucrăm la zona din stânga propunerii de valoare. Trebuie să ne construim infrastructura pentru a putea oferi cel mai bine propunerea de valoare. Deci, cu asta, trecem la primul bloc de construcție a infrastructurii, Resurse cheie.

6. Resurse cheie

Acest element de construcție descrie cele mai importante active strategice care sunt necesare pentru ca modelul dvs. de afaceri să funcționeze. Resursele generale pot fi încadrate în una din cele patru categorii:

- **Fizic:** cum ar fi clădiri, vehicule, utilaje și rețele de distribuție;
- **Intelectual:** cum ar fi mărci, cunoștințe de specialitate, brevete și drepturi de autor, parteneriate și baze de date pentru clienți;
- **Uman:** uneori oamenii tăi vor fi cea mai importantă resursă, acest lucru este valabil mai ales în industriile creative și care utilizează cunoștințe;



- **Financiar:** cum ar fi liniile de credit, soldurile de numerar etc.

7. Activități cheie

Activitățile cheie sunt cele mai importante lucruri strategice pe care trebuie să le faceți pentru ca modelul de afaceri să funcționeze. Activitățile cheie ar trebui să fie direct legate de propunerea dvs. de valoare. Dacă activitățile dvs. cheie nu sunt legate de propunerea dvs. de valoare, atunci ceva nu este în regulă, deoarece activitățile pe care le considerați cele mai importante nu oferă nicio valoare clienților.

Activitățile cheie pot fi de obicei împărțite în trei mari categorii:

- **Producție:** se referă la livrarea produsului dvs. De obicei, veți face acest lucru fie pentru o calitate înaltă, fie pentru o cantitate ridicată;
- **Rezolvarea problemelor:** Consultanțele și alte organizații de servicii trebuie adesea să vină cu soluții noi la problemele individuale ale clienților;
- **Platforma / Rețea:** Rețelele, platformele software pot funcționa ca o platformă. De exemplu, o activitate cheie pentru Facebook este actualizarea platformei.

Când completați această secțiune, este o greșeală să enumerați toate activitățile afacerii dvs., în schimb să includeți numai activități care sunt absolut esențiale pentru a vă propune valoarea.

8. Parteneri cheie

În acest bloc, enumerați sarcinile și activitățile importante, dar pe care nu le veți face singuri. În schimb, veți folosi furnizori și parteneri pentru ca modelul de afaceri să funcționeze.

Să ne uităm la Spotify. Activitatea cheie a Spotify este actualizarea platformei sale. Cu toate acestea, întrucât nu produce propria muzică, unul dintre parteneriatele cheie ale Spotify vor fi ofertele pe care le încheie cu casele de discuri și editurile, fără de care nu ar avea muzică!

De obicei, există trei motive pentru crearea unui parteneriat:

- Economie de scară.
- Reducerea riscului și a incertitudinii.
- Achiziționarea de resurse sau activități (de exemplu, muzică pentru Spotify).

9. Structura costurilor

În blocul de construcție Structura costurilor, dorim să mapăm activitățile cheie la costuri. De asemenea, dorim să ne asigurăm că costurile sunt aliniate cu Propunerea noastră de valoare. Ar trebui să fie simplu



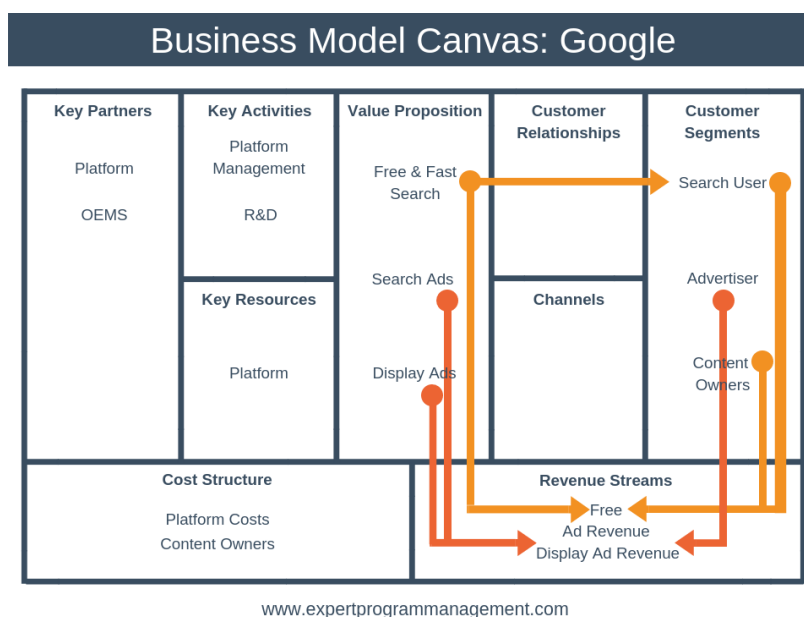
să vă determinați cele mai importante costuri și cele mai scumpe după ce ați definit resursele cheie, activitățile cheie și parteneriatele cheie..

