

# SOCIAL BUZZ



## ÎNCEPEȚI-VĂ AFACERI SOCIALE

*revista de afaceri pentru  
tineret care este foarte  
iubită*

## SFATURI DE SUCCES ÎN 2022-2023

*Sfaturile de succes  
pentru tine sunt aici!  
obține sfaturi de succes  
de la antreprenori celebri*

## TOP 10 INOVATOR

*cu 10 dintre cei  
mai buni  
inovatori din  
lume care te vor  
ghida și te vor  
motiva*

## CITEȘTE CONȚINUTUL

SFATURI DE SUCCES  
PENTRU IMPLEMENTAREA  
MENTORINGULUI ȘI A CAPACITĂȚII  
PENTRU TINERI

**CUM SĂ-ȚI PORNEȘTI  
AFACEREA**

[www.sbuzz.eu](http://www.sbuzz.eu)



Co-funded by  
the European Union

2021-1-R001-KA220-YOU-00028711



## SOCIAL BUZZ

# CONȚINUTURI

1 DESPRE PROIECT

97 SONDAJ AL  
LUCRĂTORILOR DE  
TINERET

2 DESPRE CONSORȚIU

107 10 METODE NOI

3 PRACTICI BUNE

156 METODOLOGIA  
PENTRU PROGRAMUL  
DE MENTORAT

87 INTERVIU CU TINERI CU  
MAI PUȚINE  
OPORTUNITĂȚI

159 METODOLOGIA DE  
FORMARE A  
CAPACITĂȚII



Co-funded by  
the European Union

Sprijinul Comisiei Europene pentru producerea acestei publicații nu constituie o aprobare a conținutului, care reflectă doar opiniile autorilor, iar Comisia sau Agenția Națională nu pot fi făcute responsabile pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute. acolo.

# DESPRE PROIECT

Scopul și obiectivele proiectului - de a ajuta tinerii cu mai puține oportunități (18-30) de a deveni antreprenori sociali, oferindu-le formare relevantă, mentorat și instrumente online pentru a-și genera și implementa ideile - a fost format în funcție de prioritățile consorțiu. În acest sens, vor fi folosiți lucrători sociali/de tineret special pregătiți, specialiști în carieră și antreprenori. Pe scurt, sBUZZ se concentrează pe stimularea tinerilor cu mai puține oportunități de antreprenoriat social.

## OBIECTIVELE SUNT:

1. Evaluați abilitățile și practicile de antreprenoriat social pentru a le sprijini în rândul tinerilor cu mai puține oportunități din țările partenere.

ȚINTĂ: Intervievați 40 de tineri cu mai puține oportunități, chestionați 120 de lucrători de tineret, analizați 20 de bune practici în trei luni.

2. Creșteți calificările și competențele lucrătorilor de tineret cu privire la modul de formare și îndrumare a tinerilor antreprenori cu metode nou dezvoltate. ȚINTĂ: 12 l.t. într-o luna.

3. Organizați formarea capacității tinerilor pentru a-și crește capacitatea de a începe o afacere.

ȚINTĂ: 20 de tineri participanți la fiecare curs de formare pe 10 subiecte diferite în 10 luni pentru fiecare țară parteneră.

4. Creați o platformă online interactivă pentru sprijinirea tinerilor cu mai puține oportunități.

ȚINTĂ: în 4 luni care va aduna minim 400 de vizitatori în următoarele 14 luni.

5. Lansați Programul de mentorat pentru a instrui tinerii defavorizați în drumul lor spre crearea de afaceri.

ȚINTĂ: 30 de tineri cu mai puține oportunități în fiecare țară parteneră în 9 luni care fac brainstorming asupra conținutului. Abia începe? Proiectați un catarg memorabil cu un nume la fel de memorabil.

---

# DESPRE CONSORȚIU



Asociația **CPDIS** este o organizație non-profit înființată în toamna anului 2012. **Misiunea noastră** este de a crea o comunitate de tineri în zona locală și regională care sunt stimulați să se dezvolte prin metode de educație non-formală. **CPDIS** sprijină voluntarii care împărtășesc un interes pentru educația antreprenorială, producția video, activități sportive, implicare socială, artă, activități creative, inovare, educație etc. ca profesie sau hobby.

**Active Youth Association (AY)** este o organizație care lucrează cu tinerii și comunitățile aflate în nevoie din **Lituania** și dincolo de frontiere. Avem o vastă experiență în educația non-formală, precum și într-o serie de alte subiecte. Cele mai importante dintre acestea: **migrație, antreprenariat, stil de viață sănătos, drepturile omului.**



**Institut za poticanje mladih (Institutul Puterii Tineretului)** este o organizație/asociație non-profit din Rijeka, Croația.

Înființată în februarie 2018 ca organizație/asociație neguvernamentală. Viziunea care ne-a adus împreună este construirea unei societăți autentice și originale. Principalele domenii pe care le acoperim sunt antreprenoriatul (social), sustenabilitatea, leadershipul, șomajul în rândul tinerilor, competențele digitale și sportul prin metode și instrumente de educație formală și non-formală.



**European Integration Group (EiG)** a fost înființat în 2015 la Istanbul, Turcia de câțiva oameni tineri și dinamici, care au experiență în realizarea de proiecte sociale la nivel local și internațional. Grupul consideră că integrarea cu succes a tuturor (grupurilor sociale și etnice) în societate este o cheie pentru bunăstare, stabilitate, democrație și toleranță.



## CERCETARE

Exemple de bune practici de antreprenoriat social la nivel național și local în toate cele 4 țări partenere



interviuri și sondaje cu **tineri** și lucrători de tineret efectuate pentru a **afla deja existente** practici privind stimularea antreprenoriatului **tinerilor** cu **mai puține oportunități în fata.**



# Exemple de practici bune în România

# CE ESTE ANTREPRENORIATUL SOCIAL?

În Romania

Dacă antreprenoriatul urmărește să deschidă o afacere cu singura intenție de profit, antreprenoriatul social urmărește în primul rând să rezolve problemele sociale din cadrul comunității, în timp ce urmărirea profitului vine în al doilea rând.



În România, antreprenoriatul social are propriul cadru legal că structură social-economică. Principiile structurii economice sociale sunt:



**1**

**PRIORITATE ACORDATĂ OBIECTIVELOR INDIVIDUALE ȘI SOCIALE FAȚĂ DE CREȘTEREA PROFITULUI;**

**2**

**SOLIDARITATE ȘI RESPONSABILITATE COLECTIVĂ;**

**3**

**CONVERGENȚA ÎNTRE INTERESELE MEMBRILOR ASOCIAȚI ȘI INTERESUL GENERAL ȘI/SAU INTERESELE UNEI COMUNITĂȚI;**

**4**

**CONTROLUL DEMOCRATIC AL MEMBRILOR, EXERCITAT ASUPRA ACTIVITĂȚILOR DESFĂȘURATE;**

**5**

**CARACTERUL VOLUNTAR ȘI LIBER AL ASOCIAȚIEI ÎN FORMELE DE ORGANIZARE SPECIFICE DOMENIULUI ECONOMIEI SOCIALE;**



Mai mult, există structuri socio-economice pentru Inserție și sunt definite ca întreprindere socială care îndeplinește cumulativ condițiile menționate anterior și, respectiv:

**6**

SĂ AIBĂ, ÎN MOD PERMANENT, CEL PUȚIN 30% DIN PERSONALUL ANGAJAT APARTINÂND GRUPULUI VULNERABIL

---

**7**

TIMPUL DE LUCRU CUMULAT AL ACESTOR SALARIATI REPREZINTA CEL PUTIN 30% DIN TIMPUL TOTAL DE MUNCA AL TUTUROR SALARIATILOR;

---

**8**

PERSONALITATE JURIDICĂ DISTINSĂ, AUTONOMIE DE CONDUCERE ȘI INDEPENDENȚĂ FAȚĂ DE AUTORITĂȚILE PUBLICE;

---

**9**

ALOCAREA CELEI MAI MARI PĂRȚI DIN PROFIT/EXCEDENT FINANCIAR PENTRU REALIZAREA OBIECTIVELOR DE INTERES GENERAL, AL UNEI COMUNITĂȚI SAU ÎN INTERESUL PERSONAL NEPATRIMONIAL AL MEMBRILOR.

---

**Denumirea antreprenoriatului social:  
După școală - Karolina Kids  
Domeniul de activitate: Educație**

**#1**



**Număr de angajați:**

**În acest moment sunt 4 profesori**

**Categoria cu puține oportunități:**

**Oameni cu puține oportunități**

**Obstacole întâmpinate:**

**Intrarea pe piața afterschool și  
apoi menținerea cotei de piață**

**Activități speciale implementate  
pentru angajații cu mai puține  
oportunități:**

**Training și mentorat pentru a ști  
să lucreze cu tinerii**

## DESCRIERE GENERALĂ

Afterschool Karolina Kids activează în domeniul serviciilor și educației, având ca obiect de activitate crearea cadrului instituțional și organizatoric pentru a oferi copiilor să petreacă timp într-un mediu educațional organizat și pentru a oferi servicii de masă și cazare adiacente acestui proces. .



Se adresează preșcolarilor cu vârste cuprinse între 3-7 ani și elevilor de după școală din clasele 1-4. Zona curriculară pentru preșcolari pune accent pe dezvoltarea deprinderilor și cunoștințelor care vor asigura o adaptare ușoară a copiilor la programa și disciplinele școlare și pentru cei incluși în sistemul de învățământ al calusurilor.



## DESCRIERE GENERALĂ

Clasele 1-4 se va pune accent pe sprijinirea elevilor în înțelegerea și rezervarea temelor.

Activitatea pe care a desfășurat-o acest SES are o dublă componentă economică și socială și anume:

- prin persoane care și-au creat și menținut un loc de muncă și care vor face parte din grupul vulnerabil (cu oportunități reduse);
- prin caracterul social al activității care va include integrarea copiilor instituționalizați printre alți copii.



