

ANALIZA ECONOMIEI SOCIALE



**Regiunile Nord Vest, Sud Muntenia,
Nord Est și Sud-Vest**

Proiect 128457

"Start UP for Change! Acțiuni de sprijin pentru înființarea de întreprinderi sociale"

METODOLOGIA CERCETĂRII

Metodologia cercetării se definește ca fiind totalitatea demersurilor teoretice, tehnice și epistemologice pe care le întreprinde cercetătorul pentru a putea cunoaște domeniul economiei sociale, evoluția sa, nevoile pe care le au antreprenorii sociali, precum și evidențierea unor exemple de inovare socială, ce pot fi utile pentru viitorii antreprenori sociali.

În realizarea prezentei analize s-au avut în vedere mai multe aspecte și a fost elaborată în urma folosirii mai multor mijloace, conform cerințelor:

- S-a apelat la metoda analizei documentelor sociale pentru a identifica elementele caracteristice ale mediului antreprenoriatului social din Regiunile Nord-Vest, Sud-Muntenia, Nord-Est, Sud-Vest, pentru a analiza rolul inovării sociale în cadrul operatorilor economici sociali din regiune și a impactului acestora asupra comunităților din care fac parte. Printre documentele care au fost analizate și din care s-au preluat informații menționăm următoarele:
 - Evoluții recente ale economiei sociale în Uniunea Europeană. Sinteză. Comitetul Economic și Social European www.eesc.europa.eu,
 - Întreprindere socială: antreprenoriat cu impact social <https://ec.europa.eu/eures>,
 - Starea economică și socială a României, date statistice <https://insse.ro/cms>,
 - Studiu comandat de Comisia pentru Piața internă și protecția consumatorilor pentru Parlamentul european www.europarl.europa.eu,
 - Atlasul economiei Sociale <https://ies.org.ro>,
 - Solidar – Sprijin pentru consolidarea programului pentru economie socială, în cadrul POCU – Programul Operațional Capital Uman,
 - Legea nr. 219/2015 privind economia socială, OUG nr. 33/2022 pentru modificarea și completarea Legii nr. 219/2015
- Documente emise de Ministerul Muncii și Solidarității Sociale, precum:
 - Ghid pentru Întreprinderile sociale și Întreprinderile sociale de inserție,
 - Raport de cercetare privind economia socială în România din perspectiva europeană comparată,
- Documente emise de Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă, precum:
 - Registrul Unic de Evidență a Întreprinderilor Sociale (RUIES),
 - Documente emise de Institutul Național de Statistică.
- Documente emise de International Centre of Research and Information on the Collective Economy (CIRIEC).
- S-a apelat la metoda analizei documentelor proiectului, precum: cerere de finanțare, rapoarte intermediare ale proiectului, rapoarte de progres realizate de beneficiarii întreprinderilor sociale înființate în cadrul proiectului, rapoarte ale misiunilor sociale, centralizatoare și alte documente relevante pentru realizarea analizei. În urma acestora s-a efectuat nu doar o prezentare a rezultatelor proiectului, ci corelarea rezultatelor înregistrate cu situația existentă la nivel regional și național.

- S-a recurs la metoda anchetei sociale, prin **aplicarea tehnicii chestionarului**. Aceasta a fost utilizată pentru identificarea nevoilor, opiniilor, atitudinilor și valorilor antreprenorilor implicați în proiectul "Start UP for Change! Acțiuni de sprijin pentru înființarea de întreprinderi sociale" Chestionarul a fost aplicat atât antreprenorilor sociali, cât și potențialilor antreprenori sociali din zonele de implementare a proiectului. La realizarea scriptului pentru sondajul online s-a ținut cont de informațiile necesare a fi culese (precum date de identificare legate de vârstă și gen, probleme identificate, avantaje și dezavantaje ale întreprinderii sociale etc.). Prelucrarea informațiilor s-a făcut cu respectarea principiilor GDPR, toate întrebările fiind obligatorii, cu excepția celei legate de nume, unde s-a specificat că informația este opțională, răspunsul fiind util doar în gestionarea internă a bazei de date și a evidenței respondenților. Chestionarul a fost trimis persoanelor din zonele de derulare a proiectului, rata de răspuns fiind bună comparativ cu numărul de întreprinderi înființate prin proiect.

- Altă metodă de cercetare directă a constatat în organizarea de întâlniri cu antreprenorii de economie socială din fiecare regiune de dezvoltare în care este implementat proiectul, respectiv: Nord Vest, Sud Muntenia, Nord Est și Sud-Vest. Au fost contactați mai mulți beneficiari în acest sens, iar în funcție de rezultatele și disponibilitatea de care au dat dovadă, cei care au participat la întâlniri au avut posibilitatea să abordeze, în cadrul acestora, atât subiectul domeniului lor de activitate, cât și subiecte mai sensibile, precum dificultățile pe care le-au întâmpinat, soluțiile pe care le-au identificat, impactul avut în comunitate datorită misiunilor sociale realizate, elemente concrete de inovare socială la care au apelat, elemente de dezvoltare durabilă și nediscriminare, toate acestea cu scopul de a extrage cât mai multe informații, ce au fost incluse ulterior în Ghidul pașilor ce trebuie urmați pentru a deveni o ÎS de succes.

În vederea realizării analizei s-au avut în vedere mai mulți pași: încadrarea conceptului de economie socială și efectuarea unei radiografii a stării economiei sociale; aplicarea chestionarului online; organizarea de întâlniri cu antreprenori din fiecare regiune de dezvoltare în parte; analiza rezultatelor proiectului și corelarea lor cu situația economiei sociale la nivel regional; prezentarea unor exemple de bune practici din cadrul proiectului, precum și a avantajelor și dezavantajelor oferite de întreprinderile sociale, utile în special pentru realizarea Ghidului cu pașii ce trebuie urmați pentru a deveni o întreprindere socială de succes, ce va servi atât actualilor, cât și viitorilor antreprenori.

Informațiile necesare a fi culese au fost despre/ dar nu s-au limitat la: modelul de afacere și modul de implementare și funcționare a întreprinderii sociale înființate în cadrul proiectului; provocările întâmpinate în procesul de înființare și funcționare; modul de realizare a misiunilor sociale; impactul avut în comunitatea în care se desfășoară activitatea. În ceea ce privește modalitatea de prelucrare a informațiilor, datele obținute de la întâlnirile în teritoriu au fost corelate cu cele înregistrate la Chestionarul Online, precum și cu date înregistrate la nivel național.

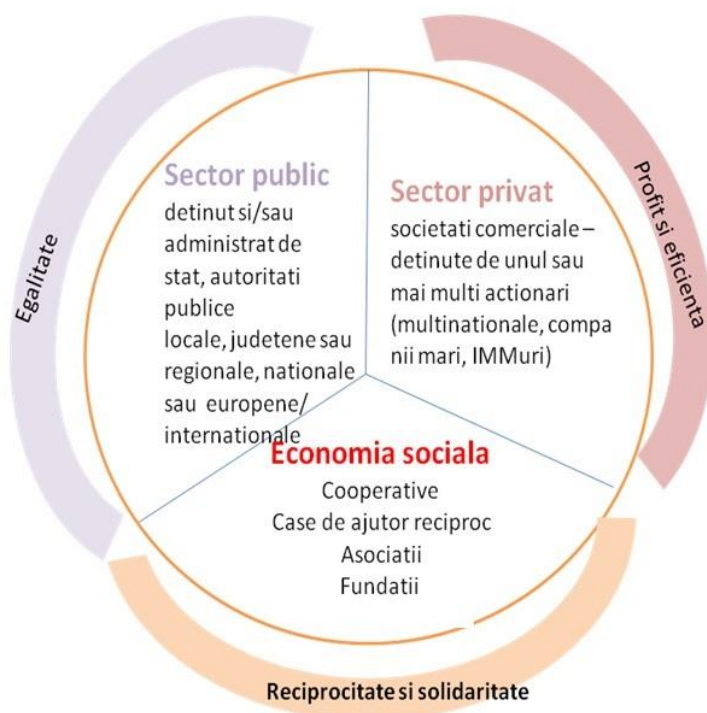
Dimensiunea cantitativă a analizei a vizat măsurarea numărului de întreprinderi sociale și locuri de muncă ocupate în domeniul economiei sociale la nivelul regiunilor respective.

Dimensiunea calitativă a analizei face referire la realizarea unei echități sociale puternice cu scopul realizării dezvoltării durabile și sustenabile.

Utilizarea indicatorilor de dezvoltare regională (set de mărimi particularizate, care conferă o prezentare a unei regiuni într-o perioadă de timp, reprezentând instrumente de măsurare a activității regiunii în condițiile unor schimbări) are drept scop aflarea stadiului în care se află regiunea respectivă și modalitățile de rezolvare a problemelor identificate.

ÎNCADRAREA CONCEPTULUI DE ECONOMIE SOCIALĂ

Această etapă a fost demarată prin efectuarea unei documentări asupra domeniului economiei sociale la nivel național și internațional și a vizat atât conceptele de economie socială și antreprenariat social, cât și statistici, impactul întreprinderilor de economie socială în cadrul comunităților și date despre inovarea socială. Informațiile au putut fi culese prin intermediul diverselor instituții, care pun la dispoziție statistici referitor la numărul întreprinderilor de economie-socială, precum și din documente sociale și legislație, mai sus menționate.



Definiția conceptuală a economiei sociale este disponibilă în **Carta principiilor economiei sociale** a Social Economy Europe, asociație de la nivel european care reprezintă economia socială. Aceste principii sunt:

- Prioritatea acordată individului și obiectivelor sociale față de capital;
- Asocierea voluntară și deschisă;
- Controlul democratic al membrilor (nu se referă la fundații, deoarece acestea nu au membri);
- Combinarea intereselor Sursa: membrilor/utilizatorilor și/sau a interesului general;

<http://www.ies.org.ro/ce-este-economia-sociala-1>

- Apărarea și aplicarea principiului solidarității și responsabilității;
- Gestionarea autonomă și independența față de autoritățile publice;
- Majoritatea excedentelor sunt utilizate pentru atingerea unor obiective de dezvoltare durabilă și pentru prestarea unor servicii de interes pentru membri sau de interes general.

Definiția propusă în "Evoluții recente ale economiei sociale în Uniunea Europeană, 2017" vine în completarea principiilor mai sus-menționate: „*Setul de întreprinderi*

private organizate formal, dotate cu autonomie decizională și libertate de asociere, create pentru a răspunde nevoilor membrilor prin intermediul pieței, prin producerea de bunuri și furnizarea de servicii, asigurări și finanțare, în care procesul decizional și orice distribuire a profiturilor sau a excedentelor între membri nu sunt direct legate de aportul de capital sau de cotizațiile plătite de membri, fiecare dintre aceștia dispunând de un vot, sau, în orice caz, sunt hotărâte prin procese participative, democratice. Economia socială include și entități private, organizate formal, dotate cu autonomie decizională și libertate de asociere, care prestează servicii necomerciale pentru gospodării și ale căror excedente, dacă există, nu pot fi însușite de agenții economici care le creează, controlează sau finanțează". O definiție similară este dată și de Centrul Internațional de Cercetare și Informare privind Economia Publică, Socială și Cooperatistă (CIRIEC), citat în Studiul Economia socială în Uniunea Europeană, 2007.

Astfel, **economia socială** este sintagma utilizată pentru a indica acele activități în care resursele obținute sunt direcționate către îndeplinirea unui scop social și în ajutorul comunității în care sunt implementate. Domeniile de activitate ale organizațiilor care activează în domeniul economiei sociale sunt protecție socială, servicii sociale, sănătate, asigurări, creditare, producție agricolă, educare și formare, cultură, sport, activități recreative. E de menționat însă faptul că acestea desfășoară o activitate al cărei scop principal este satisfacerea nevoilor persoanelor, și nu remunerarea investitorilor capitaliști. În cazul abordării economiei sociale sectorul terțiar nu este situat între piață și stat, ci între sectorul capitalist și sectorul public. Din acest punct de vedere, în societățile dezvoltate sectorul terțiar este un pol de utilitate socială constituit dintr-o gamă largă de organizații private, create pentru a satisface nevoile sociale, și nu pentru a-I remunera pe investitorii capitaliști.
<https://phoenix-proiect.ro/wp/wp-content/uploads/2019/09/Economia-sociala-in-Romania.pdf>

Comisia Europeană definește **întreprinderile sociale** ca o parte integrantă a economiei sociale: „O *întreprindere socială este un actor al economiei sociale, al cărui principal obiectiv este cel de a avea o incidență socială mai curând decât cel de a genera profit pentru proprietarii sau partenerii săi. Ea funcționează pe piață furnizând bunuri și servicii în mod antreprenorial și inovator și își utilizează excedentele, cu predilecție, în scopuri sociale. Aceasta face obiectul unei gestionări responsabile și transparente, îndeosebi prin asocierea angajaților săi, a clienților săi și a părților interesate*” (Comunicarea Comisiei Europene, Inițiativa pentru antreprenoriatul social, COM/2011/0682 final din 25/10/2011). Această comunicare a Comisiei identifică, de asemenea, principalele domenii de activitate ale întreprinderilor sociale:

- întreprinderi care furnizează servicii sociale și/sau bunuri și servicii destinate unei populații vulnerabile și
- întreprinderi care urmăresc integrarea profesională a persoanelor cu dificultăți de angajare, dar a căror activitate poate cuprinde alte bunuri și servicii decât cele sociale.

În vreme ce **antreprenoriatul** are un rol important în economia unei regiuni sau a unei țări, **antreprenoriatul social** este chiar mai mult de atât, în cazul acestuia accentul punându-se pe oameni, nu pe profit.

În timp ce antreprenorii sunt orientați către business și se concentrează pe satisfacerea nevoilor clienților lor pentru obținerea de profit; antreprenorii sociali identifică bariere, obstacole și lipsuri într-o piață, industrie sau în rândul oamenilor din aceste medii și acționează pentru a rezolva acele lipsuri concentrându-se pe bunăstarea și dezvoltarea mediului și a comunității din care fac parte.

Nivelul de dezvoltare antreprenorială a unei societăți devine un indicator nu doar pentru creșterea economică, ci afectează în mod direct piața forței de muncă, inovarea socială dar și integrarea socială. Aceasta este logica care a stat în spatele adoptării, la nivel european, a unei politici de sprijinire a antreprenoriatului, la nivelul Strategiei Europa 2020 pentru o creștere inteligentă, ecologică și favorabilă incluziunii. Aceasta a devenit expresia eforturilor europene comune pentru asigurarea locurilor de muncă și pentru reducerea șomajului. În acest context, a crescut interesul pentru economia socială, existând ca țintă dezvoltarea unui climat care crește și dezvoltă energiile antreprenoriale la nivel european.