Exemplu de model Google Business Model Canvas

Primul lucru pe care ar trebui să-l știți despre modelul de afaceri Google este că acesta este multilateral. Aceasta înseamnă că reunește doi clienți distincti, dar înrudiți.

În cazul Google, clienții săi sunt utilizatorii de căutare și agenții de publicitate. Platforma interesează doar agenții de publicitate, deoarece sunt prezenți și utilizatorii de căutare. În schimb, utilizatorii de căutare nu ar putea folosi gratuit platforma dacă nu ar fi pentru agenții de publicitate.

Modelul de afaceri Canvas pentru Google este prezentat mai jos



După cum puteți vedea, diagrama vă oferă o înțelegere imediată a părților cheie ale modelului de afaceri Google. Google câștigă bani din segmentul de clienți al agenților de publicitate, ale cărui reclame apar fie în rezultatele căutării, fie pe paginile web. Acești bani subvenționează o ofertă gratuită celorlalte două segmente de clienți: utilizatori de căutare și proprietari de conținut. Modelul de afaceri Google are un element de rețea. Adică, cu cât afișează mai multe reclame pentru căutătorii web, cu atât atrage mai mulți agenți de publicitate. Și cu cât atrage mai mulți agenți de publicitate, cu atât atrage mai mulți proprietari de conținut. Resursa cheie Google este platforma sa de căutare, inclusiv google.com, Adsense (pentru proprietarii de conținut) și Adwords (pentru agenții de publicitate). Activitățile strategice