**Grup țintă:** Clienții acestei structuri de economie socială sunt:



1. Copiii familiilor care doresc să utilizeze serviciile Karolina Kids pentru preșcolari și școlari din clasele 1-4 din sistemul after-school

2. Copii din Centrele pentru Copii Instituționalizate care au vârsta

---

## Concurență:

Pe piață există multe companii pentru acest tip de servicii care s-au înființat deoarece părinții copiilor preșcolari și școlari mici sunt implicați în activități economice care îi ocupă cea mai mare parte a zilei, incapabili să facă față cerințelor de petrecere a timpului și educație acordate copiilor.



---

## **Transferabilitate către alte sectoare:**

Tipul de activitate abordat în cadrul structurii economiei sociale poate fi ușor implementat și extins la nivelul întregii regiuni, având ca suport logistic Direcțiile de Asistență Socială județene și ONG-urile grupurilor țintă care beneficiază de acest gen de servicii.



Mai multe detalii la:  
<http://karolina-kids.ro/>

**Denumirea antreprenoriatului social:**  
**Atelierul SUK**  
**Domeniu de activitate:** Fabricarea  
textilelor

**#2**



**Numar de angajati:** In functie de cerere si oferta

**Categoria cu puține oportunități:** Oameni cu puține oportunități

**Obstacole întâmpinate:** Obstacole financiare, nivel scăzut al furnizorilor

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:** Sprijinirea lor - ateliere educaționale și activități de team building



## DESCRIERE GENERALĂ

Atelierul SUK ofera servicii de croitorie pentru productia diverselor textile de uz casnic/hotelier: lenjerie de pat, paturi, perdele, draperii, fete de masa, traverse, sorturi etc., servicii care tin de activitatea pe care o desfasurati. Toate articolele realizate de noi pot fi personalizate, atât prin broderie, cât și prin imprimare direct pe material



(ambele asigurand durabilitate prin rezistenta la spalari repetate si calitate prin pastrarea culorilor). De asemenea, putem oferi servicii de personalizare prin broderie sau printare direct pe produse speciale.

**Grup țintă:** familii tradiționale, tineri, adulți

**Concurența:** aceleasi firme din domeniul productiei textile

**Transferabilitate către alte sectoare:** sunt flexibili cu diferiți cumpărători. Aceștia se concentrează pe hotel și restaurante din zona Dobrogei.



Mai multe detalii la:  
<https://www.facebook.com/AtelierulSUK/>

# Denumirea antreprenoriatului social:

Nod Maker Space

Domeniu de activitate:

Spațiu de afaceri

# #3



**Numar de angajati:** >70 INDEPENDENȚI ȘI FIRME  
>100 MEMBRI ÎN COMUNITATE

**Categorie cu puține oportunități:** #Antreprenori cu puține oportunități, #începători #noi antreprenori, #tineri

**Cel mai bun spațiu de coworking conform premiilor pentru startup din Europa Centrală.**

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:** Sprijinirea noilor antreprenori să se dezvolte și să își dezvolte afacerea - ateliere și facilități educaționale:

Makerspace, Coworking, Spații pentru evenimente, Biblioteca de materiale, Comunitate, Makershop, Networking

## DESCRIERE GENERALĂ

Spații de coworking, makerspaces, ateliere de lemn și metal, studiouri private, spații de întâlnire și evenimente, MATER - prima și singura bibliotecă de materiale din Europa de Sud-Est și Makershop - magazin online cu produse create local

Despre Node  
Nod Makerspace este primul centru de creație la scară largă din România care își propune să democratizeze designul, inginerie și educația creativă.



### #Ce este NOD?

Nod Makerspace este un spațiu de lucru creativ care oferă acces bazat pe abonament la o gamă largă de instrumente și echipamente pentru fabricarea digitală și prototiparea rapidă. Scopul pe termen lung al acestui proiect este de a crea oportunități de îmbunătățire a standardelor de viață, la nivel local și global (incubator) și de a construi o comunitate puternică open-source.

## Grup țintă: #CUI SE ADRESEAZĂ NOD.

Ne adresăm celor care au nevoie de un astfel de spațiu și nu numai: spațiul este deschis și pentru cei care doresc să experimenteze plăcerea de a crea, plăcerea de a proiecta, pentru cei care doresc să fie inițiați în lumea producției, pentru cei care doresc să învețe, pentru cei care vor să pună ideile în practică:

- peste 7 ani: elevi, liceeni și generali
- Creativ: designeri de mobilier, designeri de moda, designeri de bijuterii, arhitecti, designeri de produse
- Inventatori, inovatori și creatori. Sunt cei care lucrează cu normă întreagă, dacă nu chiar suplimentare, și care au pasiunea de a construi și inventa, în timpul liber, în afara programului de lucru.
- Antreprenori și kickstarters. Sunt cei care au ideea și au nevoie de un loc unde să o producă sau au nevoie de suport tehnic
- Elevii. Sunt cei care vor să învețe și să se perfecționeze

Competiție: Alte spații de coworking din București: Regus [www.regus.com](http://www.regus.com), Seneca [Anticafe senecanticafe.ro](http://Anticafe.senecanticafe.ro), Space Works , [www.spacesworks.com](http://www.spacesworks.com) , Impacthub

<https://impacthub.net/>, Mind Space  
<https://hs.mindspace.me/> Match Office  
[www.matchoffice.com](http://www.matchoffice.com), Pluria [pluria.co](http://pluria.co)



Mai multe detalii la:  
<https://nodmakerspace.ro/despre-noi/>

# Denumirea antreprenoriatului social:

Diamond System România

# Domeniu de activitate:

Educație în afaceri

# #4

 Diamond System



Livia Soare



Octavian Baban



Felician Solomon

**Numar de angajati: 3 in Romania, activi in 25 de tari din lume. Institutul Diamond Cu este de a ajuta oamenii din întreaga lume să obțină succes pe toate fronturile: să obțină succes.**

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:**

- Evenimente
- Mastermind
- Training rapid în echipă
- Mentorizarea sistemului de semințe
- Podcasturi
- Antrenamente
- Cărți
- Sesiuni și cursuri de mentorat



**Misiunea Diamond Cutter Institute este de a ajuta oamenii din întreaga lume să obțină succesul pe toate fronturile: să obțină succesul financiar și prosperitatea și o carieră împlinită, să se bucure de relații împlinite și de durată atât cu partenerii de afaceri, cât și cu partenerii de viață, să fie sănătoși atât fizic, cât și mental. emoțional, să dobândească liniște interioară și putere de concentrare și nu în ultimul rând, să poată ajuta la schimbarea în bine a familiei, comunității și țării în care trăiesc.**



**Categorie de puține oportunități:** #orice antreprenori #afaceri eșuate #începători #noi antreprenori #tineri

**Grup țintă:** Scopul acestui sistem este de a ajuta antreprenorii și profesioniștii din domeniul lor de activitate să obțină succes la toate nivelurile.



In-depth courses:



30-day challenges



Thematic courses

**Sistemul Diamond Cutter:** Un sistem coerent, corect și logic pentru a vă gestiona afacerea și cariera, funcționează de fiecare dată, este simplu și plăcut de implementat. Te ajută să-ți atingi obiectivele și, în același timp, îi ajută pe cei din jur să crească.

**Diamond System**

**SEED YOUR BUSINESS**

program de mastermind pentru antreprenori

**Diamond System**

# DESCRIERE GENERALĂ Diamond System

**Sistemul Diamond Cutter (sau Seed System) oferă o idee nouă și importantă pentru a manifesta totul în viața ta, un sistem care funcționează de fiecare dată.** Se bazează pe adevărul imperturbabil că tot ceea ce ni se întâmplă provine din modul în care îi tratăm pe cei din jurul nostru. Mai mult decât atât, Diamond Cutter Institute oferă o explicație clară a modului în care exact ceea ce facem altora este stocat ca o sămânță în mintea noastră. Această sămânță dă roade în minte și apoi determină lucrurile și oamenii pe care le vedem în jurul nostru.



Freza cu diamant este un sistem universal, vechi de peste 2500 de ani, care s-a transmis de la om la om până în zilele noastre. Marele merit pe care îl are Geshe Michael Roach, este că și-a putut demonstra eficacitatea prin modul în care a pus-o în practică în cei 19 ani în care compania Andin International a crescut, de la un împrumut de 50.000 USD până în 2009, când firma a fost achiziționată, de Warren Buffet. Moment în care a avut peste 10.000 de angajați pe 3 continente și o cifră de afaceri de 250 milioane de dolari.

## **Transferabilitate către alte sectoare:**

În toate sectoarele, inclusiv ONG-urile grupurilor țintă care beneficiază de acest tip de servicii.