(http://mmuncii.ro/j33/images/Documente/Munca/Rap_cercetare-ec_soc_RO_perspec_eu_comp.pdf)

Abordarea **inovării sociale** (promovată pentru prima oară de Fundația Ashoka, în 1980) subliniază rolul individual al antreprenorului social, care adoptă misiunea de a crea și susține **valoarea socială** (nu numai valoarea privată), recunoaște și urmărește noi oportunități de a servi acea misiune, se angajează într-un proces continuu de inovare, adaptare și învățare, acționează cu curaj, fără să fie limitat de resursele pe care le are la îndemână și prezintă un înalt simț de responsabilitate și răspundere față de circumscripțiile deservite și pentru rezultatele create. Pe scurt, antreprenorii sociali îndeplinesc o misiune socială, iar impactul misiunii (mai degrabă decât crearea de bunăstare) reprezintă criteriul esențial de măsurare a unui antreprenor social. În abordarea inovării sociale, forma de proprietate asupra întreprinderii sociale (publică, bazată pe capital sau economia socială) este secundară, figura-cheie fiind antreprenorul social, ca principala persoană responsabilă de antreprenoriat și de schimbarea socială.

În România, situația în domeniul economiei sociale este reglementată prin **Legea nr. 219/2015**.

Potrivit acesteia, entitățile economiei sociale din România sunt:

- întreprinderea socială (ÎS) și
- întreprindere socială de inserție (ÎSI).

Întreprinderile sociale pot fi organizate sub forma unor cooperative de credit, asociații, fundații, case de ajutor reciproc ale salariaților, case de ajutor reciproc ale pensionarilor, societăți agricole sau orice alte categorii de persoane juridice care respectă, conform actelor legale de înființare și organizare, definiția și principiile

economiei sociale enunțate în legea economiei sociale. Pentru a deveni ÎS sau ÎSI, oricare dintre organizațiile de mai sus e necesar să obțină un atestat, respectiv o marcă în cazul ÎSI.

Planurile de acțiune naționale și regionale sunt politici-cheie de susținere a economiei sociale. Acestea sunt acorduri importante încheiate între diferiți actori, în special

între guvern și reprezentanții economiei sociale/sectorului terțiar, inclusiv sindicatele, universitățile etc., cu scopul de a-și îmbunătăți relațiile reciproce în avantajul ambelor părți, pe o perioadă îndelungată. Acestea include cadre stabile de finanțare, sisteme participative și consultative, domenii strategice care trebuie dezvoltate, îmbunătățirea relațiilor și schimbări ale societății. În ultimii ani au fost instituite mai multe planuri naționale. Acestea sunt cazuri în care programele operaționale ale fondurilor europene vizează economia socială și incluziunea socială. Tabelul de mai jos identifică principalele planuri naționale. Pentru a avea succes, sunt importanți trei factori-cheie: în primul rând un cadru multianual cuprinzător, în al doilea rând conceptul de parteneriat între guvern, economia socială și alte părți interesate, asigurând satisfacerea nevoilor reale și a priorităților, iar în al treilea rând efectul incluziv și de structurare al fondurilor structurale europene în întreaga Europă. Ultimul reprezintă o lecție-cheie pentru factorii de decizie ai UE.

Exemple de planuri naționale care sprijină economia socială în țările europene (2011-2016)

Bulgaria	Plan de acțiune pentru economia socială (2014-2015; 2016-2017)
Polonia	Program național pentru economia socială. Instituirea Comitetului național pentru dezvoltarea economiei naționale
Portugalia	Acord național între guvern și sectorul social („Compromissos de Cooperação para o Setor Social e Solidário”)
România	Solidar – Sprijin pentru consolidarea programului pentru economie socială, în cadrul POCU – Programul Operațional Capital Uman
Spania	Programul național de promovare a economiei sociale și POISES – Programul operațional pentru incluziune socială și economie socială – FSE 2014-2020.
Suedia	Programul multianual pentru susținerea întreprinderilor sociale de integrare profesională, desfășurat de Departamentul Muncii, împreună cu Ministerul Afacerilor.
Regatul Unit	The Compact, acord între guvern și sectorul voluntariatului și sectorul comunitar. Instituit în 1998, acesta stabilește un mod de lucru care îmbunătățește relația dintre părți, în avantajul amândurora.

Sursa: Evoluții recente ale economiei sociale în Uniunea Europeană

RADIOGRAFIA STĂRII ECONOMIEI SOCIALE

Pentru realizarea acestei descrieri am apelat la documentele sociale anterior menționate, așa cum sunt ele menționate pe site-urile instituțiilor publice, precum și la datele înregistrate în Cererea de Finanțare a proiectului.

Iată care este situația la nivelul fiecărei regiuni de dezvoltare, conform cercetării surselor statistice disponibile la momentul cercetării.

Nord-Vest

În Regiunea Nord-Vest este raportată cea mai redusă pondere a lucrătorilor în domeniul serviciilor din România: 12,59% din totalul angajaților (642 mii contracte de muncă, reprezentând 13% din forța de muncă a țării). Rata riscului de sărăcie sau excluziune socială (AROPE) este de 26.4% în 2017, sub media națională. Aici spiritul antreprenorial este mai dezvoltat decât la nivel național, indicatorul aflându-se la jumătatea mediei europene. Însă, cu toate acestea, există totuși un număr redus de IMM-uri (23,5 IMM-uri la 1.000 locuitori), iar afacerile mici întâmpină dificultăți în a rămâne pe piață, în zonă existând un grad ridicat de sărăcie și un risc crescut de excluziune a categoriilor vulnerabile, sub media națională.

Sud-Muntenia

În Regiunea Sud-Muntenia forța de muncă este polarizată cu precădere la nivelul a 4 grupe: muncitori calificați (14.53%), muncitori necalificați (20.82%), specialist în diverse domenii de activitate (19.21%), lucrători în domeniul serviciilor (16.83%), în total înregistrându-se 539 mii locuri de muncă.

Regiunea ocupă locul 1 la nivel național din punct de vedere al numărului persoanelor cu dizabilități: 132.305 persoane. Totodată, și aici se înregistrează un grad ridicat de sărăcie și un risc crescut de excluziune a categoriilor vulnerabile, AROPE fiind de 40.9% la 2017, peste media națională.

Nord-Est

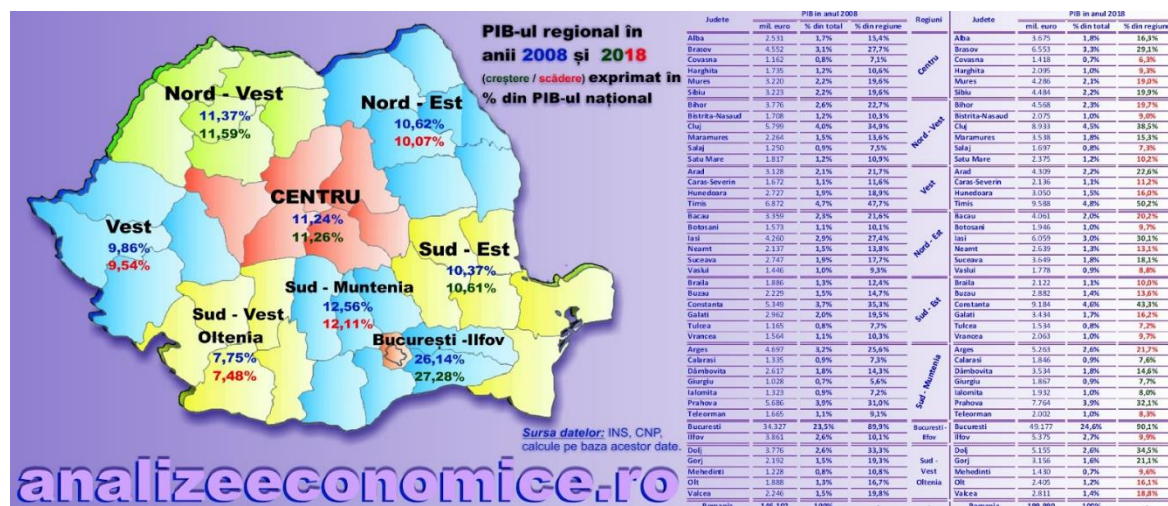
În Regiunea Nord-Est, din numărul total de șomeri înregistrat la 1 ianuarie 2018 (351,1 mii personae), 66,5 mii persoane se aflau aici, reprezentând 19% din totalul șomerilor înregistrați la nivel național, ceea ce o situează pe primul loc la acest capitol, fiind urmată îndeaproape de Regiunea Sud-Vest Oltenia (60,4 mii). Rata riscului de sărăcie sau excluziune socială (AROPE) este de 43.9% la 2017, cu o evoluție favorabilă în perioada 2013-2017. Numărul de înmatriculări de persoane fizice și juridice, conform Registrului Comerțului, înregistrează o dinamică negativă de -17.23% în 2018 față de 2017.

Sud-Vest

În Regiunea Sud-Vest Oltenia se înregistrează un nivel scăzut al ratei de ocupare (62.3%) la 1 ianuarie 2018, existând la acea dată 409.9 mii salariați, distribuiți pe sectoare de activitate după cum urmează: agricultură, silvicultură și pescuit (30,7%), industrie (21%), comerț cu ridicata și cu amănuntul (12,96%). Cele mai reduse ponderi au fost deținute de către următoarele activități: tranzacții imobiliare (0,33%),

activități de spectacole, culturale și recreative (0,55%), intermediari financiare și asigurări (0,69%), informații și comunicații (0,95%). Numărul de înmatriculări de persoane fizice și juridice înregistrează o dinamică negativă de -10.63% în 2018 față de 2017. În zonă se înregistrează un grad ridicat de sărăcie și un risc crescut de excluziune a categoriilor vulnerabile, AROPE fiind de 45.3% la 2017.

Situația economică la nivelul fiecărei regiuni de dezvoltare în parte este foarte bine explicată și în materialul intitulat: "În ce județe s-a concentrat creșterea economică de la nivel de regiuni în ultimul deceniu", de pe siteul: analizeeconomice.ro.



După cum se poate vedea și în cele de mai jos (Raportul INS: "Întreprinderi noi și profilul întreprinderilor - 2022")
https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/intreprinderi_noi_si_profilul_intreprinzatorilor_2020.pdf)

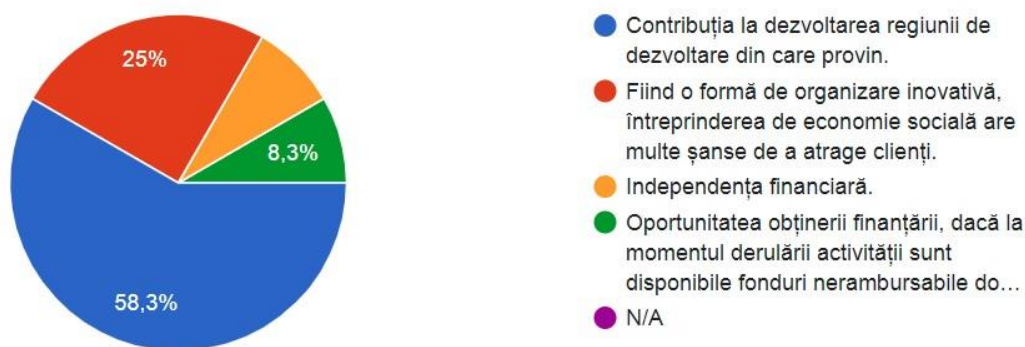
Numărul întreprinderilor noi și rata de creare pe regiuni

An	Regiuni							
	NE	SE	S	SV	V	NV	C	BIF
2003	17553	14896	14076	10800	111010	17302	15610	21931
2004	18620	16501	15944	11269	14467	21977	16627	28006
2005	23210	20144	17756	11432	17810	23836	22697	27561
2006	18218	17705	14994	9564	15161	20027	19419	27034
2007	20165	17467	17202	11848	15567	24182	20170	37244
2008	20169	19696	20380	12249	16855	24440	21561	32560
2009	16500	14667	15691	9553	12530	18102	15624	23699
2010	15887	14867	15389	10683	12170	19423	16516	23920
2011	17646	16120	17053	12548	13485	21164	16826	25241
2012	12672	11792	11745	11365	10301	17739	11052	22510
2013	16589	14272	15119	12696	13075	22040	15311	26764
2014	6946	7487	7025	5257	6822	10688	6809	20293
2015	12401	11310	11354	8153	10026	15996	11816	24777
2016	13675	11360	12135	8159	10481	17185	13204	25235
2017	14961	13236	14026	9958	12498	21310	15263	29760
2018	14947	13062	15011	9305	12456	20020	14389	25126
2019	16823	13813	16212	10706	12931	19624	17353	26363
2020	14030	11290	12232	8127	10367	17072	13573	26913

După regiunea București-Ilfov, cele mai multe sunt înființate în regiunea de dezvoltare Nord-Vest, urmată de Nord-Est, Centru, Sud, Sud-Est, Vest și Sud-Vest.

Comparativ cu numărul întreprinderilor de economie socială, acestea sunt de mii de ori mai multe, la nivel de țară, numărul total al întreprinderilor sociale din România ridicându-se doar la un număr de patru cifre (2623). Ceea ce înseamnă fie că puțini antreprenori cunosc domeniul economiei sociale, fie au cunoștințe despre el, dar nu sunt dispuși să intervină. În oricare dintre situații, e necesar ca oamenii să afle avantajele antreprenoriatului social, atât la nivel de personal, cât și la nivelul societății, și să fie motivați să contribuie la îmbunătățirea lui.

58,3% dintre respondenții la Chestionarul online aplicat antreprenorilor sociali și potențialilor antreprenori sociali au afirmat că doresc să contribuie la dezvoltarea zonei din care provin. Din aceeași întrebare, *"Ce vă motivează să aveți propria afacere în domeniul economiei sociale, în locul unui business clasic unde nu ați avea obligația să reinvestiți profitul?"* reiese că respondenții sunt conștienți că, fiind o formă de organizare inovativă, întreprinderea de economie socială are multe șanse să atragă clienți, 25% dintre respondenți au bifat acest răspuns, situat pe locul al doilea. Doar 8.3% au bifat independența financiară, iar 8.3% au declarat că sunt atrași de oportunitatea obținerii finanțării, dacă la momentul derulării activității sunt disponibile fonduri nerambursabile doar pentru structurile de economie socială.



În "Raportul Național despre Antreprenoriatul Social", elaborat de Ashoka România în martie 2018, a fost identificată o stare generală de optimism în sectorul antreprenoriatului social, dar confuzie referitor la finanțări, sustenabilitate și misiune – problemă ce se manifestă pregnant în toate regiunile de dezvoltare ale țării. Principalele piedici identificate în creșterea numărului de întreprinderi sociale atestate și funcționale au fost: lipsa cunoștințelor, abilităților și experienței în domeniul antreprenoriatului social, precum și lipsa resurselor financiare necesare. Clasificarea problemelor mai sus menționate ca fiind prioritare derivă din consecințele grave pe care nesoluționarea acestora le poate avea pentru atingerea unor obiective strategice naționale care vizează reducerea sărăciei și a fenomenului marginalizării, incluziunea socială, creșterea ocupării în rândul populației 18-64 ani, creșterea accesului pe piața muncii a categoriilor vulnerabile, creșterea gradului de instruire/ specializare/ calificare a populației active, descurajarea fenomenului migrației.