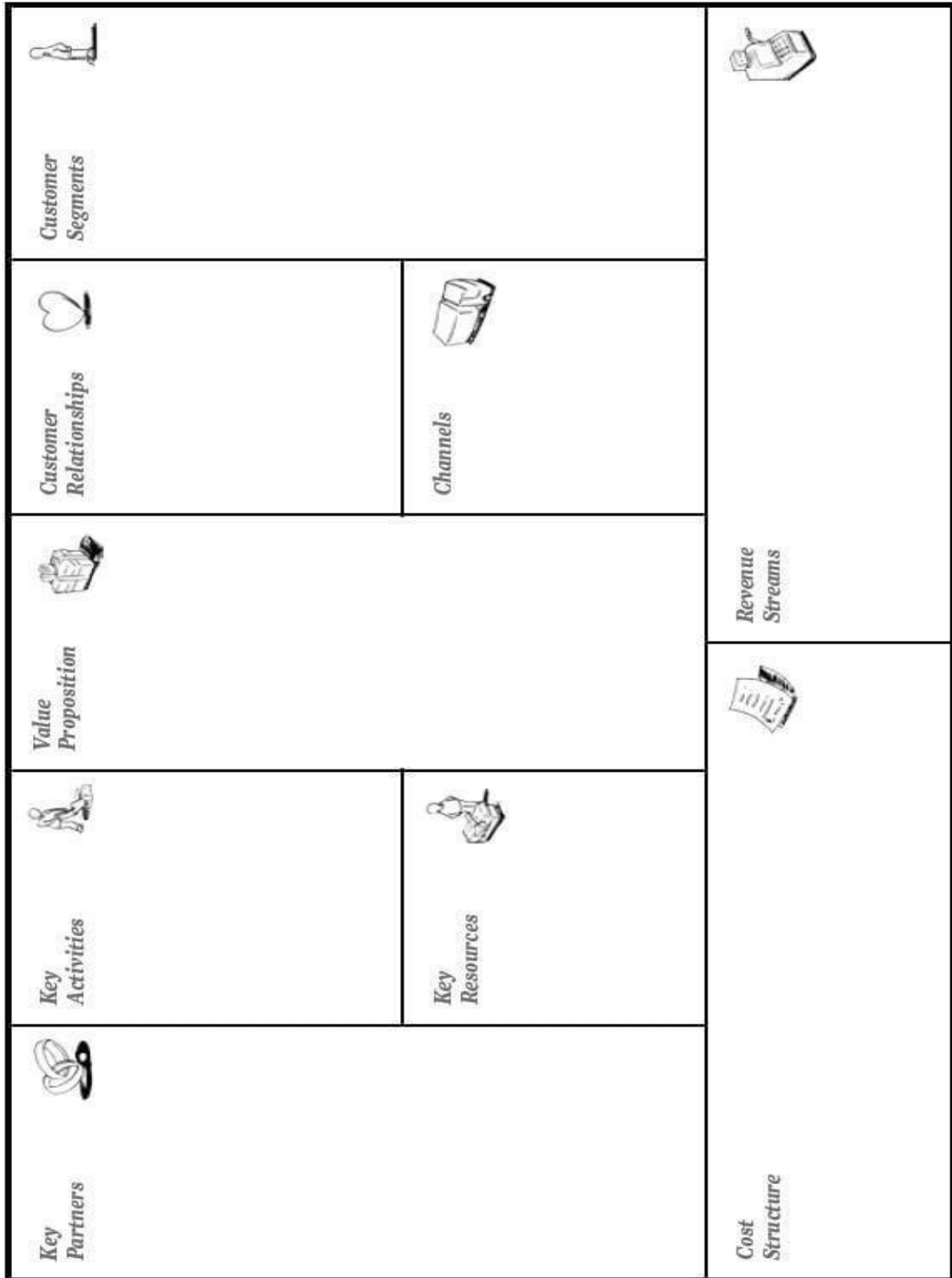
cheie pe care Google trebuie să le desfășoare sunt gestionarea platformei existente, inclusiv a infrastructurii sale. Partenerii cheie Google sunt, evident, proprietarii de conținut de la care este generată o mare parte din veniturile sale. OEM (producători de echipamente originale) formează, de asemenea, un partener cheie. OEM-urile sunt companii care produc telefoane mobile cărora Google le oferă gratuit sistemul de operare Android. În schimb, atunci când utilizatorii acestor telefoane caută pe internet folosesc în mod implicit motorul de căutare Google, aducând astfel mai mulți utilizatori în ecosistem și generând și mai multe venituri.

Sursa informațiilor furnizate sunt următoarele link-uri:

<https://eship.ox.ac.uk/business-model-canvas-explained/> și

<https://expertprogrammanagement.com/2018/10/business-model-canvas-explained/>





Cyprusinno.com

www.cyprisinno.com

Acest site web este un instrument care oferă antreprenorilor sociali acces la oportunități de formare, mentorat și finanțare. Utilizatorii săi au posibilitatea de a:

- Aflați despre evoluțiile recente ale politicilor privind sectorul antreprenoriatului social din Cipru;
- Descoperiți politicile și practicile de antreprenoriat social în toată Europa;
- Cunoașteți antreprenorii și întreprinderile sociale cipriote inovatoare, munca pe care o fac și provocările cu care se confruntă;
- Aflați despre proiectele europene „Antreprenorii sociali europeni” și „Investiți în inovație” care dezvoltă și promovează antreprenoriatul social și inovarea;
- Aflați despre programele de finanțare legate de antreprenoriat social și inovație;
- Harta startupurilor;
- Spații de lucru în comun;
- Acceleratoare și incubatoare;
- Conferințe și evenimente.

Creatorii acestui instrument cred că viitorul Ciprului este în mâinile antreprenorilor săi, deoarece antreprenorii conduc inovația tehnologică, politică și socială. De asemenea, ei cred că viitorul Ciprului este de a oferi instrumente pentru toți antreprenorii ciprioti care îi vor ajuta să se conecteze, să facă rețea, să colaboreze și să facă schimb de cunoștințe online pentru a conduce creșterea socială și economică a Ciprului ”cu viziunea”, reproducerea modelului Cyprusinno, care utilizează antreprenoriatul și inovarea ca mecanisme de consolidare a păcii.