Mai multe detalii la:  
<http://diamondcutter.ro>



# Denumirea antreprenoriatului social:

Meşteshukar ButiQ

# Domeniu de activitate:

Comerţ cu meşteşuguri rrome

# #5



**Nr angajați:** rețea de meşteşugari rromi și producători de aproximativ 50 de persoane

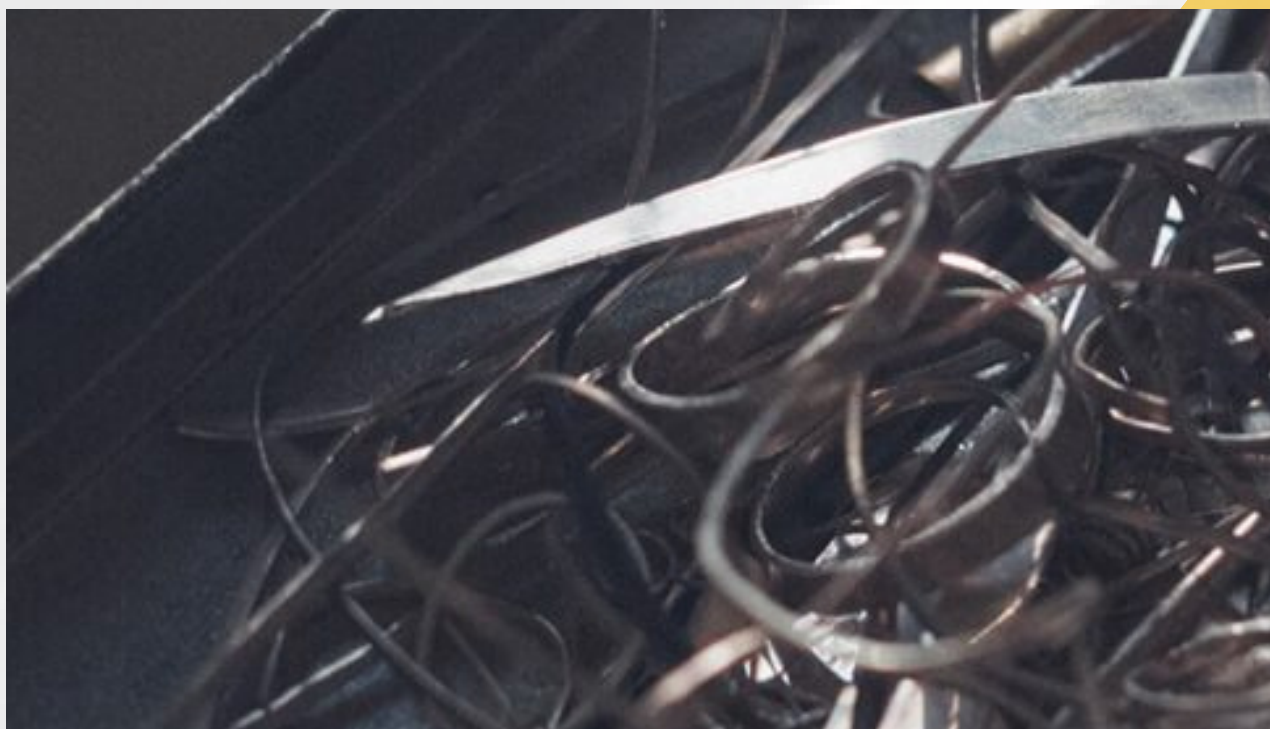
**Categoria cu puține oportunități:** minoritatea etnică romă

**Obstacole întâmpinate:** finanțare

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:** Promovarea meşteşugurilor și meşteşugarilor tradiționali romi, pentru a le crește veniturile și a le promova tradițiile

## DESCRIERE GENERALĂ

Meșteshukar ButiQ este o rețea de meșteșugari și întreprinderi de economie socială care a reușit să revalorizeze meșteșugurile tradiționale ale romilor. MBQ oferă produse premium pentru stil de viață, cu o poveste și un design care ies în evidență în orice context. Ele sunt rezultatul unui amestec de tehnici tradiționale de producție cu design contemporan de produs.



Se adresează pieței generale a decorului casei și a designului vestimentar, concentrându-se pe nevoile consumatorilor interesați de tradiții, măiestrie și design. Fiecare produs vândut generează venituri directe pentru meșterii care îl produc.

**Grup țintă:** meșteșugari romi (direct), consumatori interesați de tradiții și măiestrie (indirect)

**Concurs:** Asociația Meșteșugarilor și Comercianților Tradiționali Romi (<http://mestesugarii-romi.ro/>)



## Transferabilitate către alte sectoare:

ideea poate fi transferată oricărei tradiții pentru a o ridica la standardul de artă și pentru a o promova pentru a fi vândută, dar precum și pentru a sprijini orice tip de minoritate (etnică, religioasă, dezavantajată în orice fel) prin promovarea unicității lor într-o afacere.



Mai multe detalii la:  
<https://mbq.ro/>



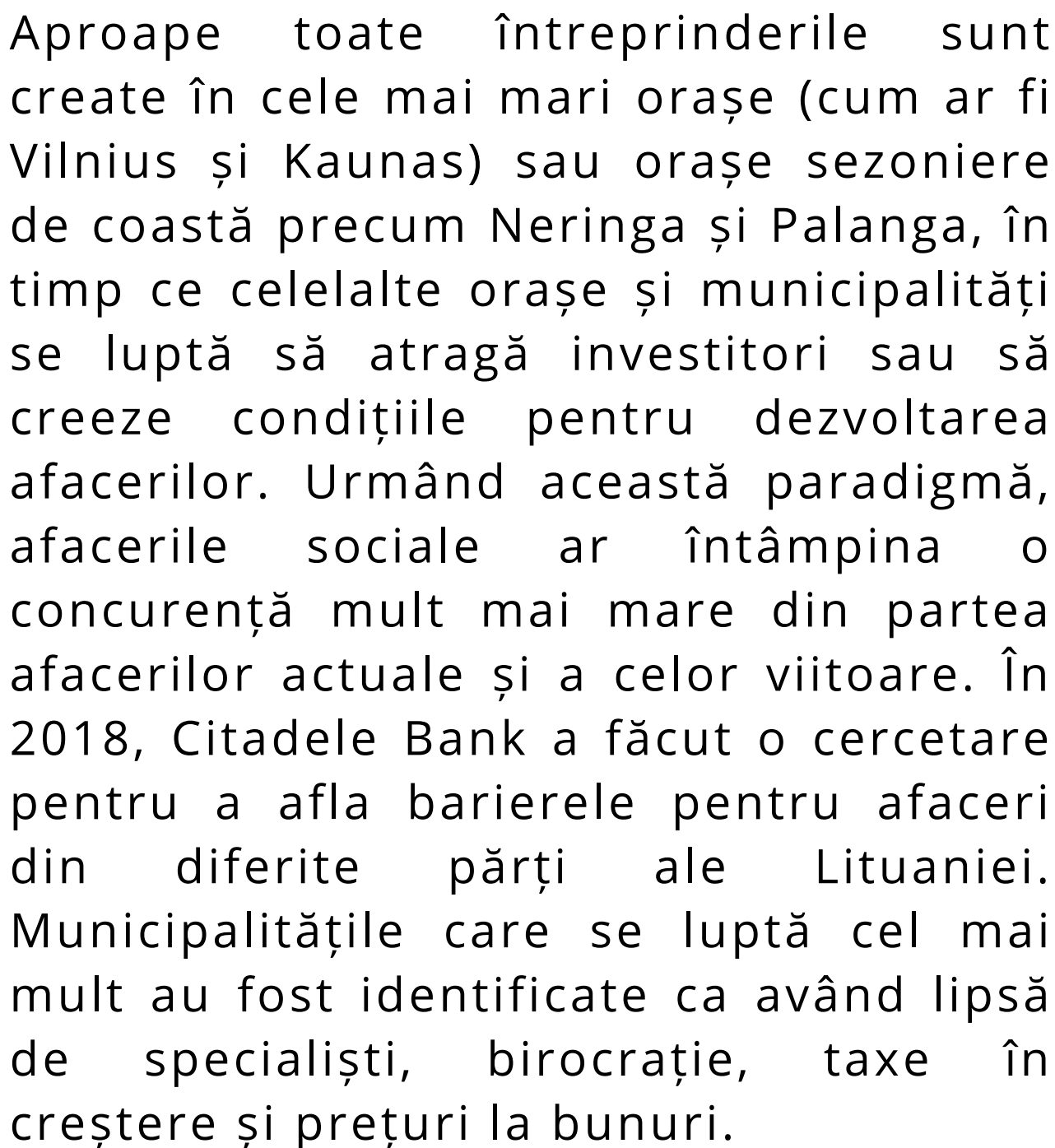
ÎN LITUANIA

## **Conceptul de întreprindere socială:**

o entitate juridică privată sau publică care, în cursul unei activități economice, urmărește să atingă obiectivele publice, de grup sau de mediu și să rezolve problemele sociale ale societății în conformitate cu criteriile menționate:

- mărimea
- Impact social pozitiv măsurabil pentru problemele enumerate specifice
- Stabiliți o parte din veniturile din activități economice
- Alocarea specifică a profitului
- Implicarea părților interesate în întregul proces de afaceri





---

Aproape toate întreprinderile sunt create în cele mai mari orașe (cum ar fi Vilnius și Kaunas) sau orașe sezoniere de coastă precum Neringa și Palanga, în timp ce celelalte orașe și municipalități se luptă să atragă investitori sau să creeze condițiile pentru dezvoltarea afacerilor. Urmând această paradigmă, afacerile sociale ar întâmpina o concurență mult mai mare din partea afacerilor actuale și a celor viitoare. În 2018, Citadele Bank a făcut o cercetare pentru a afla barierele pentru afaceri din diferite părți ale Lituaniei. Municipalitățile care se luptă cel mai mult au fost identificate ca având lipsă de specialiști, birocrație, taxe în creștere și prețuri la bunuri.

## LIMITELE LEGALE

Dobândirea statutului de „Afacere socială” este o sarcină destul de lungă și complicată. Chiar și atunci când statutul este stabilit, nu este ușor de menținut. De exemplu, întreprinderile sociale nu sunt în măsură să plătească dividende pentru investitori sau acționari, să ofere angajaților un salariu mai bun decât media și, 50% din venituri trebuie să fie generate din activitatea comercială.







În timp ce organizațiile neguvernamentale au acces ușor la informații, instruire și participă la conferințe privind afacerile sociale, publicul larg are abilități limitate. Chiar dacă în ultimii ani ideile de afaceri sociale sunt din ce în ce mai răspândite, nu este suficient. Cei interesați pot găsi destul de multă informație, dar cele mai mari mass-media nu promovează suficient antreprenoriatul social, prin urmare inițiativele și participarea voluntară este destul de scăzută în afacerile sociale. În general, activitatea civică scăzută din Lituania contribuie, de asemenea, la această provocare.