CORELAREA REZULTATELOR PROIECTULUI CU SITUAȚIA ECONOMIEI SOCIALE LA NIVEL REGIONAL

Au fost studiate rapoartele de progres ale proiectului și cererea de finanțare, iar datele de la nivelul fiecărei regiuni de dezvoltare în parte au fost corelate cu cele de la nivel național, înregistrate în **RUIES**.

Astfel, în cadrul proiectului "Start UP for Change!" au fost înființate **25** de întreprinderi sociale, distribuția pe regiuni fiind următoarea:

Regiunea de dezvoltare	Număr întreprinderi sociale înființate
Nord Vest	6
Nord Est	8
Sud Muntenia	10
Sud Vest Oltenia	1

Cele 25 întreprinderi sociale sunt împărțite astfel: 6 sunt în mediul rural, iar 19 în mediul urban.

Dacă în cadrul proiectului balanța a înclinat către mediul urban, la întrebarea: "*Dacă ați avea acum la dispoziție o finanțare nerambursabilă, unde v-ar interesa să înființați o întreprindere socială?*" răspunsurile la chestionarul online au fost destul de apropiate (37,5% în mediul urban, 29,2% în mediul rural și 33,3% au bifat oriunde), o treime dintre respondenți neavând preferințe pentru .

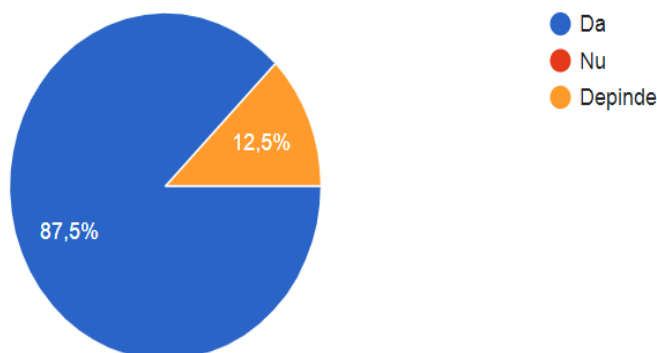
În ceea ce privește numărul total de întreprinderi, la nivelul fiecărei regiuni de dezvoltare, situația se prezintă astfel:

Regiunea de dezvoltare	Număr total întreprinderi înregistrate până în luna mai în RUIES	Situația față de luna aprilie
Nord Vest	429	cu 1 în creștere
Nord Est	315	la fel ca luna precedent
Sud Muntenia	505	cu 7 în creștere
Sud Vest Oltenia	298	la fel ca luna precedent

Numărul total de întreprinderi de economie socială, înregistrate în **RUIES**, la nivel național, este de 2623, cu un număr de 3191 de angajați, dintre care 452 persoane aparținând categoriilor vulnerabile. Prin proiect au fost create **101 noi locuri de muncă**, în cadrul celor **25 de întreprinderi de economie socială**.

Antreprenorii care aleg să activeze în domeniul economiei sociale sunt conștienți de necesitatea și valoarea creării de noi locuri de muncă. 87,5% dintre persoanele

chestionate în cadrul proiectului au răspuns că *"Sunt dispuse să creeze locuri de muncă pentru persoanele din categoriile vulnerabile"*, doar 12,5% au bifat "Depinde", și nu s-a înregistrat niciun răspuns cu "Nu".



În urma analizei efectuate la începutul proiectului, la nivelul fiecărei regiuni de implementare, **au fost identificate următoarele nevoi la** nivelul grupului țintă vizat:

În Regiunea Nord-Vest:

- Stimularea spiritului civic;
- Dezvoltarea comunităților și creșterea calității vieții;
- Integrarea persoanelor vulnerabile în direcția

dezvoltării personale și profesionale a acestora, în perspectiva ocupării de locuri de muncă, respectiv integrării/ reintegrării pe piața muncii și a integrării/ reintegrării sociale, ținând cont de particularitățile persoanelor implicate, de piața muncii și de situația economică existentă la nivel regional.

În Regiunea Sud-Muntenia:

- Accesul la formele de pregătire profesională, informare și consiliere pentru persoanele din grupurile vulnerabile;
- Reducerea abandonului școlar;
- Organizarea de cursuri de calificare/ recalificare, reconversie profesională, informare și consiliere profesională, precum și servicii de mediere a muncii pe piața internă;
- Dezvoltarea de programe de formare profesională pentru tinerii cu posibilități materiale limitate.

În Regiunea Nord-Est:

- Accesul la formele de pregătire profesională, informare și consiliere pentru persoanele din grupurile vulnerabile;
- Organizarea de cursuri de calificare/ recalificare, reconversie profesională, informare și consiliere profesională, precum și servicii de mediere a muncii pe piața internă;
- Dezvoltarea de programe de formare profesională pentru tinerii cu posibilități materiale limitate, inclusiv pentru tinerii care părăsesc centrele de plasament;
- Sprijin financiar pentru întreprinderile sociale și întreprinderile sociale de inserție, inclusiv dezvoltarea unor practice favorabile pentru organizarea de achiziții publice responsabile sau achiziții publice rezervate întreprinderilor sociale și a întreprinderilor sociale de inserție;
- Necesitatea unor rețele locale care să faciliteze colaborarea între structurile de economie socială, agenți economici, instituții publice.

În Regiunea Sud-Vest:

- Necesitatea de personal calificat ce deține cunoștințe în domeniul antreprenoriatului și al economiei sociale, care să lucreze în întreprinderile sociale;
- Necesitatea unor rețele locale care să faciliteze colaborarea între structuri de economie socială, agenți economici, instituții publice;

- Servicii publice gratuite de acompaniament social pentru angajații din ÎS și ÎSI;
- Sprijin financiar pentru ÎS și ÎSI, inclusiv dezvoltarea unor practice favorabile pentru organizarea de achiziții publice responsabile sau achiziții publice rezervate ÎS și ÎSI;
- Posibilitatea accesării în mod gratuit a cursurilor de formare pentru personalul din ÎS.

Prin măsurile întreprinse, proiectul produce un efect pozitiv pe termen lung, și anume acela de a contribui la dezvoltarea durabilă a regiunilor Nord-Vest, Sud-Muntenia, Nord-Est și Sud-Vest prin înființarea și funcționarea celor 25 de întreprinderi sociale cu 101 locuri de muncă nou create (prin proiect se asumase minim 100 de locuri de muncă nou create), care contribuie concret la dezvoltarea comunităților locale. Acestea au coduri CAEN diverse, domeniile de activitate în care activează acoperind mare parte dintre nevoile identificate și enumerate mai sus. Câteva exemple: cod CAEN 1729 - fabricarea de ambalaje pentru ouă: cofraje și caserole din pulpă de hârtie modelată, precum și de produse igienico-sanitare: tăviță renală, ploscă și bazine de unică folosință din pulpa de hârtie modelată. Cod CAEN 8559 - cursuri de limba germană și franceză, ateliere conversaționale în și tabere tematice în limbi străine. Cod CAEN 8520 - întreținerea și repararea autovehiculelor. Cod CAEN 8313 - activități ale centrelor de fitness. Cod CAEN 2332 - fabricarea cărămizilor, țiglelor și a altor produse pentru construcții din argilă arsă. Cod CAEN 7420 - activități fotografice.

Potrivit anchetei, tipologia întreprinderilor nou înființate în cadrul proiectului respectă structura întâlnită la nivel regional, numărul de angajați e comparabil cu numărul mediu pe întreprindere așa cum apare el la nivel regional și întreprinderile nou-create reflectă la nivelul distribuției o proporție a tipologiilor din populația de referință la nivelul regiunii.

APLICAREA CHESTIONARULUI ONLINE

Pe baza datelor culese în urma documentării efectuate, precum și a informațiilor pe care le dețin responsabili de proiect care țin legătura directă cu beneficiarii celor 25 de întreprinderi sociale înființate prin proiect a fost concepută structura unui sondaj online dedicat atât antreprenorilor sociali, cât și potențialilor antreprenori sociali. Chestionarul, realizat în Google Forms, a fost completat online de un număr de 88 de persoane, în proporție de 50% reprezentante ale genului feminin și 50% respondenți de sex masculin.

Asta deși, la nivel de țară, media procentuală înclină în favoarea bărbaților antreprenor. <https://onrc.ro/index.php/ro/statistici?id=246> De menționat că datele înregistrate de Oficiul Național al Registrului Comerțului reprezintă antreprenoriatul în general, nu pe cel al economiei sociale în special. La fel și în cazul statisticilor înregistrate de INS, unde bărbații sunt majoritari, cu peste 60 procente, față de reprezentantele sexului frumos.

Scopul acestuia a fost de a afla nevoile, credințele și provocările antreprenorilor sociali, domeniul în care activează, dar și identificarea constrângerilor și dorințelor potențialilor antreprenori sociali! După completarea chestionarelor (termen de aprox. 2 săptămâni) informațiile obținute au fost interpretate în contextul situației actuale a economiei sociale și incluse în cadrul analizei. Iată cele mai relevante rezultate înregistrate în urma aplicării chestionarului online:

Dintre respondenți, 50% au declarat că sunt angajați, 33,3% antreprenori de economie socială, 4,2% șomeri, 8,3% inactivi și 4,2% altele. Totodată, 58,3% sunt deja antreprenori de economie socială, ceea ce înseamnă că mulți practică această activitate în paralel cu un job clasic. La întrebarea deschisă: *"Cu ce probleme vă confrunțați în momentul de față ca antreprenori în general și ca antreprenori de economie socială în special?"* răspunsurile au fost destul de diverse, și anume:

- inflația,
- personal necalificat și dornic de a schimba angajatorul sau lipsa forței de muncă, sau concurență mare pe piață pentru personalul calificat, care se îndreaptă către multinaționale ce oferă salarii considerabil mai mari,
- incoerență legislativă - modificări frecvente, instabilitate economică, cadru legal rigid, neadaptat la nevoile reale ale grupurilor vulnerabile și defavorizate,
- birocrație multă și inutilă și indiferența autorităților și instituțiilor legat de întreprinderile sociale,
- lipsa resurselor financiare sau a finanțării nerambursabile, cofinanțare,
- taxe și impozite,
- reziliența la risc "ne lipsește expertiza și experiența necesară să fim suficient de flexibili și pregătiți pentru situații neprevăzute (fluctuații mari în domeniu, din cauza vremurilor incerte pe care le trăim - pandemie, război, potențială criză economică, ce foarte probabil va lovi puternic domeniul educației)".
- raportarea activităților sociale.

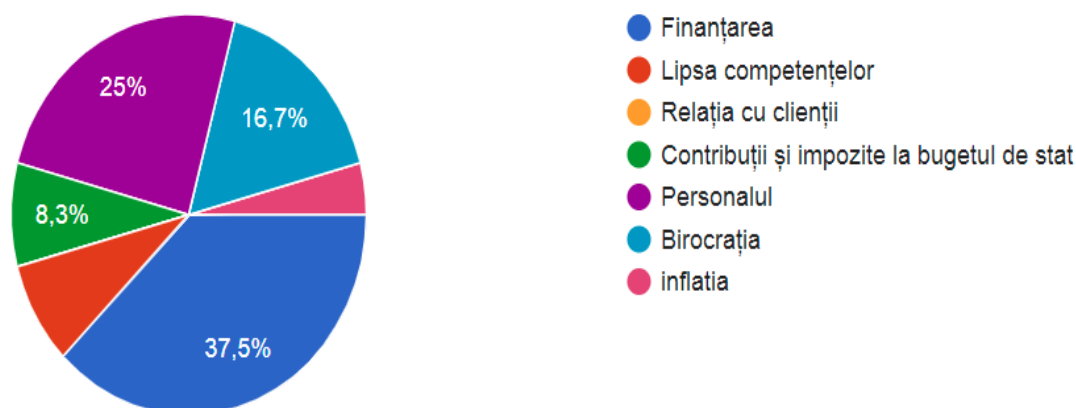
De menționat faptul că peste 90% dintre respondenții la sondajul online au studii universitare, 41,7% având chiar studii postuniversitare. În ceea ce privește vârsta respondenților, categoriile tineri (1-30 ani) și vârstnici (65+) au înregistrat procente egale, respective 12,5% fiecare. Cei mai mulți respondenți s-au încadrat în categoria de vârstă 31-45 ani, respective 41,7%, urmată de categoria 46-64 ani, cu 33,3%.

De aici reiese că respondenții la chestionar se încadrează în profilul antreprenorului European, care are în medie 35 de ani în momentul în care își deschide o afacere și deține o diplomă universitară în proporție de 84,8%, conform datelor prezentate în Eu START-up Monitor din 2018 (<http://startupmonitor.eu/EU-Startup-Monitor-2018-Report-WEB.pdf>). Cu alte cuvinte, antreprenorul roman este în general o persoană bine pregătită, cu competențe teoretice dobândite de-a lungul pregătirii universitare, imagine care nu se potrivește deloc cu așteptările create de unele povești americane de succes, precum Gates, Jobs etc.

Dacă ne raportăm la profilul demographic al fondatorilor de întreprinderi noi la nivel național, așa cum este analizat de INS, reiese că vârsta majoritară este în grupa 30-39 ani.

La întrebarea închisă:

"Care considerați că este problema cheie cu care se confruntă un antreprenor de economie socială?" răspunsurile au fost cu atât mai interesante, ținând cont de diversitatea de probleme menționată mai sus. Astfel, la această întrebare închisă în top s-a situat problema finanțării, urmată de probleme legate de personal și birocrație, pe locul 4 fiind contribuțiile și impozitele la bugetul de stat, așa cum se poate vedea și din graficul de mai jos.

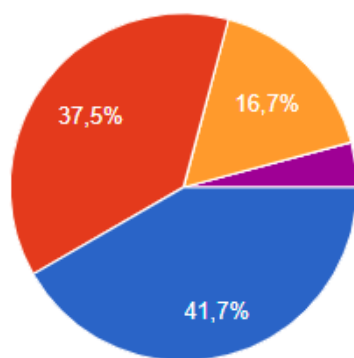


Cu toate acestea, 12,5% recunosc că, în cazul unei finanțări nerambursabile egală ca și valoare și condiții de aplicare cu cea pentru întreprinderea de economie socială, ar fi optat pentru înființarea unei societăți comerciale obișnuite. Doar 33,3% dintre respondenți au spus clar că, dacă ar avea/ar fi avut de ales, ar opta/fi optat tot pentru o Structură de Economie Socială, în vreme ce 54,2% au ales să nu se pronunțe cu privire la acest aspect, bifând răspunsul: "nu știu".