Curriculum pentru tinerii antreprenori sociali pe baza principiilor ECVET

<http://athena.entre.gr/en/courses/social-entrepreneurship-for-young-unemployed>

Acest site web oferă materiale de instruire inovatoare și cuprinzătoare pe tema economiei sociale și antreprenoriatului, care vizează sprijinirea tinerilor antreprenori sociali (potențiali) pentru a-și începe propria întreprindere socială.

Instrumentul care se bazează pe principiile ECVET urmărește:

- Încurajează-ți motivația antreprenorială, abilitățile și mentalitatea;
- Creșteți-vă conștientizarea diferitelor aspecte ale înființării și conducerii unei întreprinderi de afaceri și sociale de succes - juridice, financiare, manageriale, de conducere, de marketing etc .;
- Oferiți un mediu de învățare online cuprinzător care să combine teorie, practică, coaching online de la formatori și mentori experimentați, rețea activă cu colegii și oportunitatea de a atrage potențiali investitori;

Călătoria inspirată de învățare experiențială se va baza în jurul sarcinilor, misiunilor și provocărilor, prin care - permise de elementele de joc ale platformei - veți dezvolta cunoștințele, abilitățile și mentalitatea de bază, necesare pentru a deveni antreprenor social.

Principalele subiecte abordate în cadrul cursului sunt:

- Conceptele de antreprenoriat social și inovație socială
- Probleme sociale, nevoi nesatisfăcute și oportunități
- Cum să realizezi proiecte sociale
- Cadrul juridic, gestionarea și administrarea entității
- Crearea unui model de afaceri
- Strategii de marketing și comunicare
- Strângerea de fonduri și atragerea investitorilor
- Pregătirea planului de afaceri
- Rețea, management și resurse umane
- Cum se evaluează impactul, se asigură durabilitatea și creșterea





Puteți beneficia de acest instrument și puteți obține cunoștințe, abilități și competențe cu privire la modul de a începe, gestiona și conduce o întreprindere socială. Instrumentul acoperă toate aspectele mediului de afaceri, care este esențial pentru dvs. să știți



ONLINE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP COURSE

<https://www.ro-win.ro/curs-online-de-antreprenoriat/>

Acest instrument este un program de învățare care include 8 module educaționale, cu peste 20 de ore de conținut video adaptat nevoilor unui antreprenor social la începutul drumului, plus 20 de ore de subiecte practice de lucru.

Ce poți învăța din acest curs?

- Cum să dezvolti un plan de afaceri sociale;
- Cum să dezvoltai o planificare financiară și să definești modelul dvs. de afaceri sociale (Social Business Model Canvas);
- Cum funcționează principalele piețe din România.
- Cum să faceți față provocărilor de la începutul drumului, cum ar fi cum să faceți primii pași în relația cu furnizorii și rețelele de distribuție și cum să depășiți dificultățile birocratice.

Cursul de antreprenoriat online acoperă 8 subiecte

1. De la idei la start-up-ul social

- Cum pot transforma o idee bună într-o afacere socială de succes?
- Cum mă asigur că există o piață pentru afacerea mea socială?
- Cum definesc și testez un model viabil de afaceri sociale?

2. Start-up social - primii pași

- Care este cea mai potrivită formă juridică?
- Ce ar trebui să știu despre înregistrarea denumirilor și mărcilor comerciale?
- Dar contractele, impozitarea sau contabilitatea?

3. Managementul operational

- Ce trebuie să știu despre furnizori, producția și distribuția de produse sau servicii?
- Cum asigurați echilibrul dintre calitate și viteză?



- Ce procese sunt esențiale pentru afacerea mea și cum le organizez?

4. Marketing și promovare

- Cine sunt clienții mei?
- Cum află el despre mine? Cum îi conving să cumpere? Cum pot măsura și îmbunătăți performanța vânzărilor?
- Care este concurența mea? Dar ce zici de avantajul meu competitiv?
- Cum pot stabili prețul corect?

5. Management financiar

- Cât mă costă să încep o afacere socială?
- Cum pot prezice vânzările?
- Cât ar trebui să vând pentru ca afacerea mea socială să fie profitabilă?
- Cât va dura până voi putea susține afacerea din vânzări (și nu din banii mei)?