Pentru antreprenorii fără capitalul de pornire este mult mai dificil să creeze un început de succes al afacerii lor. Este greu să obții creditul pentru a începe afacerea - mai ales pentru tineri. Pentru ca o bancă să ofere o sumă decentă de împrumut pentru afaceri, vor fi evaluate scorul de credit personal și posibilul depozit. Dacă persoana nu are un venit stabil și mai mare decât media din ultimii ani, are datorii neachitate și/sau unele întârzieri la facturi, este foarte probabil ca împrumutul oferit să fie insuficient pentru începerea afacerii și va fi necesar să caute fonduri din alte resurse.

# Denumirea antreprenoriatului social:

„Pirmas Blynas”

Domeniu de activitate:

Restaurant



**Numar de angajati:** 10 angajati

**Categoria puținelor oportunități:** incluziunea socială a persoanelor cu dizabilități și serviciul de catering

**Obstacole întâmpinate:** Preocupările financiare au fost cel mai mare obstacol. A existat și o barieră lingvistică, deoarece fondatorul companiei era din Țările de Jos și nu vorbea lituaniană.



## DESCRIERE GENERALĂ

„Pirmas Blynas” este un restaurant social de clătite situat în orașul vechi din Vilnius. Afacerea s-a deschis în 2018 și funcționează de atunci. Restaurantul „Pirmas Blynas” este bine cunoscut pentru clătitele sale foarte delicioase, precum și pentru personalul său prietenos, prin urmare a primit insigna de alegere a călătorilor de la „TripAdvisor”.

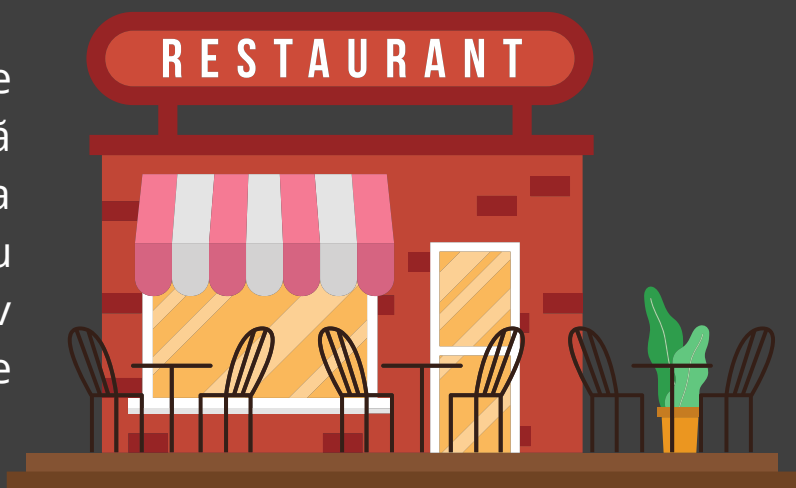


## RECUNOAȘTERE „PIRMAS BLYNAS”

Un premiu lituanian de afaceri sociale a fost câștigat în 2018 de „Pirmas Blynas”. Premiul promovează responsabilitatea socială și încurajează companiile din Lituania să-și pună în aplicare principiile.

---

„Pirmas Blynas” are o misiune socială importantă de a oferi un mediu sigur, incluziv pentru persoanele cu dizabilități.



În restaurant, o persoană cu dizabilități întâmpină și așează oaspeții, le preia comenzile și le comunică eficient în bucătărie.



---

Scopul restaurantului este de a ajuta persoanele cu dizabilități să găsească de lucru, să câștige bani, să se simtă independente și să ducă o viață mai demnă. În afară de aceasta, proprietarul companiei dorește să încurajeze atitudinea pozitivă față de persoanele cu dizabilități și să promoveze incluziunea socială în societate.

## PERSOANE CU DIZABILITĂȚI

S-a constatat că persoanele cu dizabilități sunt foarte afectate de angajarea la restaurant. A avea un loc de muncă și a ajuta alți oameni le oferă un sentiment de independență și încredere. În plus, le îmbunătățește abilitățile de comunicare și le oferă un sentiment de control asupra vieții lor



I N C L U S I O N



Mai multe detalii la:  
<https://www.pirmasblynas.lt/en>  
[https://www.youtube.com/watch?v=JDzotp9bmol&ab\\_channel=TavoEuropa](https://www.youtube.com/watch?v=JDzotp9bmol&ab_channel=TavoEuropa)

# Denumirea antreprenoriatului social:

Mano Guru

**Domeniu de activitate:**

servicii de catering

# #2

**Numar de angajati: 25 de angajati**

**Categoria cu puține oportunități:** 70% dintre angajați au mai puține oportunități

**Obstacole întâmpinate:**

locuri de cazare pentru grupul țintă, pierderi financiare majore din cauza lucrărilor de renovare

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:** cazare și mentori și personal pentru sprijinirea grupului țintă





## DESCRIERE GENERALĂ

„Mano Guru” a început să funcționeze în 2004 și este una dintre primele afaceri sociale din Lituania. La acest restaurant, toată lumea poate gusta o varietate de salate delicioase și poate descoperi gusturi noi. Aici, toată lumea primește o primire călduroasă și un serviciu excepțional pentru clienți.



„Mano Guru” facilitează reintegrarea persoanelor eliberate din închisori sau a dependenților în recuperare în societate și pe piața muncii. Atingerea acestui obiectiv necesită pregătire profesională în domeniile gătit, așteptare și barman. Consultații psihologice și asistenți sociali sunt, de asemenea, disponibile pentru angajații de la barul de salate.



**Foștii infractori și dependenții își pot controla viața și își pot crea rutină în viața de zi cu zi lucrând la „Mano Guru”. După ceva timp, ei dobândesc noi abilități, devin mai responsabili pentru propriile acțiuni și își descoperă propria identitate.**



**Ca parte a programului său de sprijin psihologic, restaurantul oferă o terapie angajaților săi. Sunt disponibile o varietate de opțiuni, inclusiv sesiuni individuale și de grup. După încheierea perioadei de muncă, angajații primesc o diplomă care îi ajută să își găsească un loc de muncă în viitor. Barul de salate „Mano Guru” a avut cu siguranță un impact pozitiv asupra comunității. În cei 17 ani de funcționare, proiectul a deservit aproximativ 700 de persoane, dintre care 75% s-au putut întoarce pe piața muncii.**

## OBSTACOLE ÎNTÂLNITE

Restaurantul „Mano Guru” a întâmpinat multe probleme în timpul înființării. Pentru început, locurile de cazare pentru grupul țintă au fost inițial dificil de găsit. Mai mult, barul de salate este situat în centrul orașului Vilnius și a suferit pierderi financiare majore din cauza lucrărilor de renovare. Trecuse aproape un an de când strada Vilnius a fost modernizată pentru înființarea afacerii. În plus, „Mano Guru” a implementat activități speciale pentru angajații cu mai puține oportunități și i-a instruit să devină ospătari, bucătari sau barmani excelenți. Barul de salate oferă, de asemenea, programe speciale pentru mentori și personal pentru a sprijini grupul țintă și pentru a ajuta foștii infractori sau dependenți să se adapteze mai bine la societate.



Mai multe detalii la:  
<https://www.govilnius.lt/visit-vilnius/vilnius-pass-attractions/mano-guru-restaurant>

# Denumirea antreprenoriatului social:

Acorus Calamus

# Domeniu de activitate:

Producția de ceai din plante

# #3



**Numar de angajati:** 23 de angajati

**Categoria cu puține oportunități:**  
50% angajați cu mai puține oportunități

**Obstacole întâmpinate:** obținerea licenței, provocări financiare

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:** oferă o varietate de beneficii persoanelor cu dizabilități

## DESCRIERE GENERALĂ

„Acorus Calamus” a fost înființat în urmă cu mai bine de 15 ani în Pakruojis - o retragere frumoasă în nordul Lituaniei. Este cel mai mare producător și comercializator de ierburi din Țările Baltice. În calitate de producător de suplimente alimentare, ceaiuri funcționale din plante și seturi cadou pentru ceai, compania are o experiență vastă într-o gamă largă de produse.



Produsele pe bază de plante sunt create prin combinarea tradițiilor de lungă durată, cunoștințe extinse și procese de producție perfecționate, precum și inovație.

Pentru a deveni o companie mai eficientă și mai potrivită, „Acorus Calamus” reproiectează rețetele tradiționale de ceai în ceva mai modern și mai eficient. Pe lângă notele naturale parfumate, amestecurile de ceai de la companie nu conțin arome artificiale, ceea ce înseamnă că clienții se bucură de ceai de cea mai înaltă calitate în peste 200 de gusturi, funcții și amestecuri. În plus, „Acorus Calamus” angajează persoane cu dizabilități pentru a asista în sarcinile de zi cu zi și le învață cum să îndeplinească diverse locuri de muncă.



## CATEGORIA CĂRUNE OPORTUNITĂȚI: PERSOANE CU HANDICAPĂȚI

„Acorus Calamus” oferă o varietate de beneficii persoanelor cu dizabilități. Oamenii cu mai puține oportunități învață noi abilități, devin mai responsabili și își îmbunătățesc bunăstarea. Sentimentul de apartenență care vine din ai ajuta pe alții face ca grupul țintă să se simtă parte a comunității mai mult ca niciodată. „Acorus Calamus” arată un exemplu minunat pentru alte companii că persoanele cu dizabilități sunt lucrători cu drepturi depline care ar trebui să se poată alătura forței de muncă.



## OBSTACOLE ÎNTÂLNITE

Pentru ca compania să devină un producător autorizat de medicamente și să obțină combinația perfectă de plante pentru ceaiuri, au fost necesare cercetări și teste ample. "Acorus Calamus" s-a confruntat și cu provocări financiare în timpul înființării sale. Cu toate acestea, astăzi „Acorus Calamus” este disponibil în 32 de țări din întreaga lume. Pe lângă extinderea punctelor de desfacere în străinătate și căutarea oportunităților de cooperare, compania își promovează reputația de companie de încredere de produse pe bază de plante, străduindu-se constant pentru cele mai bune rezultate.