Ținând cont de faptul că 58.3% dintre respondenți sunt antreprenori de economie socială, la întrebarea **"Cum stau lucrurile din punct de vedere al impactului asupra comunității din care faceți parte"** 25% au răspuns că au impactat deja într-un mod pozitiv un număr mare de persoane, în timp ce 20,8% au obținut rezultate, dar nu la nivelul la care își propuseseră, restul răspândzând că nu sunt mulțumiți încă de rezultate, nu se aplică, în vreme ce 4,8% au recunoscut că antreprenoriatul social nu este pentru ei.

Întrebați despre rolul pe care îl are o întreprindere de economie socială, 37,5% au răspuns: promovarea, cu prioritate, a unor activități care pot genera sau asigura locuri de muncă pentru încadrarea persoanelor aparținând grupului vulnerabil.....

În vreme ce 41.7% au bifat producerea de bunuri, prestarea de servicii și/sau execuția de lucrări care contribuie la bunăstarea comunității sau a membrilor acesteia.



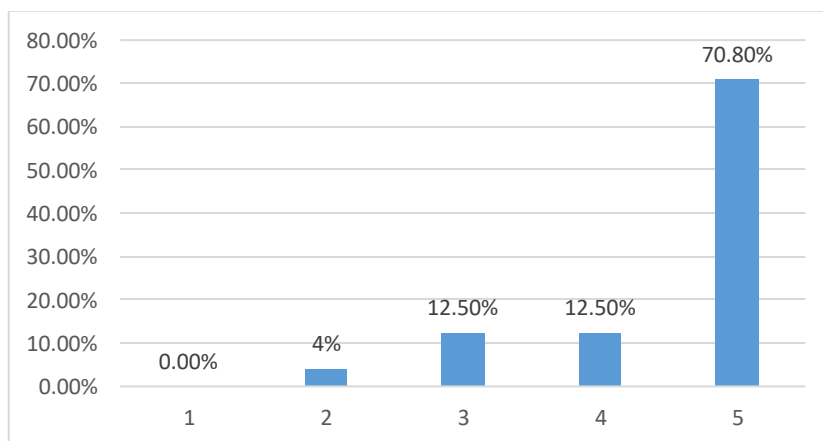
- Producerea de bunuri, prestarea de servicii și/sau execuția de lucrări care...
- Promovarea, cu prioritate, a unor activități care pot genera sau asigura l...
- Dezvoltarea serviciilor sociale pentru creșterea capacității de inserție pe pia...
- Dezvoltarea unor programe de formare profesională dedicate persoanelor din...
- O întreprindere de economie socială cred că ar trebui să acopere mai mult...

În ceea ce privește domeniile de activitate în care activează sau ar dori să înființeze o întreprindere de economie socială respondenții au bifat domenii diverse: 25% educație, 16,7% producție, 16,7% sănătate, 12,5% comerț și alți 12,5% servicii comunitare, restul împărțindu-se între turism, asistență socială, servicii de consultanță, activități de inginerie și altele.

Cât despre experiență, 75% dintre respondenții la sondajul online declară că au deja experiență în domeniul de activitate în care activează/doresc să înființeze o întreprindere socială, 16,7% nu au experiență, dar au acces la informație și resursele necesare și doar 8,3% sunt tentați să opteze pentru un domeniu complet nou față de cunoștințele și experiența lor.

În condițiile în care 58,5% dintre respondenții la Chestionarul online au declarat că sunt antreprenori de economie socială, iar la întrebarea legată de ocupare 50% au bifat că sunt angajați, se poate trage concluzia că antreprenoriatul social poate merge mână în mână cu un job clasic, acolo unde există dorința de implicare, de contribuție la binele comun.

Dintre cei 41,7% care nu sunt deja antreprenori sociali, 50% au răspuns că își doresc să înființeze o întreprindere în domeniul economiei sociale în perioada următoare. Pentru aceștia, dar și pentru cei care sunt deja antreprenori de economie socială, o serie de exemple de succes în domeniul antreprenoriatului social sunt binevenite. 70,8% dintre respondenți au declarat că astfel de informații ar fi foarte utile.



Referitor la regiunea de dezvoltare în care considera că ar mai fi nevoie de intervenție în domeniul economiei sociale, cele mai multe răspunsuri înregistrate au fost pentru Sud Muntenia și Sud Vest Oltenia, urmat de Nord-Est. Au fost și 2 răspunsuri mai complexe, care au vizat în mod special mediul rural: "Oriunde în România, în mediul rural, cu precădere, și în regiuni cu probleme de delincvență juvenilă, nivel scăzut de educație, nivel crescut de sărăcie (informații care se pot centraliza din evidențele consiliilor și primăriilor locale)".

ORGANIZAREA DE ÎNTÂLNIRI CU ANTREPRENORI DIN FIECARE REGIUNE DE DEZVOLTARE

Pe lângă completarea chestionarului online, au fost organizate întâlniri cu antreprenori sociali din fiecare regiune în parte. În acest sens au fost efectuate deplasări în zonele de implementare a proiectului, pentru a sta de vorbă cu antreprenorii de economie socială. Astfel au fost culese date despre diverse modele de business, modalități de implementare a proiectelor, exemple de inovare socială.

În urma întâlnirilor fizice, pentru a putea avea acces direct la un număr și mai mare de antreprenori a fost organizată și desfășurată și o întâlnire online, prin intermediul aplicației Zoom. Acestea au avut drept scop aprofundarea anumitor idei care au fost atinse în cadrul chestionarului și a întâlnirilor fizice, precum și exploatarea altora noi, precum inovare socială, misiuni sociale viitoare și impactul avut de întreprinderi asupra comunităților în cadrul cărora activează.

Indiferent că aveau sau nu experiență în domeniul economiei sociale, toți antreprenorii sociali care au participat la aceste întâlniri și-au manifestat interesul pentru **"Ghidul cu pașii ce trebuie urmați pentru a deveni un antreprenor social de succes"**. Totodată, au fost dispuși să prezinte modelele personale de business, pentru a îi inspira pe alți antreprenori cu ideile lor de afacere și întreprinderi sociale.

"Competiția nu este un lucru rău. Din contră, ne provoacă să ne depășim limitele, să ieșim din zona de confort și să facem lucrurile într-un mod profesionist. Învățând unii de la alții și acționând în mod constant vom obține rezultate mult mai bune decât dacă am fi singuri în domeniu. Caz în care cel mai mult ar avea de pierdut oamenii din comunitate, fiindcă la urma-urmei ei sunt beneficiarii finali ai profitului obținut". Aceasta a fost concluzia la care au ajuns cei mai mulți dintre antreprenorii sociali prezenți la întâlniri.

În plus, aceștia au povestit din experiența lor cu privire la realizarea misiunilor sociale, pentru a îi inspira și pe alții.

Viitorii antreprenori sociali care nu îndrăznesc să acceseze fonduri sau să înființeze un SES deoarece se tem de "realizarea misiunilor sociale" se pot inspira din activitatea lor de bază în crearea viitoarelor misiuni. Fiind într-un domeniu cunoscut, pe care îl stăpânesc, se vor simți mai confortabil și vor putea deveni mai vizibili pe piață. Spre exemplu, un antreprenor social care realizează recipiente de unică folosință din material plastic și ploscă pentru spital a oferit în cadrul misiunii sociale

astfel de echipamente către diverse centre, plus realizarea de analize medicale, în mod gratuit, pentru grupele defavorizate.

Alt antreprenor social, care are ca domeniu de activitate realizarea de articole vestimentare din material textil a efectuat pijamale și costume pentru serbare pentru copiii nevoiași, precum și retușuri gratuite pentru persoanele vârstnice. Corelând misiunea socială cu ceea ce fac zi de zi lucrurile devin mai ușoare. Ghidați de deviza "Să dăm ceva înapoi, cu titlu gratuit", antreprenorii au nu doar sentimentul de satisfacție fiindcă au contribuit la comunitățile din care fac parte, dar și acela de a își face munca lor cunoscută. Să dai mai departe din ceea ce faci în mod uzual e mult mai personal și împlinitor decât atunci când achiziționezi diverse produse, care nu au nicio legătură cu serviciile pe care le prestezi, și mergi pur și simplu să le împarți. Pentru realizarea misiunilor sociale, dar și facilitarea întregului proces, de la înființare până la funcționare, antreprenorii sociali simt nevoia înființării unei platforme sau Asociații, unde să apară toți cei disponibili să încheie parteneriate, și care să fie o voce la nivel național.

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI

În studiul "**Economia socială**. Analiză comparativă în opt state membre ale Uniunii Europene", sunt prezentate câteva exemple de bune practici din Europa. Iată câteva dintre acestea.

SPANIA: ÎNTREPRINDERI DE INTEGRARE

În Spania, organizațiile economiei sociale iau forma întreprinderii de integrare, care se referă la orice întreprindere structurată pentru a se ocupa de persoanele cu risc de excluziune socială sau orice întreprindere în cadrul căreia astfel de persoane realizează activități de producție, sub contract de angajare sau contract de ucenicie; de asemenea, aceste întreprinderi au obiectivul de a integra muncitorii marginalizați la nivel socioeconomic (Proiectul ELEXIES, EMS 2003). Merită remarcat faptul că un număr mare de întreprinderi de integrare socială combină activitatea de producție cu formarea, dar întotdeauna există activitate de producție. Pornind de aici, proiectul EMES ELEXIES din Spania a identificat patru tipuri de întreprinderi de integrare socială:

Centre speciale de angajare (Centros Especiales de Empleo);

Centre ocupaționale (Centros Ocupacionales);

Întreprinderi ale Organizației Naționale pentru Nevăzători (Organization National de Ciegos de Espana sau ONCE).

Întreprinderi de integrare socială pentru persoanele cu risc de excluziune socială.

Primele trei tipuri de întreprinderi lucrează cu persoane cu dizabilități recunoscute, în timp ce termenul de excluziune socială se referă la orice tip de dizabilitate care nu este legal recunoscută. Pe de altă parte, în Spania majoritatea cooperativelor au fost înființate în mare parte cu scop administrativ, deoarece este mai ușor să faci față reglementărilor. Acesta este unul dintre motivele pentru care în unele sectoare cooperativele nu oferă multe servicii. Cu toate acestea, în sectoare precum transportul de materiale ușoare și materiale grele scopul cooperativelor este doar de a coordona și a distribui munca, funcționând ca un "centru telefonic de asistență". Iar alte

sectoare, cum ar fi comerțul cu produse feroase sau farmaciile, sunt mult mai organizate și oferă soluții sau formări specific membrilor săi.

BELGIA: CARACTERISTICI-CHEIE ALE ECONOMIEI SOCIALE

Belgia are o economie socială bine dezvoltată și recunoscută (în special în Regiunea Wallonia). Patria unor organizații ale economiei sociale recunoscute la nivel internațional, Belgia are un număr mare de cercetători și centre de cercetare și o istorie lungă a economiei sociale în sectoarele tradiționale ale agriculturii, finanțelor, sportului și culturii.

O evoluție interesantă a fost crearea fundațiilor printre organizațiile economiei sociale tradiționale pentru a îmbunătăți susținerea inițiativelor împotriva excluziunii sociale (de exemplu fundația P&V sau Fundația Cera).

Agențiile de susținere sau de consultanță regionale finanțate de stat (cunoscute ca agencies conseils sau startcentre) au fost înființate pentru a oferi tuturor sprijin important pentru dezvoltarea economiei sociale. Astfel, în Wallonia sunt douăsprezece și în Flandra treisprezece, acestea ajutând la susținerea mai multor abordări orientate spre piață și structuri organizaționale inovative.

Experiența belgiană a confirmat importanța cooperării și a parteneriatelor, atât în interiorul guvernării (între niveluri naționale și regionale, între diferite ministere implicate), cât și în rândul publicului, al economiei private și al celui de-al treilea sector. De asemenea, a oferit exemple utile de instituționalizare a economiei sociale, afișând un nivel ridicat de inovare în adresarea nevoilor celor dezavantajați pe piața muncii.

https://www.academia.edu/33881203/ECONOMIA_SOCIAL%C4%82?auto=download&email_work_card=download-paper

ROMÂNIA

Dintre întreprinderile sociale înființate în cadrul proiectului, pot fi date ca exemple de best practices următoarele: "Feeling Dance S.R.L.", din Oradea, și Terakin IM SRL, din Comuna Dridu.

1. "FEELING DANCE S.R.L."

Municipiul Oradea, str. Făcliei, nr. 5, județul Bihor

Antreprenor social: Jurguț Gheorghe Cristian

Feeling Dance SRL, înființată în cadrul proiectului "Start UP for Change", are principalul cod CAEN 8552 - Învățământ în domeniul cultural (limbi străine, muzică, teatru, dans, arte plastice și alte arte).

În cadrul acestei întreprinderi sociale au fost angajate **1 persoană cu handicap permanent și 1 persoană care provine dintr-un centru de plasament.**

Aceasta desfășoară activități sociale de tip cultural (programe educaționale, cursuri de dans, spectacole) și oferă mese calde, articole de îmbrăcăminte și pachete cu produse persoanelor din categoriile vulnerabile.

În implementarea proiectului, antreprenorul social ține cont de activitățile cu caracter social prevăzute în planul de afacere, respectiv:

- organizarea a 2 programe educaționale pentru persoanele vulnerabile, în vederea promovării beneficiilor mișcării și a dansului asupra sănătății;

- oferirea a minim 240 de mese calde, cu titlu gratuit, persoanelor din grupuri vulnerabile;



- încheierea unui acord de colaborare cu Direcția de Asistență Socială Oradea în vederea oferirii a 20 de produse de îmbrăcăminte pentru persoanele fără adăpost;
- oferirea a minim 40 de pachete cu produse de igienă personală copiilor din grupuri vulnerabile;
- încheierea a minim un acord de colaborare cu Centrul Școlar de Educație Incluzivă Nr.1 Oradea, Centrul Școlar de Educație Incluzivă Cristal Oradea sau Centrul Școlar de Educație Incluzivă Orizont Oradea, în vederea oferirii a minim 40 de cursuri de dans, pe an, copiilor, cu titlu gratuit (formate din 16

ședințe pentru fiecare curs);

- organizarea a minim 2 evenimente de tip spectacol în preajma Crăciunului, La Centrul de Plasament din Popești și la Centrul de Plasament nr. 2 din Oradea, unde spectatorii vor fi copiii din centrele de educație incluzivă și oferirea a minim 200 de pachete cu jucării, dulciuri și fructe (de la Moș Crăciun), la finalul spectacolului.