6. Conducerea echipei

- De câți angajați voi avea nevoie?
- Cum construiesc o cultură de echipă?
- Cum cresc și atrag angajații motivați?
- Care sunt aspectele legale pe care trebuie să le iau în considerare pentru angajați?

7. Strategia de lansare a afacerilor sociale

- Care sunt punctele de contact?
- Care sunt prioritățile mele la lansare?
- Unde pot investi resursele mele limitate?
- Cum mă poate ajuta crowdfunding-ul?
- Ce strategii de creștere și scalare îmi pot fi utile?





8. DURABILITATE ȘI EGALITATE A OPORTUNITĂȚILOR

- De ce merită să investim în sustenabilitate și ce înseamnă asta?
- Cum asigurați oportunități egale în afacerea dvs. socială?



4) Concluzie

Sperăm că un lucrător de tineret are acest Manual de antreprenoriat social care vă ajută în călătoria dvs., sprijinind tinerii în procesul lor de creare a unei întreprinderi sociale.

După cum se vede în prima secțiune a acestui manual, economia socială este destinată să obțină profituri pentru alte persoane decât investitori sau proprietari. A întreprinderea socială este un operator în economia socială al cărui obiectiv principal este de a avea un impact social, social sau de mediu. În Europa, acestea au un impact major asupra ocupării forței de muncă, coeziunii sociale, dezvoltării regionale și rurale, protecției mediului, protecției consumatorilor, agriculturii, dezvoltării țărilor terțe și politicilor de securitate socială.

În întreaga Europă putem găsi diferite forme juridice, cum ar fi cooperativele sociale, unele sunt înregistrate ca companii private limitate prin garanție, unele sunt reciproce, iar multe sunt organizații non-profit, precum societăți de asigurare, asociații, organizații de voluntariat, organizații caritabile sau fundații. În cercetarea și comparația noastră între țările partenere există diferențe în forma juridică, Grecia, Franța, Italia și România îmbrățișează întreprinderile sociale în legislația lor, Portugalia se concentrează pe conceptul general al economiei sociale neavând o legislație specifică privind întreprinderea socială și Cipru în prezent creează o lege care reglementează întreprinderile sociale. Toate țările au în general aceleași obiective care sunt de acord în intenția sa de a obține profit pentru oameni prin crearea unui impact social, social sau de mediu.

Partenerii sunt de acord că întreprinderile sociale vor crește și vor avea în continuare un impact mare în societatea noastră în viitor, trebuie să fie văzuți că are o soluție la unele dintre provocările societății, cum ar fi șomajul, șomajul în rândul tinerilor, protecția mediului, coeziunea socială, printre altele. . Astfel, este importantă crearea de noi întreprinderi sociale și consolidarea proprietarilor existente. Uniunea Europeană și fiecare stat membru are responsabilitatea de a investi în politici care vor potențial creșterea acestui sector în economia noastră.

Pe lângă diferitele forme juridice ale economiei sociale, aceste entități prezintă o gamă largă de produse și servicii care operează în diferite domenii, cum ar fi integrarea în muncă, servicii sociale personale, dezvoltarea locală a zonelor defavorizate, protecția mediului, protecția consumatorilor, printre altele. Pe măsură ce tinerii lucrează, rolul nostru este să-i provocăm pe tinerii noștri să vadă această gamă largă de posibilități și să-i ghideze în procesul de explorare și înțelegere care este scopul vieții lor și cum pot contribui la societate.

Studiile de caz prezentate cu succes ilustrează această diversitate în ceea ce privește forma juridică, produsele, serviciile și domeniul de acțiune. Fie ca aceste exemple să fie o inspirație, o motivație și un



punct de plecare pentru tinerii care își propun să facă parte din schimbarea comunității lor. O mulțime de reflecții asupra aspectelor personale, familiale și financiare trebuie luate în considerare atunci când intenționăm să începem o întreprindere de succes. De asemenea, implică o mulțime de investiții și eforturi personale pentru a începe și a întreține o întreprindere, prin urmare este foarte important să aveți un os puternic la spate. Instrumentele furnizate sunt un bun sprijin în acest proces, le puteți aplica împreună cu tinerii dvs. în sesiunile lor de formare și coaching.

5) Mulțumiri

- Carla Santos, Capacitare, Lda
- [Adăugați un nume](#), Pra Onde?
- [Adăugați un nume](#), Agenția Maritimă





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