Mai multe detalii la:  
<https://www.acorus.lt/>

# Denumirea antreprenoriatului social:

„Orus namai”

Domeniu de activitate:

Cazare

# #4



**Numar angajati: 2 salariatii**

**Categoria cu puține oportunități:  
incluziunea socială a persoanelor  
cu mai puține oportunități**

**Obstacole întâmpinate: prețuri  
mari ale proprietății, finanțare,  
lipsa spațiului disponibil pentru  
apartamentele noi**

**Grup țintă: seniori**

**Concurență: case de bătrâni**





## DESCRIERE GENERALĂ

„Numele Orus” este un proiect social care își propune să creeze condiții pentru ca vârstnicii să trăiască în siguranță, confortabil, economic și comunal în blocurile de locuințe pentru bătrâni adaptate nevoilor acestora. Clădirea experimentală pentru bătrâni din Vilnius a fost deschisă în toamna anului 2018. „Orus namai” invită bătrânii să-și închirieze vechile case și să se mute într-un apartament special amenajat în blocul „Orus namai”. Venitul din chirie acoperă costul total al vieții (fără chirie suplimentară, utilități, internet sau cablu), astfel încât întreaga pensie să rămână pentru celelalte nevoi ale seniorilor. Blocul de apartamente „Orus namai” din Vilnius este format din patru apartamente de 27 m<sup>2</sup> și un lounge comun unde toată lumea se poate întâlni, socializa și face activitățile preferate.

1.



2.



3.



4.



5.



**Transferabilitate către alte sectoare:** este posibilă extinderea grupului țintă și extinderea în diferite orașe.

www

Mai multe detalii la:  
<https://orusnamai.lt/>



Orus namai

# Denumirea antreprenoriatului social:

„Miesto laboratorija”

**Domeniu de activitate:**  
centru comunitar



# #5



**Numar de angajati: 10 angajati**

**Categoria puținelor oportunități:**  
includerea membrilor comunității

**Obstacole întâmpinate:** lipsa  
finanțelor pentru a susține centrul  
comunitar

**Grup țintă:** comunitatea raionului  
Antakalnis

**Competiție:** alte centre culturale,  
de tineret și comunitare



MIESTO  
LABORATORIJA

## DESCRIERE GENERALĂ

„Miesto laboratorija” este un centru comunitar educațional durabil și prietenos cu mediul, cu o cafenea, un spațiu deschis pentru evenimente, inovații ecologice, o grădină hidroponică, o grădină educațională, o galerie și un loc de joacă în aer liber pentru copii.

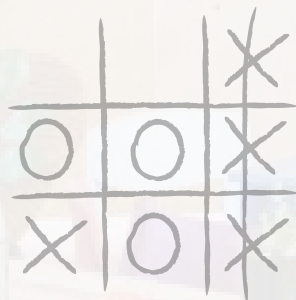
În cazul „Miesto laboratorija”, au fost identificate două probleme și au fost stabilite două obiective: mobilizarea și activarea comunității locale și contribuția la diseminarea ideilor pentru un mod de viață mai durabil și mai prietenos cu mediul. Pentru atingerea acestor două obiective a fost înființat un centru comunitar educațional durabil, ale cărui activități se aliniază acestor obiective.





## DESCRIERE GENERALĂ

Un alt aspect important este partea de afaceri. Pentru a susține financiar centrul comunitar cu toate activitățile sale, au creat o cafenea cu alimente. De la înființare, cafeneaua a susținut întregul proiect, generând între 80% și 90% din veniturile totale generate de „Miesto laboratorija”. La sfârșitul anului, dacă a fost profitabil, toate profiturile sunt reinvestite în noi activități, îmbunătățiri de infrastructură și dezvoltarea de noi proiecte. În acest fel, acest proiect social-mediu, derulat pe principii de afaceri, este sustenabil financiar, autosuficient și independent de finanțarea publică.



Transferabilitate către alte sectoare:  
colaborare cu alte sectoare pentru a  
menține interesul comunității



Mai multe detalii la:  
<https://miestolaboratorija.lt>



# Exemple de bune practici în Croația



**Antreprenoriatul social este un domeniu al antreprenoriatului și al economiei în general, care a devenit din ce în ce mai popular în ultimii 30 de ani pe tot globul. Cu toate acestea, subiectele legate de antreprenoriatul social s-au concentrat în Croația în ultimii ani, datorită dezvoltării și adoptării Strategiei de dezvoltare a antreprenoriatului social în Republica Croația pentru perioada 2015-2020.**

# Denumirea antreprenoriatului social:

Humana Nova

Domeniu de activitate:

afaceri artisanale

# #1



**Număr de angajați: 45 de angajați, 25 cu dizabilități, 13 cu obstacole**

**Categoria de puține oportunități:**

Persoane cu dizabilități, NEET

**Obstacole întâmpinate:** dizabilitate, dificultăți în găsirea unui loc de muncă

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:** construirea de relații sociale tolerante și utilizarea echilibrată a resurselor

## DESCRIERE GENERALĂ

Ele sunt un exemplu important de întreprindere socială pentru integrarea și reutilizarea forței de muncă, recunoscută în regiunea mai largă. Prin activitățile lor, ei contribuie la construirea de relații sociale tolerante și la utilizarea echilibrată a resurselor.



Prin angajarea unor grupuri marginalizate, colectarea textilelor, reutilizarea și reciclarea acestora și cooperarea locală, ei contribuie în mod activ la reducerea sărăciei, dezvoltarea durabilă a comunității locale și conservarea naturii.



**Concurență:** Există multe companii similare, care vând articole similare, dar sunt singura companie din Croația ale cărei produse sunt realizate de persoane cu dizabilități.



**Grup țintă:**  
persoane cu dizabilități și obstacole

Transferabilitate către alte sectoare: Succesul acestei companii poate servi drept exemplu pentru alte companii pe care persoanele cu dizabilități pot contribui la dezvoltarea lor.

Mai multe detalii la:  
<https://humananova.org/>



# Denumirea antreprenoriatului social:

Hedona

**Domeniu de activitate:**

Gastronomie

# #2

**Numar de angajati:** 18 angajati,  
9 cu handicap

**Categoria cu**

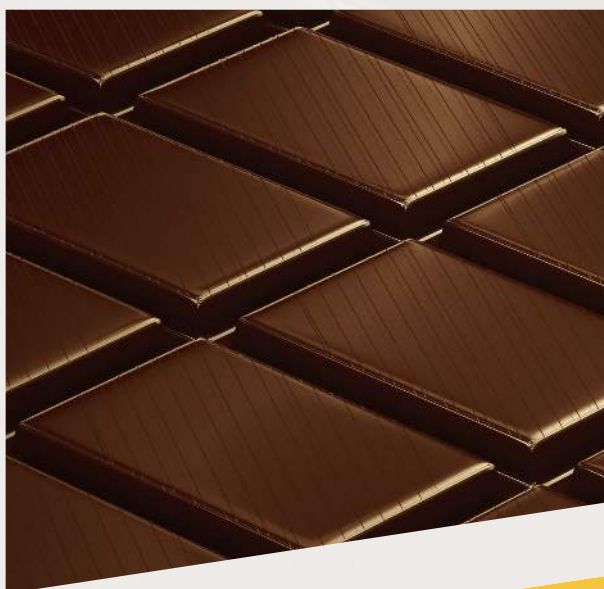
**puține oportunități:**

Persoane cu dizabilități, NEET

**Obstacole întâmpinate:**

handicap, dificultăți în găsirea  
unui loc de muncă

**Activități speciale implementate  
pentru angajații cu mai puține  
oportunități:** aceștia reinvestesc  
tocmai prin educație, dezvoltare și  
creștere.



## DESCRIERE GENERALĂ



A fost înființată în 2013, în cadrul proiectului "Chocolateria Chris" - Krizevci chocolateria, de către entuziasta Asociație a Persoanelor cu dizabilități Krizevci, condusă de domnul Petar Gataric. Hedona și-a început povestea dulce în 60 de metri pătrați și cu 6 angajați, dintre care 4 angajați cu dizabilități.

Ideile schimbă lumea, în cazul lor, o fac mai dulce și mai tolerantă. HEDONA este răspunsul la provocarea angajării dificile a persoanelor cu dizabilități. Angajarea deschisă este baza integrării sociale, a sănătății mintale, a bunăstării și a realizării de sine a fiecărei persoane.

**Grup țintă:** persoane cu dizabilități și obstacole

**Concurență:** Există multe companii similare, care vând articole similare, dar sunt singura companie din Croația ale cărei produse sunt realizate de persoane cu dizabilități.

**Transferabilitate către alte sectoare:** Succesul acestei companii poate servi drept exemplu pentru alte companii pe care persoanele cu dizabilități pot contribui la dezvoltarea lor.



<https://hedona.hr/>

## Denumirea antreprenoriatului social:

Sfera Visia

Domeniu de activitate:

Produse cosmetice

# #3



**Număr de angajați:** 6 angajați, 3 cu dizabilități, orbi sau cu deficiențe de vedere

**Categoria cu puține oportunități:** Persoane cu dizabilități, NEET

**Obstacole întâmpinate:** dizabilitate, dificultăți în găsirea unui loc de muncă

**Activități speciale implementate pentru angajați cu mai puține oportunități:** crearea de locuri de muncă pentru șomeri membri ai asociației „Martinov plast” (persoane nevăzătoare sau cu deficiențe de vedere).