Temele secundare asumate și respectate au fost:

- crearea de facilități dedicate persoanelor cu dizabilități în așa fel încât acestea să poată participa la cursurile de dans. În acest scop au fost achiziționate covoare tactile pentru nevăzători (decembrie 2021), element concret de inovare socială;

- organizarea a 2 cursuri de dans în aer liber pentru persoanele aflate în fotoliu rulant;

- promovarea deplasării cu bicicleta în randul clienților pentru deplasare între domiciliu și sala de dans;

Scopul previzionat al întreprinderii constă în susținerea persoanelor care fac



parte din grupuri vulnerabile atât prin generarea de noi locuri de muncă dedicate persoanelor vulnerabile, cât și prin alte acțiuni sociale care să sprijine această categorie de persoane, precum:

- oferirea de mese calde, oferirea de rechizite, îmbracaminte, produse de igienă personală, cursuri de dans și pachete cu jucării, dulciuri și fructe.
- organizarea unui eveniment de tip "plantare arbori" la care participă clienții și angajații societății;
- organizarea unui eveniment anual în cadrul căruia se promovează egalitatea de șanse și non-discriminarea;
- organizarea evenimentului anual de dans pentru persoanele cu dizabilități cu ocazia Zilei Mondiale a Dansului (aprilie).

Potrivit spuselor antreprenorului social și rapoartelor depuse, mare parte dintre misiunile sociale asumate au fost deja realizate!

Pași parcurși de antreprenorul social, pentru a își atinge obiectivele și a obține rezultatele preconizate au fost următorii:



- Alegerea unei activități de la intersecția pasiunii cu talentul, pe care să o poată face ușurință, iar aceasta este dansul, respectiv organizarea de cursuri de dans: latino, salsa etc.

- Căutarea și identificarea

unui program de finanțare, în cadrul proiectului Start UP for Change!

- Participarea la toate evenimentele organizate de proiect pentru grupul țintă, inclusive la cursul de formare în antreprenoriatul social și înscrierea în concursul planurilor de afaceri.
- După câștigarea concursului planului de afaceri, în vederea obținerii finanțării au fost parcurși toți pașii solicitați de Beneficiar și legislația în vigoare:
 - o Înființarea unei societăți comerciale care a obținut atestatul de întreprindere socială în termenele stabilite prin contract;
 - o Organizarea de cursuri de dans pentru iubitorii de salsa, latino etc. – acesta fiind domeniul principal de activitate al întreprinderii sociale;
 - o Construirea unei bune relații cu Beneficiarul proiectului, comunicarea adecvată cu acesta, instituțiile statului și personalul contractat;
 - o Construirea unei comunități în jurul brandului "Feeling Dance", atât în mediul offline, dar mai ales în online, cu sprijinul rețelelor de socializare, unde sunt prezenți des;
 - o Realizarea misiunilor sociale definite n cadrul planului de afaceri, precum și a altor misiuni neprevăzute;

- Îndeplinirea scopului previzionat al întreprinderii, care constă în susținerea persoanelor care fac parte din grupuri vulnerabile atât prin generarea de locuri de muncă dedicate persoanelor vulnerabile, cât și prin alte acțiuni sociale care să sprijine această categorie de persoane precum: oferirea de mese calde, oferirea de rechizite, îmbrăcăminte, produse de igienă personal, cursuri de dans și pachete de jucării, dulciuri și fructe.

Motivul pentru care Jurguț Gheorghe Cristian a ales să înființeze o întreprindere socială are legătură cu condiția socio-economică precară în care se află persoanele din grupurile vulnerabile. Lipsa accesului la educație, lipsa mijloacelor de informare, lipsa activităților fizice, izolarea geografică etc. generează un cerc vicios în care apar efecte precum lipsa unei surse suficiente de venituri sau deteriorarea stării de sănătate. Toate acestea conduc la sărăcie și excluziune socială. Deși prezintă aceeași capacitate de muncă sau dorință de muncă, fără asigurarea resurselor necesare pentru a face față competiției pe piața liberă, cei mai mulți dintre ei devin asistați social, fiind practic blocați într-un cerc vicios. Familiile nu au resursele suficiente pentru a le cumpăra copiilor îmbrăcăminte, rechizite și alte necesități pentru a putea merge la școală, iar astfel copiii au o educație precară. Copilul crescut într-o astfel de familie nu are potențialul să obțină un loc de muncă. Iar fără un loc de muncă, ei devin asistați social. Astfel, aceste categorii de persoane sunt marginalizate, discriminate și fără șanse reale de dezvoltare.

Pentru a avea succes în antreprenoriat, și în special în domeniul antreprenoriatului social, cunoașterea viziunii și misiunii sunt esențiale. Având foarte bine stabilit tabloul de ansamblu, toți ceilalți pași vor urma cu lejeritate, într-un mod mai natural.

Feeling Dance a reușit să aibă un impact puternic pe internet, adunând deja un număr mare de recenzii de 5 stele pe rețeaua de socializare unde activează.

2. TERA KIN IM SRL

Comuna Dridu, str.Principală, nr. 190, jud. Ialomița
Antreprenor social: Hassan Hussein Idrees Mohamed

Activitatea celei de a 2-a întreprinderi sociale luate drept exemplu de best practice are codul CAEN 8690 Alte activități referitoare la sănătatea umană.

În cadrul întreprinderii sociale SC TERA KIN IM SRL au fost create 4 locuri de muncă, dintre care unul pentru o persoană din categoria vulnerabilă. Conform achetei sociale efectuate la angajare, Moise Diana are un handicap grav și ocupă postul de secretară. Kinetoterapia mai este cunoscută și sub numele de gimnastică medicală. Aceasta este integrată în liniile de tratament recuperatorii, dar poate fi folosită și în scop profilactic. Obiectivul general este restaurarea unor funcții diminuate sau creșterea nivelului funcțional în diverse afecțiuni prin reintegrarea exercițiului fizic în viața pacientului. Fizioterapia este o metodă de tratament ce folosește agenții fizici (căldură, lumină, electricitate, unde magnetice, unde mecanice etc.) pentru ameliorarea durerilor și prevenirea sau tratarea unor afecțiuni ortopedice, reumatologice, dermatologice, respiratorii etc. Masajul reprezintă un set de manevre de tip manual sau tehnic, prin care se ia contact cu tegumentul pentru a stimula și/sau relaxa. Fizioterapia și kinetoterapia se completează, iar alături de masaj reprezintă mijloace terapeutice eficiente, neinvazive, pentru a menține sau a redobândi starea de sănătate.



Scopul social se reflectă în activitățile propuse și aplicate de întreprinderea nou înființată, în programele sociale care urmăresc: creșterea calității vieții locuitorilor, promovarea unui stil de viață sănătos și fără dureri, incluziunea socială, și nu în ultimul rând protejarea și conservarea mediului înconjurător prin eficientizarea resurselor.

Pașii parcurși pentru a deveni o întreprindere socială de succes sunt următorii:

- Definirea misiunii sociale a Întreprinderii sociale SC TERAKIN IM SRL, și anume: integrarea persoanelor defavorizate din grupuri vulnerabile în ciclul economic prin oferirea unor oportunități în cadrul unui segment de activitate din domeniul sănătății, respectiv recuperare medicală prin kinetoterapie, fizioterapie și masaj medical.
- Realizarea planului de afaceri și participarea la concursul planurilor de afaceri din cadrul proiectului: Start UP for Change.
- Obținerea atestatului de întreprindere socială;
- Începerea implementării proiectului, respectiv a furnizării de servicii medicale;
- Realizarea programelor "ambulanța socială verde" și serviciul "kineto acasă", pentru care a fost achiziționată o mașină specială, de tip hybrid/mild;
- Semnarea unui parteneriat de colaborare cu instituții publice/private locale în vederea realizării scopului social;
- Promovarea serviciilor oferite în cadrul întreprinderii sociale și a beneficiilor întreprinderii sociale. Cu cât beneficiază mai multe persoane de serviciile oferite în cadrul întreprinderii, cu atât beneficiarul își va atinge mai repede obiectivul de a ajuta mai multe persoane nevoiașe în cadrul misiunilor sociale.
- Oferirea de sesiuni de terapie pro bono pentru cel puțin 40 de beneficiari, conform planului de afaceri, în vederea conștientizării nevoii de recuperare terapeutică și a importanței acesteia;

În ceea ce privește îndeplinirea **principiilor orizontale**, măsurile luate și pașii urmați au fost următorii:

- Realizarea unei campanii de conștientizare a importanței mediului înconjurător;
- Dotarea școlii din localitate cu becuri ecologice/neoane;
- Program social de plantare de copaci în vederea susținerii mediului înconjurător (realizat integral în 2021);

- Utilizarea de echipamente care nu sunt generatoare de noxe, cu consum redus de energie, asigurând folosirea eficientă a resurselor cu accent pe folosirea echipamentelor cu emisii reduse de dioxid de carbon;
- Promovarea și protejarea drepturilor persoanelor cu dizabilități, crearea unei rampe specifice care să facă posibil accesul în incintă a acestora pentru a beneficia de serviciile oferite de întreprinderea socială.
- Includerea, în activitățile întreprinderii, a unui serviciu de **"ambulanță socială verde"**, prin care se vor prelua direct de la domiciliu pacienții care nu se pot deplasa și vor fi transferați la clinica de recuperare medicală în vederea stabilirii tratamentului și a realizării manevrelor necesare situației cu care se prezintă pacientul, urmând a fi transportați înapoi la locul din care sunt ridicați, această facilitare reprezentând un element de inovare socială. În plus, ambulanța socială

este una de tip hybrid/plug-in hybrid/electrica prietenoasă cu mediul înconjurător și cu emisii de dioxid de carbon reduse.

- Dezvoltarea unui serviciu numit "kineto acasă", prin care persoanele care nu se pot deplasa, din varii motive, să beneficieze, totuși, de programele de recuperare medicală, prin deplasarea personalului medical la domiciliul solicitantului, pentru realizarea planului de tratament adaptat nevoilor pacientului, acesta fiind un alt element de inovare socială;
- Realizarea unui program pentru supraponderali, în acest scop se are în vedere efectuarea de angajări/colaborări cu persoane astfel afectate, pentru o analiză amănunțită directă și o evidență clară a rezultatelor.
- Cel puțin 40 beneficiari ai programelor de terapie, pe parcursul implementării proiectului.

3. ART OF SIMPLISNESS SRL

Municipiul Beiuș, str. Română, nr.24A, Bl. PB9, et.3, ap.14, jud. Bihor
Antreprenor social: Borha Cristina Andreea

Pornind de la planul de afaceri "CB DESIGN – ATELIER DE CREATIE SI CROITORIE", antreprenorul din Regiunea Nord-Vest a înființat un atelier care realizează servicii de croitorie la comandă pentru femei, bărbați și copii (tricouri, bluze, fuste, rochii, pardesiuri, veste, paltoane, pantaloni, costume etc.), dar și broderie computerizată.

Întreprinderea realizează atât modele unicat, realizate de designer-ul atelierului, precum și servicii de ajustare, reparații, și oferirea spre vânzare a unor colecții de îmbrăcăminte unicat și în serie.

Pentru început s-a adresat pieței locale, dar și-a propus să extindă afacerea socială și în mediul online, adresându-se în special persoanelor care își doresc o imagine cât mai bună, oferindu-le produse și servicii de cea mai bună calitate.

Plecând de la dictonul "Haina nu îl face pe om, dar îl definește!" viziunea economică a organizației este aceea de a da o notă de personalitate produselor dorite de clienți și de a aduce o pată de culoare în viața lor de zi cu zi.



Înființată în martie 2021, întreprinderea de economie socială a creat 4 locuri de muncă și a parcurs următorii pași:

- amenajarea, igienizarea și adaptarea spațiului pentru înființarea atelierului,
- desfășurarea procedurilor de achiziție servicii de specialitate, dotări, consumabile și echipamente,
- obținerea aprobărilor, avizelor necesare funcționării conform legislației în vigoare,
- începerea derulării

activității economice, respectiv demararea activității de creație articole de îmbrăcăminte și accesorii,

- demararea implementării activității sociale.

astfel până a finalul primului an de activitate deja fuseseră obținute următoarele rezultate:

- atelierul de creație a fost înființat și dotat conform standardelor în domeniu,
- au fost obținute aprobările, avizele necesare funcționării conform legislației în vigoare,
- au fost identificați furnizori care să asigure materii prime, materiale necesare pentru realizarea produselor,
- a fost identificat prestatorul și făcută achiziția pentru serviciile de contabilitate,
- s-au efectuat demersurile pentru realizarea platformei/ magazinului online, precum și testarea acesteia,
- a fost elaborată și implementată strategia de Marketing, s-au făcut demersuri pentru participarea la târguri și expoziții de profil organizate în țară și în străinătate, în calitate de expozant sau participant.
- a fost inițiată activitatea socială prin demararea în luna noiembrie 2021 a unei colaborări cu un centru de plasament de tip familial în vederea asigurării de articole vestimentare specifice sezonului rece.

În noiembrie 2021 a fost încheiat un contract de donație cu Centrul De Plasament De Tip Familial ARC din municipiul Beiuș, al cărui obiect a fost realizarea de pijamale și treninguri pentru sezonul rece, toamnă/iarnă pentru beneficiarii centrului. Au fost realizate măsurători pentru fiecare persoană care urma să beneficieze de articole de

Îmbrăcămintele, ulterior s-a procedat la realizarea acestora, iar în luna decembrie a fost realizată donația, 10 persoane beneficiind de pijamale și treninguri pentru sezonul rece, ca urmare a activității sociale desfășurate de întreprindere.

Având în vedere tipul de management modern pe care îl practică întreprinderea, care pune accent pe puterea exemplului și comunicare între angajați, conform principiilor economiei sociale, se asigură controlul democratic al membrilor, exercitat asupra activităților desfășurate.

Antreprenorul se ghidează după politica de motivare a angajaților, astfel încât să nu existe fluctuații de personal și să fie menținute posturile pe termen lung, nu numai pe 24 de luni.

Câteva dintre punctele tari de care întreprinderea dă dovadă sunt:

- realizarea de produse personalizate, configurate în funcție de nevoile clienților;
- flexibilitate față de client;
- standarde înalte de calitate pornind de la materii prime de calitate;
- disponibilitate online - 24 ore / 24 și 7 zile / 7;
- echipă de oameni profesioniști, motivați și pasionați de domeniu;
- finanțarea asigurată pentru primul an de activitate.

Pentru realizarea misiunilor sociale antreprenorul se ghidează după dictonul lui Muhammad Yunus, părintele antreprenoriatului social: "Sărăcia nu are ce căuta într-o societate civilizată! Locul ei este la muzeu! Acolo va și ajunge".

4. CENTRUL DIDACTO SRL

Mun. Cluj-Napoca, str. I. C. Brătianu, nr. 39, ap. 2, jud. Cluj

Antreprenor social: Harea Ana-Maria

Activitatea principală a întreprinderii sociale e reprezentată de oferirea de servicii de formare și consiliere a părinților în dezvoltarea abilităților și cunoștințelor de îngrijire și protecție a copiilor, precum organizare de activități educative și recreative extra-curriculare pentru copii și tineri, în vederea dezvoltării abilităților de viață independentă. Codul CAEN al afacerii sociale este 8559 - Alte forme de învățământ n.c.a.

În alegerea domeniului de activitate, antreprenorul social a ținut cont de experiența sa profesională. A optat pentru un domeniu unde făcuse personal voluntariat și în care se formase, având o experiență de peste 10 ani activitate în programe educaționale de formare pentru copii și tineri (elevi de ciclu primar, gimnaziu, liceeni și studenți). În plus, susține că analizele detaliate și cercetările de piață bine aprofundate încă de la început, pentru planul de afaceri, au dat un start puternic businessului – fiindcă au știut exact ce aveau de făcut încă din prima zi și au avut planul de acțiune detaliat.

Cererea mare pe piața de activități extrașcolare pentru programe de formare destinate copiilor și tinerilor, creșterea în popularitate de la an la an a conceptului de "parenting", toate astea sunt puncte forte ale businessului.

În plus, se are în vedere extinderea proiectelor la nivel regional, în comunități cu același specific. Iar pentru asta se pune mare accent pe strategia de marketing.

Iată pașii parcurși de antreprenorul social de la idee la o întreprindere socială de succes:

- Contractare spațiu birou,
- Contractarea unui contabil din regiunea Nord-Vest, în urma unei cercetări de piață,
- Angajarea celor 5 persoane asumate prin contract,
- Efectuarea cercetării de piață și achiziția de echipamente necesare, precum și contractarea furnizorilor de servicii (web, publicitate, design, consumabile),
- Activități de cercetare de piață și contractare de furnizori / autori pentru materiale didactice,
- Dezvoltarea platformei educaționale, ce va fi drept punct central pentru materialele didactice online elaborate și pentru strategia de marketing, pentru informare și promovare,
- Crearea strategiei de promovare și vânzări,
- Activități de instruire, consiliere și certificare,
- Activități de acreditare a întreprinderii drept furnizor de servicii de formare profesională adulți,
- Implementarea strategiei și campaniilor de promovare și vânzări cu sprijinul furnizorilor,

**Instrumente Strutturale
2014-2020**

- În momentul înființării, antreprenorul social a avut în vedere poziționarea pe piață și creșterea unui brand de la zero. Pentru a își consolida o prezență online puternică pentru întreprinderea nou înființată a fost necesar un buget solid de publicitate și o strategie de marketing bine încheagată, prin care s-a avut în vedere atigerea următorilor pași:

- Contractarea unui furnizor de servicii de web design pentru realizarea unei platforme online dedicată,
- Pregătirea, împreună cu furnizorul specializat, a conceptului și conținutului (text, vizual, apoi chiar video și animații), care a reprezentat punctul de pornire pentru crearea și lansarea în online a platformei educaționale - care reprezintă pilonul strategiei de marketing – acolo au fost încărcate toate materialele digitale create (informative, promoționale și didactice),
- 1 campanie online recurentă pe minim 3 canale online, adresând direct grupurile țintă de interes pentru activitățile economice prestate: copii și tineri, precum și părinții acestora.
- minim 10 parteneriate de promovare în primul an de activitate.

De asemenea, acești pași au condus la atingerea proiecțiilor financiare, din care rezultă veniturile și profiturile preconizate. Iar obținerea profitului înseamnă, în consecință, realizarea misiunilor sociale.

În ceea ce privește misiunea socială, s-au avut în vedere următoarele:

- O campanie de informare și conștientizare derulată în minim 3 școli din Cluj,
- Minim 40 copii și tineri aflați în situație de vulnerabilitate, participanți la 2 programe sociale de tip tabără socio-educativă;
- Minim 20 părinți și tutori aflați în situație de vulnerabilitate, participanți la 1 program de formare;
- 90% din profitul anual realizat alocat scopului social, o parte din acesta fiind direcționat spre



achiziția de minim 10 pachete cu alimente și produse de igienă, donate către persoane vulnerabile.

În primul an de activitate a fost implementat programul social de sprijin comunitar sub formă de pachete de produse elementare (produse alimentare de bază și produse de igienă personală și igiena locuinței), în valoare de minim 500 lei /pachet pentru un număr de 9 reprezentanți ai familiilor aflate în situații de vulnerabilitate. Această inițiativă s-a întemeiat pe principiul solidarității sociale, potrivit căruia comunitatea vine în sprijinul familiilor și al persoanelor vulnerabile și este o formă de sprijin comunitar, complementară celorlalte beneficii sociale acordate din bugetul de stat și constă în acordarea de pachete sociale celor mai vulnerabile categorii de persoane din municipiul Cluj-Napoca.



În vederea realizării misiunii a fost semnat un contract cu un furnizor pentru achiziționarea produselor și acoperirea tuturor aspectelor organizatorice ce țin de derularea programului, precum și un acord de parteneriat cu un ONG social acreditat, pentru a facilita distribuția alimentelor.



ONG-ul partener a contactat și a vizitat la domiciliu de 2 ori fiecare familie identificată pentru a determina numărul total de membri ai acestora și care le sunt nevoile reale, cât mai specific. Din cele 10 familii identificate, doar 9 dintre au fost găsiți la domiciliu, pentru distribuția pachetelor.

Alt obiectiv social atins, pe lângă derularea programului social de sprijin comunitar sub formă de pachete de produse elementare în valoare de 5000 de lei a fost să adune peste 150 de obiecte de îmbrăcăminte, încălțăminte și rechizite școlare în valoare de 1000 de lei pentru 36 de beneficiari, dintre care 23 de copii și 13 adulți. Această din urmă activitate face parte din categoria obiective neplanificate și realizate. Pentru a atinge obiectivele sociale au fost implicate 2 organizații partenere.

5. Pensiunea FIOR PRINTRE BRAZI SRL

Rădăuți, Str. Pepenșriei 21A, Jud. Suceava

Antreprenor social: Nusa Popescu

Viziunea întreprinderii sociale cu cod **CAEN principal 5520** (Facilități de cazare pentru vacanțe și pe perioade de scurtă durată) este aceea de a oferi o viață mai

bună persoanelor care beneficiază de serviciile de cazare de calitate ireproșabilă oferite în cadrul pensiunii din Rădăuți, jud. Suceava. Practicarea unor prețuri accesibile în raport cu puterea economică a zonei permite organizarea de programe, evenimente și activități pentru grupuri sociale, în special tineri, pensionari, familii cu venituri modeste care se bucură de servicii turistice accesibile și care devin promotori ai turismului local.

În cadrul proiectului au fost create 4 locuri de muncă. De asemenea, într-un interval de timp rezonabil a fost realizat un cadru adecvat de desfășurare a activităților de servicii de închiriere pensiune, ținând cont de reglementările legale în domeniu.

Structura de cazare este o susținătoare a principiilor dezvoltării durabile, optând pentru dotarea cu panouri solare, pentru a contribui la tranziția către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon. Încă din planul de afaceri, antreprenorul și-a propus modernizarea structurii prin soluții constructive moderne, care să faciliteze accesul liber al tuturor categoriilor de persoane cu dizabilități, prin intermediul unor rampe de acces și covoare tactile.

Rolul social principal al întreprinderii constă în susținerea persoanelor ce provin din medii defavorizate și a familiilor cu posibilități economico-financiare reduse. Se urmărește îmbunătățirea condițiilor de viață a comunității locale și în mod special a persoanelor din categoria grupurilor vulnerabile prin redirectionarea anuală a 90% din profit în vederea realizării de activități cu caracter social.

Întreprinderea a dezvoltat servicii sociale prin ajutorarea a 15 de persoane ce aparțin grupurilor vulnerabile, persoane cu dizabilități, copii de etnie romă și vârstnici. Copiii au primit pachete cu îmbrăcăminte și încălțăminte; vârstnicii alimente, iar persoanele cu dizabilități pachete cu alimente și produse de igienă. Finanțarea achizițiilor pentru pachetele donate a fost realizată în prima fază din fondurile proprii ale firmei, fiind considerată cofinanțare a proiectului.

Ulterior, pe măsură ce activitatea economică a început să se desfășoare din ce în ce mai bine, au continuat și misiunile sociale. În primul an de activitate au mai fost oferite, în mod gratuit, 5 sejururi pentru 5 persoane cu statut socio-economic scăzut. În plus, s-a continuat ajutorarea copiilor romi cu îmbrăcăminte și încălțăminte, a persoanelor vârstnice cu alimente, precum și a celor cu dizabilități, ajungându-se la un număr de 10 pachete distribuite pentru fiecare dintre categoriile menționate.

Activitățile implementate în cadrul structurii de cazare se pliază contextului social și economic al localității Rădăuți și al regiunii de dezvoltare Nord – Est. Serviciile structurii de cazare se adresează grupurilor de turiști care doresc închirierea structurii de cazare (la cheie sau parțial), oferind în același timp posibilitatea de acces pentru persoanele cu venituri modeste sau care provin din grupuri defavorizate.

6. SC Croitoria Fericirii SRL

Str. Dunării 139, camera 1, Cluj-Napoca

Antreprenor social: Oprean Bernadette

Întreprinderea de economie socială cu cod CAEN 1413 Fabricarea altor articole de îmbrăcăminte (exclusiv lenjeria de corp) a vizat următoarele **obiective economice** pentru anul 2021:

- Creșterea accesului pe piața muncii prin crearea a 4 locuri de muncă în termen de 3 luni de la înființarea firmei și menținerea acestora ocupate pentru o perioadă de cel puțin 24 de luni de la obținerea atestatului de întreprindere socială.
- Obținerea unui contract de subvenție pentru implementarea afacerii;
- Obținerea primelor vânzări până la finalul anului pentru a putea susține misiunea socială;

- Obținerea unei cifre de afaceri de minim 26mii lei în primul an de activitate.

Pentru atingerea acestora, întreprinderea socială a fabricat și vândut poduse precum: rochițe și fustițe TUTU pentru copii cu vârste cuprinse între 0 și 12 ani. Tutu-ul este o fustă amplă, realizată din tul încrețit și suprapus, pe care de obicei o poartă balerinele. Rochițele sunt realizate din mai multe rânduri de tul sub formă de fâșii de material, aplicate manual pe un corset elastic. Tutu-urile sunt executate ca modele standard cu 2 sau 3 rânduri de tulle, atât în serie, dar și la comandă, în funcție de preferințele clienților.

Produsele întreprinderii se adresează clienților cu toate categoriile de venituri, de la mic la mare, putând fi adaptate după dorința și bugetul fiecăruia.

Pentru funcționarea în bune condiții a întreprinderii sociale și realizarea activității de confecționare a articolelor vestimentare pentru copii au fost create locurile de muncă prevăzute și au fost achiziționate resursele materiale necesare: Tulle diverse nuanțe și modele, corset elastic tube, benzi elastice late, diverse broderii și altele.

În procesul de achiziție a materialelor necesare pentru confecționarea articolelor de îmbrăcăminte au fost identificați furnizori din regiunea de implementare a proiectului (Nord-Vest).

A fost creată o strategie de marketing eficientă, cu scopul de a atrage o creștere substanțială a vânzărilor. Aceasta a avut la bază măsuri de promovare care crează o imagine completă și clară asupra produselor oferite. Administratorul societății ține cont de feedback-ul primit de la clienți, fiind conștienți că un client satisfăcut crește șansele de câștigare a unei cote de piață satisfăcătoare, care să se mențină în aceiași parametri pe termen lung.

Produsele sunt introduse pe piață apelând la diverse canale de promovare: Social Media, magazin online. Acesta din urmă reprezintă principalul canal de vânzare a produselor de îmbrăcăminte. Însă la debutul afacerii, pentru a accelera procesul și a obține mai repede primele vânzări s-a apelat și la alte materiale de promovare, precum flyere, cărți de vizită, afișe, care conțineau toate detaliile privind serviciile oferite de întreprindere.

Potrivit antreprenorului, prețul este cel mai important element al mixului de marketing, el fiind în permanentă corespondență cu celelalte elemente: produsul, distribuția și promovarea. În stabilirea prețurilor pentru servicii oferite s-a avut în vedere următoarele aspecte: analiza costurilor de producție, comparația prețurilor cu cele ale competitorilor din domeniu, astfel încât prețurile practicate de întreprindere să nu depășească media prețurilor practicate de competitor.

Pentru distribuție se colaborează cu o firmă de curierat.

Dintre punctele tari pe care s-a bazat antreprenorul pentru a reuși să pună în funcțiune întreprinderea, acesta amintește:

- Calitatea superioară a echipamentelor și aparaturii noi utilizate în procesul de producție a articolelor de îmbrăcăminte;
- Buna cunoaștere a pieței pe care societatea a ales să activeze;
- Promovarea prin intermediul magazinului online, dar și a rețelelor de socializare;
- Experiența reprezentantului legal ca designer vestimentar în domeniul creării articolelor de îmbrăcăminte pentru copii.

Activitățile întreprinderii sociale se desfășoară în conformitate cu standardele pentru utilizarea corectă a dispozitivelor tehnologice. În calitate de reprezentant legal, antreprenorul s-a angajat să conducă activitatea într-o manieră responsabilă, astfel încât impactul serviciilor prestate asupra mediului să fie minim.

În implementarea proiectului echipa a asigurat respectarea principiilor egalității de șanse și nediscriminării în relațiile cu toate categoriile de factori interesați: angajați, clienți, furnizori, colaboratori, comunitatea în ansamblul ei. În vederea accesibilizării pentru persoanele cu dizabilități locomotorii, a fost montată o rampă de acces.

Obiectivele sociale vizate de întreprindere în 2021 au fost:

- Crearea unui loc de

muncă pentru persoanele vulnerabile,

Au fost făcute donații la familii defavorizate din mai multe cartiere ale orașului: la comunitatea de pe strada Meșterul Manole, la locația de pe strada Ilieș Măcelaru etc.

Au fost donate pachete și copiilor vulnerabili din evidența Asociației Familia Regăsită, cu ocazia sărbătorii Crăciunului.



Cu ocazia sărbătorii de 1 iunie au fost făcute bucurii altor persoane din categoriile defavorizate. Împreună cu Asociația Familia Regăsită au fost organizate atelierile de creație Hăinuța mea preferată și Învățăm să coasem. La finalul acestora, copiii din comunitate și cei din cadrul centrului de zi al Asociației au primit cadouri de 1 iunie.

7. A&G AIR SERVICE PLUS SRL

Jud. Bacău, Sat Orbeni, Com. Orbeni, str Razesilor, nr 651.