## DESCRIERE GENERALĂ



Au proiect cofinanțat de Uniunea Europeană pentru a crește procesul de producție a săpunului și pentru a angaja mai multe persoane nevăzătoare și/sau cu vedere parțială. Trei nevăzători și cu deficiențe de vedere sunt angajați pentru a produce săpun lichid „Touch of Nature” din ingrediente naturale.

În funcție de cerere și plasare pe piață sunt planificate angajări suplimentare.

**Grup țintă:** persoane cu dizabilități și obstacole

**Concurență:** Există multe companii similare, care vând articole similare, dar sunt singura companie din Croația ale cărei produse sunt realizate de persoane cu dizabilități.

**Transferabilitate către alte sectoare:** Succesul acestei companii poate servi drept exemplu pentru alte companii pe care persoanele cu dizabilități pot contribui la dezvoltarea lor.



Mai multe detalii la:  
<https://sferavisia.hr/>

# Denumirea antreprenoriatului social:

Act Konto

Domeniu de activitate:  
finanțelor

# #4



**Nr salariați:** 3 cu handicap



**Categoria cu puține oportunități:**  
Persoane cu dizabilități

**Obstacole întâmpinate:** dizabilitate,  
dificultăți în găsirea unui loc de  
muncă

NAGRADA KLJUČNARAZLIKA  
ACT Konto d.o.o.



## DESCRIERE GENERALĂ

Act konto este o întreprindere socială non-profit specializată în furnizarea de servicii profesionale și de înaltă calitate de contabilitate și contabilitate, educație și consultanță cu privire la operațiuni și management financiar pentru organizații profit și non-profit din Republica Croația. Profitul realizat nu este plătit proprietarilor, ci este reinvestit integral în dezvoltare și în educația și angajarea persoanelor cu dizabilități.



**Grup țintă:** persoane cu dizabilități și obstacole

**Concurență:** Există multe companii similare, dar aceasta este singura condusă de femei care lucrează și conduc compania.

**Transferabilitate către alte sectoare:** Această companie are succes datorită investițiilor constante în educația și dezvoltarea personalului.



<https://act-konto.hr/>

## Denumirea antreprenoriatului social:

Buba bar

Domeniu de activitate:

ospitalitate

# #5



**Numar salariati:** 10 cu handicap

**Categoria cu puține oportunități:** Persoane cu dizabilități

**Obstacole întâmpinate:** dizabilitate, dificultăți în găsirea unui loc de muncă

## DESCRIERE GENERALĂ

Buba bar este o cafenea deschisă de Asociația Vinkovac a Persoanelor cu Dizabilități „Bubamara”, care include și o pistă mare de bowling. Are zece persoane cu dizabilități, majoritatea cu sindrom Down. Prin proiectul Buba bar, Bubamara a putut contribui la adoptarea unei soluții legale conform căreia persoanele cu dizabilități pot lucra fără a-și pierde dreptul la prestații de handicap.



**"Dorința noastră este să includem persoanele cu dizabilități pe piața muncii prin acest proiect și să arătăm acestei societăți cât de mult știu și valorează persoanele cu dizabilități".**



<https://www.facebook.com/profile.php?id=100063448646619>



# Exemple de bune practici în Turkiya

Conform definiției Comisiei  
Europene:

„O întreprindere socială este o afacere care are un impact social și contribuie la economia socială, mai degrabă decât să facă profit pentru proprietarii sau acționarii săi ca scop principal. Funcționează prin oferirea de bunuri și servicii pieței într-un mod antreprenorial și inovator și își folosește profiturile în primul rând pentru a atinge obiective sociale.”



La fel ca antreprenorii care schimbă fața lumii afacerilor, antreprenorii sociali sunt, de asemenea, instrumente de schimbare în transformarea socială. Ele urmăresc să rezolve problemele sociale primare fără a acorda prioritate beneficiului material și profitului și să elimine problema. La fel ca antreprenorii comerciali, ei creează noi oportunități văzând ceea ce alții nu pot vedea, schimbă sistemele și găsesc soluții la problemele importante ale societății prin găsirea de noi abordări.



Antreprenorii sociali folosesc multe instrumente diferite în călătoria lor. În timp ce unii conduc mișcări sociale fără a înființa vreo instituție, unii lucrează cu organizații neguvernamentale, alții cu cooperative și alții cu structuri de companii de beneficii sociale numite întreprinderi sociale.



În dreptul turc, conceptul de întreprindere socială nu este definit și nu există nicio legislație sau statut juridic specific întreprinderilor sociale. Antreprenorii sociali se organizează alegând structura care li se potrivește dintre statutele juridice existente în concordanță cu domeniile de activitate și oportunitățile lor. Din acest motiv, este necesar să se facă explicații separate pentru fiecare structură juridică pentru a înțelege structura juridică preferată de întreprinderile sociale din Turcia și pentru a determina legislația relevantă.

Structuri juridice pe care antreprenorii sociali le pot prefera în dreptul turc:

- 1) Comerciant de persoană reală**
- 2) Parteneriat obișnuit**
- 3) Societatea Colectivă**
- 4) Societate cu răspundere limitată**
- 5) Societate cu răspundere limitată**
- 6) Societate pe acțiuni**
- 7) Cooperativ**
- 8) Asociere**
- 9) Fundația**



# Denumirea antreprenoriatului social:

Tebessüm Kahvesi

Domeniu de activitate: Cafenea



**Numar de angajati:** In acest moment sunt 4 cadre didactice, 10 Tineri cu sindrom Down ca personal de serviciu, numar necunoscut de Manager si Specialisti in educatie.

**Categoria de puține oportunități:**  
Tineri cu sindrom Down

**Obstacole întâmpinate:**  
Programele de instruire

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:** Activități sociale și programe educaționale speciale.



## DESCRIERE GENERALĂ

Deschizându-și prima filială în grădina conacului Üsküdar Burhan Felek la 21.03.2016, cea de-a doua sucursală a Tebessüm Kahvesi a fost dată în funcțiune la 3.12.2019, sub clădirea de servicii a municipalității Üsküdar. Filialele Tebessüm Coffee, unde tinerii cu Sindrom Down lucrează ca personal de serviciu și vă urează bun venit.



La filialele Tebessüm Kahvesi, tinerii cu Sindrom Down lucrează în ture, maxim 6 ore pe zi, între orele 08:00 și 18:00. Tinerii noștri își iau 1 zi liberă în filialele noastre, care sunt deschise 7 zile pe săptămână.



### Viziune:

Să dezvolte și să dezvăluie potențialul tinerilor cu Sindrom Down, să formeze tinerii cu Sindrom Down într-un loc de muncă pe care îl pot desfășura în concordanță cu abilitățile lor, să-i crească ca tineri care au dobândit abilități de viață profesională și socială, au încredere și să participe pe deplin la producție și viața socială, precum și să asigure bunăstarea lor economică și socială

### Instruire:

Un total de 10 tineri cu sindrom Down, 6 băieți și 4 fete, lucrează ca personal de serviciu în Tebessüm Kahve. Pentru a ghida, susține, urmări și conduce organizarea tinerilor noștri cu Sindrom Down care sunt implicați în viața socială și de afaceri, îi stăm alături cu Specialistul nostru în Educație și cu angajații noștri pe care îi instruiem în tehnicile de comunicare potrivite cu tinerii. persoanele cu sindrom Down.



### Obstacole:

Persoanele cu sindrom Down seamănă cu semenii lor, care de obicei se dezvoltă mai mult decât diferă de ei. Tinerii cu sindrom Down îndeplinesc zilnic atât sarcini extraordinare, cât și obișnuite. Sunt hotărâți să-și atingă obiectivele și au speranțe și vise pentru viitor.

Deși problemele de învățare care cauzează întârzieri în multe zone de dezvoltare afectează persoanele cu sindrom Down, nu toate zonele de dezvoltare sunt afectate în mod egal.



Mai multe detalii la:  
<https://www.tebessumkahvesi.com.tr/>

# Denumirea antreprenoriatului social:

Darüşşafaka (Național)

Domeniu de activitate:

Educational

# #2



**Număr de angajați:** aproximativ 700 de angajați și 1000 de studenți

**Categorie cu puține oportunități:** Copii talentați ai căror tată și/sau mamă nu sunt în viață, care sunt incapabili financiar

**Obstacole întâmpinate:** Necunoscut

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:** studii medii și liceale

## DESCRIERE GENERALĂ

Societatea Darüşşafaka a fost fondată în 1863 cu scopul de a oferi șanse egale în educație copiilor nevoiași, talentați, care și-au pierdut tații. De atunci, și-a menținut prezența cu această misiune de „egalitate de șanse în educație”.



### **Viziune:**

Instituțiile de învățământ Darüşşafaka își propun să devină una dintre cele mai respectate și cele mai bune școli atât din Turcia, cât și din lume, care oferă educație de calitate copiilor defavorizați și talentați, fără tată și/sau fără mamă.

## Obstacole:

- Când aveți de-a face cu grupuri vulnerabile: privind mecanismele de excludere de conștientizare, inclusiv stereotipurile și prejudecățile profesorilor/administratorilor la nivel de comunitate și școală.
- Măsuri direcționate pentru reducerea mecanismelor/barierelor concrete de excludere, precum și colaborarea cu „majoritatea”
- Evitarea proceselor/mechanismelor de etichetare
- Necesitatea colaborării între diferiți actori la nivel de școală + parteneri din afara școlii (angajatorii, asistenții sociali, părinții, administrația locală, societatea civilă)

- Sublinierea importanței de a ajunge la părinți și de a colabora cu aceștia
- Nu să vorbim despre grupurile defavorizate, ci să discutăm cu ei și să găsim un limbaj comun

OBSTACLES

• Diseminarea măsurilor și abordare holistică

Copii din Darüşşafaka:

→ Darüşşafaka Techno Entrepreneurship and Youth Center ajută studenții să-și dezvolte creativitatea.

→ Obține educație asistată de calculator în săli de clasă și laboratoare echipate cu cele mai avansate tehnologii.