Antreprenor social: Munteanu Vasile



Întreprinderea socială A&G AIR SERVICE PLUS SRL a fost înființată cu scopul de a servi interesul general, interesele unei colectivități și/sau interesele personale nepatrimoniale, prin creșterea gradului de ocupare a persoanelor aparținând grupului vulnerabil și/sau producerea și furnizarea de bunuri, prestarea de

servicii și/sau execuția de lucrări.

Au fost create 4 locuri de muncă, normă redusă; din care unul destinat exclusiv persoanelor provenind din grupurile țintă vulnerabile. Angajații și-au început activitatea în iulie 2021, iar ulterior a fost deschis și un punct de lucru în Municipiul Bacău, acolo unde a fost instalat un container birou/depozit, dotat cu aparat climă auto pentru efectuarea de încărcări/reîncărcări freon și în cadrul căruia sunt efectuate servicii de vulcanizare mobile, în baza unor programări telefonice.

Activitățile principale desfășurate de către întreprinderea socială sunt:

- ✓ vulcanizare auto; verificare jantă; echilibrare dinamică;
- ✓ demontare/montare roată și/sau anvelopă;
- ✓ servicii climă auto (servicii de încărcare/reîncărcare cu freon); întreținerea uzuală (curentă).

Activitatea principală de vulcanizare în unitatea fixă a societății a început în luna octombrie.



În planul de afaceri a fost prevăzută achiziționarea unei autoutilitare tip dubă, care oferă servicii mobile între Bacău și Orbeni, dotată cu echipamente specifice activității desfășurate. Potrivit antreprenorului, aceasta a ajuns abia spre începutul anului 2022, înregistrându-se un decalaj față de ce prevăzuse în proiect, din cauza sosirii întârziată a comenzii, însă în prezent aceasta este în funcțiune.



În vederea îndeplinirii misiunii sociale întreprinderea socială a inițiat adrese către Primăria Com. Orbeni, privind furnizarea de informații de identificare a persoanelor din grupul țintă vizat: persoane din categoria grupurilor vulnerabile, persoane cu dizabilități, bătrâni și pensionari vulnerabili, asistați sociali, alte grupuri defavorizate vulnerabile. În acest scop au fost achiziționate:

- câte 5 pachete brichete (combustibil lemnos) pentru 2 persoane cu dizabilități,
- câte 10 pachete brichete (comb. lemnos) pentru 3 bătrâni defavorizați,
- pachet cu alimente pentru 1 persoană din alte grupuri vulnerabile (o familie cu 6 copii, fără venituri).
- Pachetele au fost distribuite în preajma sărbătorilor de Crăciun, în decembrie 2021, pe bază de procese verbale de predare – primire, fiind asigurate toate dovezile aferente și modul de transparență corespunzător acestei acțiuni.
- Fiind în primul an de activitate, finanțarea acestor achiziții a fost realizată din fondurile proprii, prin creditarea firmei.

Până la sfârșitul anului 2021 erau încadrate cu contracte de muncă un număr de 4 persoane, și se oferise un număr de 40 pachete brichete (combustibil lemnos) în valoare de 415 le, precum și alimente pentru o familie cu 6 persoane din grupul țintă vizat.

Pentru sustenabilitatea acestui service au fost încheiate parteneriate cu centre pentru persoane cu dizabilități, în vederea identificării potențialului grup țintă.

În plus, au fost prestate servicii gratuite (schimbare anvelope, vulcanizare, echilibrare, încărcare instalație freon climatizare), servicii mobile cu autoutilitara sau la punctul de lucru, pentru 20 de persoane cu dizabilități ce dețin un autoturism adaptat condiției acestora și încheierea de parteneriate cu centre pentru persoane cu dizabilități, în vederea identificării potențialului grup țintă. De asemenea, acest aspect reprezintă și inovare socială, aceste servicii nefiind oferite în aria de implementare a proiectului.



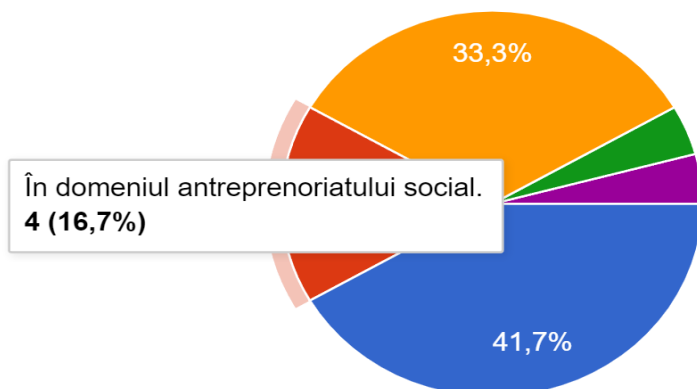
Au mai fost distribuite pachete cu hrană/îmbrăcăminte/produse de igienă (cu ocazia sărbătorilor) persoanelor cu dizabilități. A fost organizată o campanie de colectare a deșeurilor electrice, electronice și electrocasnice în zona rurală și predarea acestora la centrele specializate, au fost sponsorizate cu combustibil lemnos școlile, centrele de zi din zona rurală care dețin sobe pentru încălzire.

Sugestii interesante de **inovare** socială au fost înregistrate și în urma aplicării Chestionarului Online. Cu această ocazie, e interesant de observat și modul în care este văzut conceptul inovării de către antreprenorii sociali și persoane din grupul țintă, ce pot deveni pe viitor antreprenori sociali. Iată numai câteva dintre răspunsuri:

- reciclarea deșeurilor de hârtie,
- folosirea de substanțe naturale, obținute printr-un process cât mai simplu de sinteză chimică, ce permite îmbunătățirea condițiilor de viață,
- digitalizarea activității de gestiune a clienților,
- digitalizarea educației, automatizare și informatizare,
- crearea de locuri de muncă și servicii pentru persoanele din categoriile vulnerabile,
- folosirea învățării hibride, centrarea pe individ atât a cursanților cât și a angajaților etc.

Indiferent de măsurile de inovare sau de celelalte principia orizontale de care s-a ținut cont în dezvoltarea afacerii, antreprenorii declară că sunt mulțumiți din punct de

vedere personal cu deciziile luate. La întrebarea: *"Considerați că implicarea dv. în dezvoltarea afacerii a fost o inițiativă bună din punct de vedere personal?"* 75% dintre respondenți au bifat că sunt foarte mulțumiți, iar 12,5% mulțumiți.



Mai mult de atât, peste 90% dintre respondenți au declarat că le-ar recomanda prietenilor să se implice în inițiative antreprenoriale, doar 16,7% dintre aceștia recomandând strict domeniul economiei sociale, dacă ar avea de ales între antreprenariat în general, antreprenariat social și antreprenariat cu fonduri europene.

AVANTAJELE ȘI DEZAVANTAJELE OFERITE DE ÎNTREPRINDERILE SOCIALE

La întrebarea deschisă: *"Puteți enumera câteva avantaje și dezavantaje ale modelului propriu de afacere, din perspectiva economiei sociale?"* din cadrul **Chestionarului online** aplicat antreprenorilor sociali și potențialilor antreprenori sociali răspunsurile au fost diverse, în funcție de problemele cu care s-a lovit fiecare antreprenor social în parte.

Iată o parte dintre avantajele menționate de antreprenorii sociali:

- posibilitatea deschiderii unei noi afaceri,
- faptul de a fi structură de economie socială, respectiv posibilitatea de a ajuta oameni (adulți și copii) și instituții cu posibilități financiare reduse,
- angajarea persoanelor din categorii vulnerabile, ajutorarea comunității, respectiv contribuția la bunăstarea societății,
- finanțarea nerambursabilă,
- punerea în practică a unor concept precum inovare, creativitate, originalitate,
- oportunități pentru persoanele dezavantajate;
- promovarea educației în rândul grupurilor vulnerabile, cu scopul de a le ajuta să facă o schimbare și să își crească nivelul de bunăstare.
- pentru antreprenorii sociali mecanismele pieței libere, a afacerilor clasice, precum și profitul, sunt toate doar un proces în atingerea scopului final, și anume scopul social. Dacă un antreprenor clasic de afaceri își propune ca obiectiv principal să creeze profit și să maximizeze randamentul investițiilor, pentru un antreprenor social aceste aspecte reprezintă doar modul/mecanismul prin care își poate atinge obiectivul real, și anume de a produce în jurul lui o schimbare sustenabilă, inovativă și de durată.

Dezavantajele identificate de antreprenorii sociali în cadrul întreprinderilor lor:

- probleme legate de resursa umană; respectiv lipsa personalului calificat sau funcționalitatea cu angajați part-time;
- lipsa notorietății firmei,
- criza economică și globală,
- persoanele din grupul vulnerabil nu sunt foarte deschise la educație și este nevoie de gândirea unei abordări diferite pentru ele,
- activități administrative suplimentare în relația cu alte instituții, mod de aplicare a legislației neclar pentru întreprinderile de economie socială.

87,5% dintre respondenții la chestionarul online au răspuns că au cunoștință despre avantajele oferite de întreprinderile sociale, atât la nivel individual, cât și la nivel social.

Corelând informațiile culese în cadrul cercetărilor efectuate cu datele obținute în urma aplicării chestionarului și în urma întâlnirilor online cu antreprenorii de economie socială a rezultat tabelul de mai jos.

AVANTAJE	
La nivel individual	La nivel social
- îmbunătățirea condițiilor de viață; - oferirea de noi oportunități pentru persoanele vulnerabile și/sau membrii comunității care nu au acces la suficiente resurse pentru a se dezvolta; - are ca scop creșterea nivelului de trai; - generează slujbe de buna calitate și un nivel de viață mai bun; - profitul este reinvestit în proporție de 90% (70% conform OUG nr.33/2022 pentru modificarea și completarea Legii nr. 219/2015), ceea ce înseamnă că un mare număr de persoane din comunitate vor beneficia de diverse produse sau servicii, în mod gratuit;	- investirea profitului pentru dezvoltarea obiectivelor sociale; - ajută la creșterea productivității și competitivității pe piață sprijinind obiectivele sociale stabilite prin politicile guvernamentale - dezvoltarea societății prin includerea tuturor membrilor interesați și categoriilor vulnerabile; - implicarea actorilor sociali pe baza solidarității și responsabilității sociale - lansarea de inițiative în comunitate pentru rezolvarea problemelor locale. - se bazează pe principiile solidarității și a implicării individuale în procesul cetățeniei active; - oferă un cadru care să permită apariția unor noi întreprinderi și noi forme de muncă; - joacă un rol important în dezvoltarea locală și coeziune socială; - este responsabilă social;



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale

2014-2020

- dorința de a satisface nevoile celorlalți; - împlinirea unei pasiuni personale, ce are legătură de obicei cu domeniul în care activează antreprenorul.	- este un factor de democrație; - contribuie la stabilitatea și pluralismul piețelor economice; - este formatoare de noi mentalități care să contribuie la atingerea unei conștiințe sociale de ordin superior; - corespunde priorităților Uniunii Europene și ale obiectivelor strategice: coeziune socială, ocupare deplină, lupta împotriva sărăciei, democrație participativă, o mai bună guvernare, dezvoltare durabilă; - management autonom și independent față de autoritățile publice;
DEZAVANTAJE	
La nivel individual	La nivel social
- profitul este reinvestit în proporție de 90% (70% conform OUG nr.33/2022 pentru modificarea și completarea Legii nr. 219/2015), ceea ce înseamnă că antreprenorul social lucrează mai puțin în interes personal, și mai mult pentru binele comun. - inițiativa antreprenoriatului social nu pornește de la nevoile de venituri ale antreprenorului, ci mai degrabă din dorința de recunoaștere socială.	- supremația individului și a obiectivelor sociale în fața capitalului; - surplusul este utilizat pentru a contribui la obiectivele de dezvoltare durabilă, servicii de interes pentru membri sau servicii de interes general.- calitatea voluntară și deschisă de membru; - controlul democratic exercitat de către membri; - combinarea intereselor membrilor, utilizatorilor și /sau interesul general; - apărarea și aplicarea principiului solidarității și responsabilității; - lipsa de vizibilitate și de înțelegere a modelului de întreprindere a economiei sociale

CONCLUZII:

Așa cum s-a putut observa până acum, din analiza realizată la nivelul regiunilor de implementare a proiectului (Nord-Est, Nord-Vest, Sud-Est și Sud-Muntenia) reiese că economia socială este extrem de importantă și trebuie susținută pentru a se dezvolta. În acest sens, prezentarea exemplelor de best practice din cadrul analizei și a celor din afara țării poate servi drept sursă de inspirație viitorilor antreprenori sociali.

În plus: **Ghidul cu pașii ce trebuie urmați pentru a deveni un antreprenor social de succes** este un alt instrument extrem de util, întocmit ca urmare a cercetării făcute pe parcursul și în cadrul analizei.

Din totalul întreprinderilor sociale înființate în cele 4 regiuni de dezvoltare și înregistrate până în luna mai în RUIES, 25 au fost înființate în cadrul acestui proiect. Însă e nevoie în continuare de acțiune.

Principalele motive pentru care economia socială trebuie susținută să se dezvolte în continuare:

- contribuie la formarea unei viziuni de ansamblu asupra interesului general și a dezvoltării durabile;
- promovează și contribuie la dezvoltarea cetățeniei active, a autodeterminării și a coeziunii sociale;
- încurajează creșterea numărului persoanelor care sunt nu numai consumatori, ci și producători de bunuri sau furnizori de servicii, contribuind la creșterea produsului intern brut;
- contribuie la creșterea calitativă și cantitativă a ocupării prin: crearea /dezvoltarea de noi locuri de muncă.
- contribuie la dezvoltarea unor structuri de inserție care să asiste persoanele aparținând grupurilor vulnerabile pe termen scurt sau mediu pentru integrare treptată pe piața muncii, în economia reală, prin:
- dezvoltarea unor programe eficiente de ocupare dedicate persoanelor vulnerabile;
- creșterea și susținerea creării de locuri de muncă adaptate nevoilor specifice ale acestora;
- promovarea cu prioritate a unor activități care pot genera sau asigura locuri de muncă pentru aceste persoane, activități care vizează în mod prioritar ocuparea cât mai multor persoane aparținând acestor grupuri, și nu productivitatea pe termen scurt.
- sprijinirea și promovarea diversității domeniilor și formelor de calificare, formare inițială și formare continuă, cu impact inclusiv asupra dezvoltării varietății de ocupații din România, în concordanță cu tendințele europene de dezvoltare în domeniu;
- contribuția la dezvoltarea și funcționarea eficientă a unor tipuri de servicii sociale în vederea reducerii vulnerabilității.

Sperăm ca informațiile prezentate în cadrul analizei să vină în sprijinul antreprenorilor și viitorilor antreprenori sociali!

GHIDUL ANTREPRENORULUI SOCIAL DE SUCCES

Oportunitatea antreprenorială constă în nevoile nesatisfăcute ale altora. Studiind exemplele de best practice mai sus prezentate, atât din cadrul proiectului, cât și de la nivel european, și corelând datele cu cele obținute în urma aplicării chestionarului, a researchului efectuat și al întâlnirilor online cu antreprenorii sociali, a fost realizat un Ghid al pașilor ce trebuie urmați pentru a deveni un antreprenor social de succes.

1. CERCETAREA ÎNȚIALĂ

Pentru demararea acestei etape e esențial să existe cel puțin o persoană, activă și conștientă, care să aibă în vedere o serie de aspecte precum:

- Stabilirea pieții țintă, prin realizarea unui studiu de piață;
- Identificarea nevoilor din piață, aflarea problemelor cu care se confruntă persoanele ce aparțin categoriilor vulnerabile. Cercetarea se poate face atât la nivelul comunității de care aparține viitorul antreprenor social, cât și la nivel național.
- Alegerea problemei care se dorește a fi rezolvată. Din totalitatea nevoilor identificate în cercetarea făcută, antreprenorul social va alege minim o problemă pe care să o rezolve, pentru care fie are deja soluția potrivită și expertiza necesară, fie este dispus să își însușească abilitățile necesare sau să angajeze persoanele potrivite pentru soluționarea ei.
- Identificarea beneficiarilor care se vor implica în activitățile întreprinderii sociale, dar și a beneficiarilor cărora se adresează afacerea socială;
- Stabilirea indicatorilor și a rezultatelor sociale urmărite, precum și a celor pentru obiectivele financiare și organizaționale;
- Calcularea inițială a resurselor necesare desfășurării activității.

2. CONSTRUIREA UNEI STRATEGII ȘI A PLANULUI DE AFACERI

Cunoscând problema din piață și având soluția pentru aceasta viitorul antreprenor social poate construi o strategie pentru implementarea acestui proces, respectiv a modelului său de business. Așadar, este necesară realizarea unui plan de afacere, indiferent că se optează sau nu pentru un program de finanțare nerambursabilă. Acesta va oferi claritate cu privire la domeniul de activitate, obiectivele stabilite, rezultatele preconizate, numărul de persoane impactate în urma activităților sociale ce vor fi întreprinse. Având claritate asupra acestor aspect viitorii antreprenori sociali vor putea urmări mai ușor progresul și vor putea cuantifica rezultatele. Planul de afaceri este un rezumat al obiectivelor pe care le are antreprenorul social.

Planul de afaceri trebuie să cuprindă următoarele:

- O descriere generală, definirea misiunii antreprenorului social și a obiectivelor proiectului;
- Descrierea obiectului de activitate și a întreprinderii sociale;
- Evaluarea resurselor și a potențialului întreprinderii;
- Analiza comparativă a rezultatelor studiului de piață, a evaluării resurselor și a mediului de afaceri;
- Planul de activități – producție;

- Strategie de marketing;
- Planul de gestionare a resurselor umane;
- Planul de finanțare;
- Scenarii de dezvoltare a întreprinderii.
- Exemple de inovare socială, dezvoltare durabilă și nediscriminare. În cele două exemple de întreprinderi sociale înființate în cadrul proiectului au fost amintite: achiziționarea de covoare tactile pentru nevăzătorii care participă la cursurile de dans; respectiv serviciul de ambulanță socială verde, în cadrul căruia pacienților cu probleme li se asigură transportul de la domiciliu la centrul unde sunt oferite serviciile de kinetoterapie/fizioterapie/masaj și retur. Aceste elemente concrete de inovare fac întreprinderile și serviciile acestora mai populare în regiunile în care activează.

3. ANALIZĂ DE PREFEZABILITATE A VIITOAREI ÎNTEPRINDERI SOCIALE

- Vor fi analizate ideile de afaceri și obiectivele propuse;
- Prezentarea întreprinderii și a investiției necesare. Eventual documentare asupra posibilității de finanțare nerambursabilă;
- Analiza comercială și operațională;
- Stabilirea datelor referitoare la organigramă și managementul întreprinderii;
- Decizia finală de a înființa sau nu întreprinderea socială.
- Tot în această etapă are loc informarea și mobilizarea comunității locale, cu scopul de a identifica persoanele care vor /pot participa la constituirea întreprinderii sociale, care pot fi angajate sau pot constitui potențiali parteneri.

4. DOCUMENTARE ASUPRA ANTREPRENORIALITĂȚII SOCIALE/ECONOMIEI SOCIALE

- Dobândirea de cunoștințe ce țin de domeniul antreprenoriatului social, dar și de management. Supraviețuirea organizației este preconditionia pentru valorificarea oricărui potențial și pentru atingerea oricărui scop, de orice natură ar fi acesta. Acest scop este precedent și conduce la criteriul longevității ca principal indicator al succesului.
- Efectuarea unei cercetări cu privire la tipurile de organizații ce pot obține atestatul de întreprindere socială și trecerea în revistă a avantajelor și dezavantajelor economiei sociale, atât la nivel individual, cât și la nivel social, pentru a fi sigur că înțelege întocmai conceptul și este hotărât să intervină în cel de-al treilea sector, între domeniul public și cel privat, cunoscând faptul că în domeniul economiei sociale oamenii sunt puși înaintea profitului.
- Stabilirea formei juridice a organizației.

5. ÎNFIINȚAREA ÎNTEPRINDERII SOCIALE

Se va ține cont de următoarele aspecte: natura și volumul activității, numărul de angajați și resursele necesare demarării activității, taxele necesare pentru înființare, taxele și impozitele ce vor fi plătite în perioada de funcționare.

Înregistrarea juridică presupune parcurgerea următoarelor etape:

- Rezervarea denumirii afacerii la Registrul Comerțului
- Întocmirea actului constitutiv (care poate fi întocmit la un avocat).
- Deschiderea unui cont în bancă și depunerea capitalului social

- Constituirea dosarului de înființare a afacerii și depunerea lui la Registrul Comerțului.
- După verificarea dosarului, se vor elibera actele de înregistrare a afacerii, și anume: Certificat de Înregistrare, Anexa avize necesare, Anexa avize colaterale, Rezoluția de acordare a personalității juridice, Actul constitutiv și Dovada sediului social.
- Obținerea atestatului de întreprindere socială (și a mărcii sociale, pentru întreprinderile sociale de inserție). În acest sens, documentele necesare, conform Legii nr. 215/2019, se trimit la Agenția Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă. Atestatul de întreprindere socială se acordă pe o perioadă de 5 ani, cu posibilitatea prelungirii acesteia.

6. FUNCȚIONAREA ÎNTREPRINDERII SOCIALE

- Acțiuni de informare și conștientizare a comunității. Construirea unei relații solide, bazată pe încredere și comunicare, cu reprezentanții și persoanele din comunitatea în care își desfășoară activitatea.
 - Creșterea vizibilității pe rețelele de socializare/în mediul online/direct în comunitate, astfel încât un număr din ce în ce mai mare să poată apela la serviciile și produsele oferite de întreprinderea socială.
- Derularea propriu zisă a activității, cu accent pe cantitatea, dar și calitatea bunurilor ori serviciilor furnizate.
- Monitorizarea profitului înregistrat și evoluția sa în timp, acesta fiind reinvestit în misiuni sociale în proporție de minim 70%, precum și a impactului pe care misiunile sociale îl au asupra grupurilor vulnerabile.
 - Armonia dezvoltării organizaționale și împlinirea misiunii personale a antreprenorului social. Antreprenoriatul social este legat de activitatea antreprenorială cu toate elementele ei (folosirea resurselor în producție, instalarea proceselor de manufacturare, comportament de piață, competiție, viabilitatea financiară etc.), însă extinsă înspre rezolvarea de probleme sociale importante. O întreprindere este considerată socială când este implicată într-o activitate comercială cu un scop social. Scopurile celor două tipuri de întreprinderi sunt diferite: antreprenoriatul social are explicit și central o misiune socială, în timp ce întreprinderea comercială are ca misiune obținerea profitului.

Cele mai multe dintre întreprinderile sociale prezentate ca exemple de bune practici în cadrul analizei economiei sociale au respectat toți pașii descriși anterior. E drept că unii antreprenori au pus mai mult accent pe unele puncte și mai puțin pe altele, în funcție de experiența și nivelul de cunoaștere și cunoștințe al fiecăruia. Însă un lucru comun, identificat la toți antreprenorii studiați, este o motivație puternică pentru a adăuga valoare celor din jur și a reuși în modelul de business implementat. Iar pașii descriși reprezintă un punct de pornire deosebit de important atât pentru actualii antreprenori care au dificultăți în desfășurarea activității, cât și pentru viitorii antreprenori sociali care doresc să aibă un business de succes.

Pasul 1: "Cercetarea inițială" revine în totalitate antreprenorului social, fiind o etapă premergătoare realizării proiectului. În cazurile prezentate, cei care au făcut cercetările

inițiale au fost: Jurguț Gheorghe Cristian (FEELING DANCE SRL), Hassan Hussein Idrees Mohamed (TERAKIN IM SRL), Borha Cristina Andreea (ART OF SIMPLISNESS SRL), Harea Ana-Maria (CENTRUL DIDACTO SRL), Nusa Popescu (SC PENSIUNEA FIOR PRINTRE BRAZI SRL), Oprean Bernadette (SC Croitoria Fericirii SRL), Munteanu Vasile (A&G AIR SERVICE PLUS SRL). Acest stadiu, de cercetare, este extrem de important, fiindcă alegerea unui domeniu pe care antreprenorul îl cunoaște, sau nu, poate face diferența între a avea succes, sau nu. Iar majoritatea antreprenorilor din cadrul proiectului Start UP for Change! au recunoscut că au ales să activeze ca antreprenori sociali într-un domeniu în care aveau deja expertiză – spre exemplul cazul Centrului DIDACTO sau talent – a se vedea cazul Feeling Dance SRL. Antreprenorii au mers pe ideea că se vor descurca mai bine într-un domeniu pe care îl cunosc.

Pasul 2: construirea unei strategii și a planului de afaceri este tot premergătoare înființării întreprinderii, iar în cazul de față s-a derulat în cadrul proiectului. Însă, chiar și în cazul în care nu beneficiază de finanțare, viitorii antreprenori nu ar trebui să treacă peste această etapă. Un plan de afaceri, bine structurat, funcționează ca un adevărat ghid pentru antreprenori. Atât în discuțiile purtate, cât și în rapoartele transmise către Beneficiar sau AJOFM, antreprenorii fac referire în permanență către planurile de afaceri. Fie că e vorba de numărul de locuri de muncă pe care le-au creat, de domeniul de activitate, de misiunea socială sau de exemple de inovare socială, dezvoltare durabilă sau nediscriminare, se întorc adesea la planul inițial când povestesc despre afacerea lor, asigurându-se astfel că ating și toți indicatorii pe care și i-au propus inițial. Desigur că unele subpuncte, care fie nu sunt prevăzute în contractual de finanțare, fie vin ca îmbunătățiri la ceea ce au scris deja în planul de afaceri, pot suferi mici modificări. Spre exemplu, în ceea ce privește strategia de marketing, unii antreprenori au găsit util la debutul afacerii (pe lângă ceea ce prevăzuseră în planul de afaceri) pentru a accelera procesul și a obține mai repede primele vânzări, să apeleze și la alte materiale de promovare pe lângă, precum flyere, cărți de vizită, afișe, care conțineau toate detaliile privind serviciile oferite de întreprindere. Antreprenorii chiar susțin că analizele detaliate și cercetările de piață bine aprofundate încă de la început, pentru planul de afaceri, au dat un start puternic businessului – fiindcă au știut exact ce aveau de făcut încă din prima zi și au avut planul de acțiune detaliat.

Pasul 3: analiza de fezabilitate, este un punct decisiv pentru viitorul antreprenor. Acum hotărăște dacă ideea de business este sau nu una fezabilă. Toți antreprenorii prezentați în cadrul analizei au trecut prin această fază, anterior semnării contractului de finanțare. Pentru a putea înainta în process acesta este momentul propice pentru a lua contact cu comunitatea, a informa și mobiliza, fiindcă ulterior urmează să se încheie colaborări pentru o bună desfășurare a activității întreprinderii sociale. Multe dintre întreprinderile prezentate ca best practices în cadrul analizei știau deja, încă din această fază, cu cine vor colabora pentru realizarea misiunilor sociale. Spre exemplu, pentru a face față provocării de a căuta pe cont propriu persoanele din categorii vulnerabile TERAKIN IM SRL lucrează în general pe bază de parteneriate de colaborare cu instituții publice/private locale. ART of SIMPLISNESS a încheiat un contract de



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale

2014-2020

donatie cu un Centru de plasament de tip familial, al cărui obiect a fost realizarea de pijamale și treninguri pentru sezonul rece, toamnă/iarnă pentru beneficiarii centrului.

Pasul 4: documentare asupra antreprenoriatului social. Deja în această etapă antreprenorii sociali făceau parte din grupul țintă al proiectului Start UP for Change. Chiar dacă nu sunt parte dintr-un proiect și acționează pe cont propriu, viitorii antreprenori sociale e recomandat să urmeze un curs în domeniu, pentru dobândirea unor competențe minime în economia socială. Ulterior, aria cunoștințele poate fi lărgită prin accesarea altor informații.

Pasu 5: înființarea întreprinderii sociale este punctul în care unii dintre antreprenori au avut mici provocări pe care, cu sprijinul și ghidajul echipei de implementare a proiectului (fiind deja în faza post semnare a contractului de finanțare) le-au depășit cu bine. Unii au optat pentru obținerea atestatului de întreprindere socială, alții pentru obținerea mărcii, devenind întreprinderi sociale de inserție și asumându-și angajarea unor persoane din categoriile vulnerabile.

Spre exemplu, Feeling Dance a angajat 1 persoană cu handicap permanent și 1 persoană care provine dintr-un centru de plasament, iar Terakin IN a angajat o persoană cu handicap grav pe postul de secretară.

Pasul 6: funcționarea întreprinderii sociale este un prilej de satisfacție și bucurie pentru toți antreprenorii sociali studiați. Chiar dacă pentru unii startul a fost mai greu, faptul că au dat dovadă de perseverență și au urmat întocmai planul i-a ajutat să înregistreze rezultate bune și să realizeze misiunile sociale, venind în sprijinul persoanelor defavorizate și contribuind la îmbunătățirea calității vieții, a condițiilor de locuit etc.

Trăsăturile cheie ale întreprinderii sociale sunt scopul social combinat cu spiritul antreprenorial din sectorul privat. Întreprinderile sociale pot fi descrise ca afaceri ghidate de misiune sau întreprinderi care-și măsoară succesul prin realizarea profitului și servirea binelui public.

„Social Entrepreneurship in the Context of Romania's European Integration|| în Annals of the University of Oradea, Economic Science Series, 2008 și „Symposium Introduction Corporate Creativity: The Vermont L3C & Other Developments|| in Social Entrepreneurship în Vermont Law Review. Fall 2010