→ Utilizează o bibliotecă bogată și complet echipată.

→ Învăță cum să folosească atât limba turcă, cât și limba engleză fluent și corect.

→ Joacă baschet, fotbal și tenis în zonele sportive în aer liber și în interior, învață înotul și face exerciții.

→ Organizează și urmărește spectacole și drame în sala mare și magnifică a teatrului.

→ Învăță să cânte la un instrument muzical pe care-l dorește și în care are talent.

→ Are acces la servicii medicale.



→ <https://www.darussafaka.org/en>

# Denumirea antreprenoriatului social:

Otsimo

Domeniu de activitate:

Aplicație digitală, educațională

# #3



**Număr de angajați:** 19 fondatori, +100 000 în întreaga lume

**Categoria de puține oportunități:** Copii nonverbali, Autism

**Obstacole întâmpinate:** Necunoscut

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:** structuri instituționale multiple prin aplicație



## DESCRIERE GENERALĂ

Otsimo este o platformă de jocuri mobile care include jocuri educaționale pentru copii cu nevoi educaționale speciale. Acesta își propune să asigure educația necesară și incompletă acasă prin intermediul dispozitivelor inteligente, astfel încât copiii cu dificultăți de învățare din cauza diverselor afecțiuni să primească o educație intensivă și de calitate.



Unul dintre fondatorii lui Otsimo este Zafer Elcik. Are un frate de 15 ani cu autism. Putem spune că ideea lui Otsimo a apărut datorită dificultății lui Alper de a accesa o educație adecvată în copilărie și a interesului său deosebit pentru dispozitivele inteligente.

## Povestea lui Zafer:

Fratele meu a fost diagnosticat cu autism sever când avea 2 ani. Aveam 10 ani atunci. Fusese non-verbal și incapabil să citească de mult timp. Îmi amintesc de acele zile când am vrut să spună un cuvânt.

Îi era greu să se concentreze și să învețe. Dar când mi-am cumpărat primul meu smartphone, mi-am dat seama că fratele meu are un interes deosebit pentru dispozitivele inteligente, de aproximativ 10 ori mai lung decât atenția lui obișnuită față de împrejurimile lui. După aceea, i-am cumpărat cadou un iPad.





Apoi am observat o problemă. Nu existau aplicații concepute adecvat pentru copiii cu dizabilități ca a lui. Unele aplicații de comunicare (AAC) erau prea scumpe, iar jocurile erau foarte dificile pentru el. Din această cauză, a putut juca doar câteva aplicații, dintre care unele includeau reclame care îi pot fi dăunătoare.

Așa că, împreună cu prietenul meu apropiat, am decis să construim un joc de culori de bază pentru a-i învăța culorile fratelui meu. Într-o perioadă relativ scurtă de timp, a devenit capabil să distingă culorile. Interesul și succesul lui ne-au inspirat să construim jocuri pentru fiecare copil care poate beneficia de ele și am creat Otsimo, o platformă de educație mobilă pentru copiii cu dizabilități.

Astăzi am ajuns la 100.000 de utilizatori din întreaga lume.



<https://otsimo.com/en/>

**Denumirea antreprenoriatului social:**  
TOÇEV (Asociația de sprijin pentru viața contemporană)

**Domeniul de activitate:** Educație și sprijin social

Okumak Her Çocuğun Hakkıdır!

TOÇEV  
Türkiye Okuma ve Yazma Derneği  
"Okumak her çocuğun hakkıdır"

#4



Farkında mısınız? Dokunuyoruz



**Numar de angajati:** 150 de angajati (30% cu putine oportunitati)

**Categorie cu puține oportunități:** orfani și persoane defavorizate

**Obstacole întâmpinate:** resurse limitate, stigmatizare socială și lipsă de conștientizare cu privire la potențialul persoanelor cu oportunități reduse

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:** TOÇEV oferă pregătire profesională, programe de mentorat și oportunități de dezvoltare personală angajaților cu oportunități reduse.

## DESCRIERE GENERALĂ

TOÇEV este o organizație de antreprenariat social care își propune să ofere educație, sprijin și abilitare orfanilor și persoanelor defavorizate. Ele oferă diverse programe educaționale, burse și formare în abilități de viață pentru a le permite acestor persoane să ducă o viață independentă și de succes.



Grup țintă: orfani și persoane defavorizate

Concurență: TOÇEV colaborează cu alte ONG-uri, instituții publice și companii private din Turcia pentru a răspunde în mod eficient nevoilor grupului său țintă.

Transferabilitate în alte sectoare: modelul TOÇEV poate fi replicat în alte sectoare pentru a sprijini persoanele cu oportunități reduse, oferindu-le abilitățile și oportunitățile necesare pentru creșterea personală.



[www.tocev.org.tr](http://www.tocev.org.tr)

## Denumirea antreprenoriatului social:

Fundația SosyalBen

**Domeniul de activitate:** Împuternicirea și educația tinerilor

# #5



**Numar de angajati:** 25 de angajati (50% cu putine oportunitati)

**Categorie cu puține oportunități:** tineri și studenți defavorizați

**Obstacole întâmpinate:** Acces limitat la educație de calitate, lipsă de resurse și excluziune socială

**Activități speciale implementate pentru angajații cu mai puține oportunități:** : Fundația SosyalBen oferă ateliere de dezvoltare a abilităților, programe de mentorat și oportunități de stagiu pentru angajații cu puține oportunități de a-și spori creșterea profesională.

## DESCRIERE GENERALĂ

Fundația SosyalBen este o organizație de antreprenoriat social care se concentrează pe împuternicirea tinerilor și studenților defavorizați prin educație și mentorat. Ele oferă burse, programe de îndrumare și activități extracurriculare pentru a sprijini dezvoltarea academică și personală a acestor persoane.




**Grup țintă:** tineri și studenți defavorizați

**Concurență:** Fundația SosyalBen colaborează cu școli, universități și alte ONG-uri pentru a asigura un sprijin complet pentru grupul țintă și pentru a maximiza impactul acestora.

Transferabilitate către alte sectoare: Abordarea Fundației SosyalBen poate fi adaptată la diferite sectoare pentru a împuternici indivizii cu puține oportunități prin educație, mentorat și dezvoltarea abilităților.



[www.sosyalben.org](http://www.sosyalben.org)



***Rezumatul  
interviurilor  
cu tinerii***





# Rezumat România



Nr de  
respondenți

26 respondenți

42.31% Feminin

57.69% Masculin



Diviziunea  
pe gen



Împărțirea  
pe zone

38.64% Rural

61.54% Urban

În vârstă 16-17 = 4

În vârstă 18-20 = 9

În vârstă 21-24 = 6

În vârstă 25-30 = 7



Împărțirea  
după vârstă





- 27% dintre ei au suferit discriminare pe piața muncii. Dintre această discriminare, majoritatea sunt cele legate de etnia lor și de vârstă.
- 70%, au declarat că au cunoștințe economice: despre vânzări, marketing și economie de bază. Pe de altă parte, procentul scade destul de mult în zona contabilității primare și financiare, peste 60% declara că nu cunosc foarte bine domeniul.
- Doar 38% știu să înființeze o întreprindere, un start-up și ne confirmă că este un teren fertil de explorat. Dintre cei care și-au arătat interesul pentru deschiderea unui start-up, 58% dintre aceștia au recunoscut că nu au cunoștințe în domeniul care îi interesează, nici experiență. Domeniul variază foarte mult, de la marketing, modă, la IT, arte, evenimente etc.
- 42% care au declarat că au experiență în domeniul de interes, prin participarea la evenimente și crearea de rețele prin contactarea oamenilor din domeniu, alții prin voluntariat, sau activând efectiv în domeniu.
- Principalul lor domeniu de interes: antreprenoriat, management și lucru în echipă. Doar 4% sunt direct interesați de contabilitate, în timp ce restul domeniilor de interes variază destul de mult.



## Rezumat Lituania



Nr de  
respondenți

10 respondenți

50% Feminin

50% Masculin



Diviziunea  
pe gen



Împărțirea  
pe zone

30% Rural

70% Urban

ÎN VÂRSTA 16-17 = 0

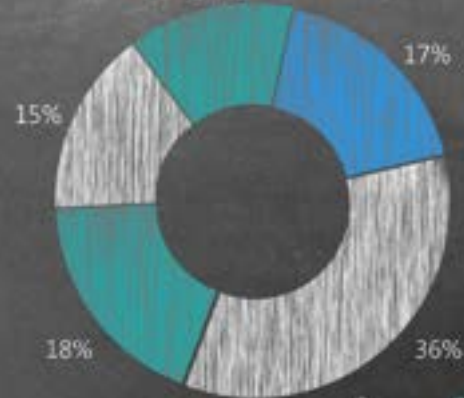
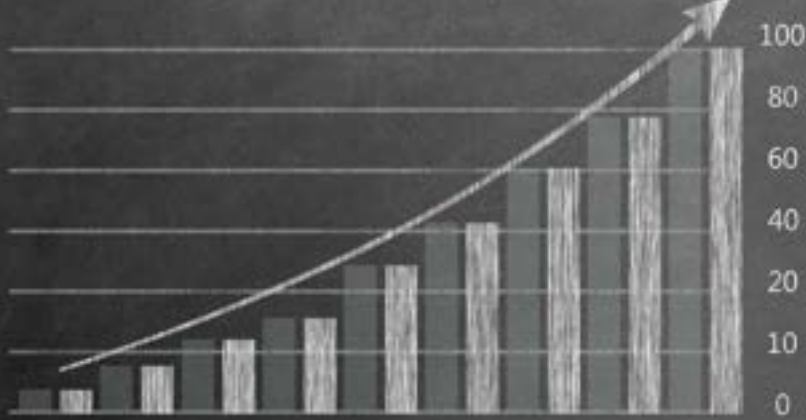
ÎN VÂRSTA 18-20 = 1

ÎN VÂRSTA 21-24 = 5

ÎN VÂRSTA 25-30 = 4



Împărțirea  
după vârstă



- Educația a fost variată: 6 respondenți au o diplomă de licență, 2 un postliceal
- diplomă, 1 absolvent de școală primară, 1 persoană cu diplomă de master.
- Experiența de lucru într-un grup a fost mai mică de 1 an.
- Experiența pe care au avut-o a fost în artă, retail, industria serviciilor sau agricultură.
- Principalele obstacole la intrarea în câmpul muncii: șomajul de lungă durată, locuirea în mediul rural. Atâta timp cât: background cultural, educație neterminată, dizabilități intelectuale.
- Sprijin necesar pe plan financiar, educațional, birocratic și psihologic.
- Jumătate dintre cei intervievați rămân cu familia și sunt sprijiniți de ei.
- Tinerii nu au cunoștințe despre majoritatea categoriilor necesare pentru a începe o afacere.
- Cu toate acestea, graficul ilustrează faptul că 80% dintre respondenți ar dori să înceapă o afacere cu un partener, în timp ce 20% ar dori să o facă singuri.
- 70% dintre respondenți au spus că ar folosi fonduri publice pentru a-și începe afacerile.
- 50% dintre respondenți doresc să afle mai multe despre procesul de creare și testare a ideii.



# Rezumat Croația



Nr de  
respondenți

10 respondenți

70% Feminin

30% Masculin



Diviziunea  
pe gen



Împărțirea  
pe zone

20% Rural

80% Urban

În vârstă 16-17 = 0

În vârstă 18-20 = 0

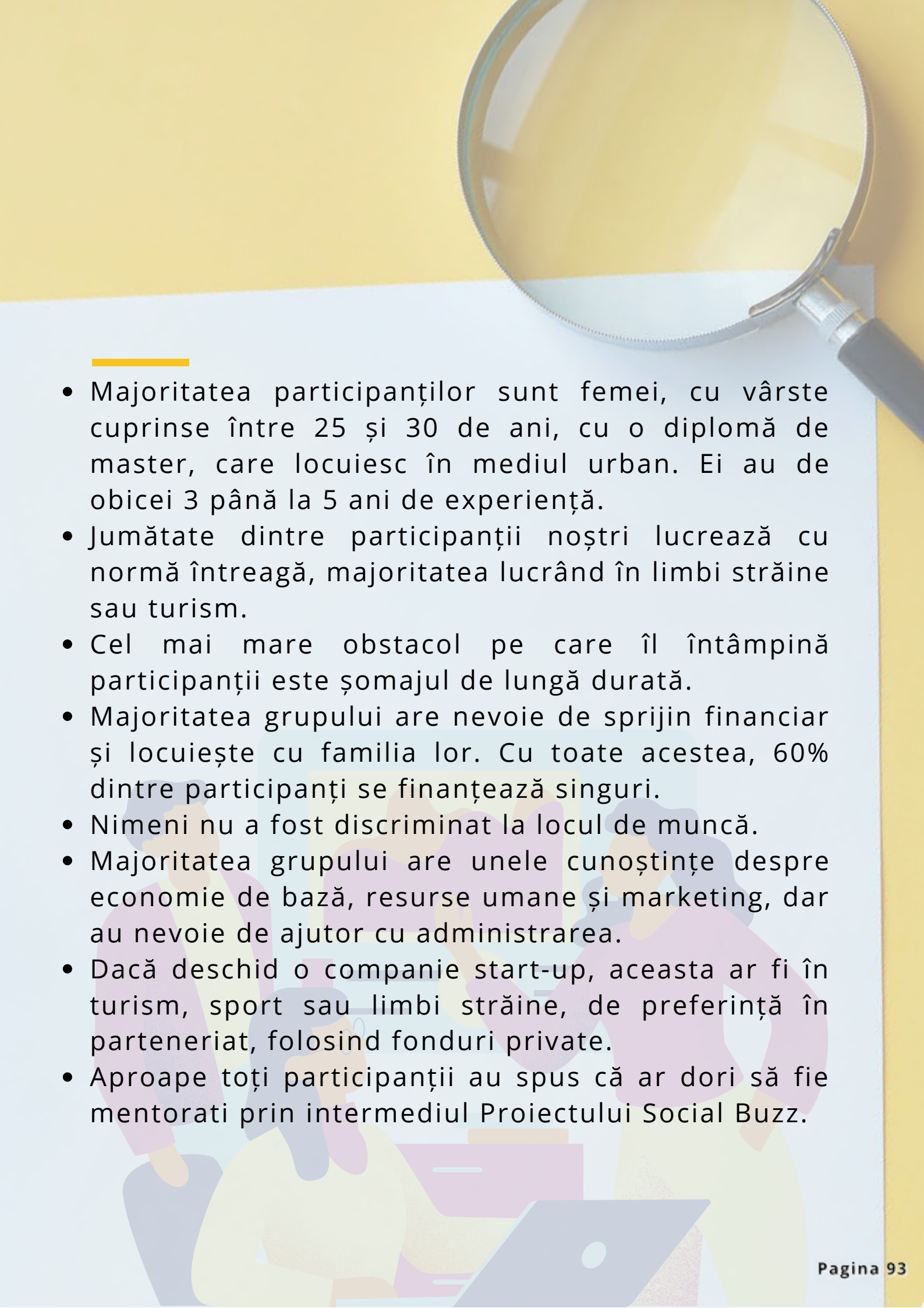
În vârstă 21-24 = 2

În vârstă 25-30 = 8



Împărțirea  
după vârstă



- 
- Majoritatea participanților sunt femei, cu vârste cuprinse între 25 și 30 de ani, cu o diplomă de master, care locuiesc în mediul urban. Ei au de obicei 3 până la 5 ani de experiență.
  - Jumătate dintre participanții noștri lucrează cu normă întreagă, majoritatea lucrând în limbi străine sau turism.
  - Cel mai mare obstacol pe care îl întâmpină participanții este șomajul de lungă durată.
  - Majoritatea grupului are nevoie de sprijin financiar și locuiește cu familia lor. Cu toate acestea, 60% dintre participanți se finanțează singuri.
  - Nimeni nu a fost discriminat la locul de muncă.
  - Majoritatea grupului are unele cunoștințe despre economie de bază, resurse umane și marketing, dar au nevoie de ajutor cu administrarea.
  - Dacă deschid o companie start-up, aceasta ar fi în turism, sport sau limbi străine, de preferință în parteneriat, folosind fonduri private.
  - Aproape toți participanții au spus că ar dori să fie mentorați prin intermediul Proiectului Social Buzz.



# Rezumat Türkiye



Nr de  
respondenți

11 respondenți

63.6% Feminin

36.4% Masculin



Diviziunea  
pe gen



Împărțirea pe  
zone

9.1% Rural

90.9% Urban

Vârsta 18-20 = 36%

Vârsta 21-24 = 64%



Împărțirea  
după vârstă



- În timp ce 45% dintre respondenți susțin că nu au experiență anterioară de muncă.
- Tinerii care sunt încă în școală și cei care au absolvit și trăiesc singuri 54,5% din total, în timp ce 18,2% dintre ei continuă să locuiască în locuințe pentru studenți.
- Pe piața muncii, discriminarea a fost o problemă pentru 36,4% dintre ei. Majoritatea acestor forme de prejudecată se bazează pe vârsta lor.
- 90% dintre respondenți au susținut că sunt cunoscători în vânzări. În schimb, numărul scade semnificativ atunci când vine vorba de contabilitatea primară și financiară, unde mai mult de 63% dintre respondenți susțin că nu au cunoștințe aprofundate.
- Doar 45% dintre oameni sunt capabili să lanseze o afacere sau un start-up, ceea ce demonstrează că există destul loc pentru explorare.
- 46% dintre respondenți au susținut că au experiență în domeniul de interes, fie prin angajare plătită, munca voluntară, participarea la evenimente și activități de networking, sau ambele.
- 91% dintre tinerii respondenți au recunoscut că nu ar dori să primească asistență din partea guvernului.
- Domeniile lor principale de interes includ branding și marketing. Ceilalți au interese foarte diverse.



Pentru acces la  
cercetarea completă,  
scanati codul QR

Scan me



***Rezumatul  
sondajului  
cu  
lucrătorii  
de tineret***



Nr de  
respondenți

36

Romania



58% Feminin



42% Masculin

Diviziunea  
pe gen



Împărțirea pe  
zone

12% Rural

88% Urban

Vârsta 18-20 = 19%

Vârsta 21-24 = 23%

Varsta >30 = 58%



Împărțirea  
după vârstă

# CONCLUZII



În concluzie, în rândul lucrătorilor de tineret chestionați, cu expertiza predominantă din mediul urban, foarte bine pregătiți, pregătiți și experimentați în domeniul muncii, constatăm un interes sporit pentru antreprenoriat în rândul celor peste 30 de ani, activi în ONG. sector, care lucrează cu tineri cu oportunități mai puține, predominant prin mentorat și coaching pentru a-i instrui pe tineri în proiectele lor în comunitățile în care activează.



Majoritatea lucrătorilor de tineret formează tineri care sunt dezavantajați din punct de vedere geografic și au mai puțin acces la oportunități și informații, precum și NEET care au nevoie de conexiuni din mai multe puncte de vedere. Profilul acestor tineri este conturat într-un procent destul de mare de cei care nu au stabilitate financiară din diverse motive, și abia apoi de cei care se confruntă cu diverse probleme de sănătate (fie ele fizice, psihice sau diverse dependențe).



Pentru majoritatea lucrătorilor, metodele de lucru sub forma atelierelor de antreprenoriat sunt cele mai des folosite în formarea tinerilor menționați, precum și teatrul și improvizația, urmate de vizite de studiu, filme educaționale, chestionare, cafenele publice și alte activități socio-educative. .



Nr de  
respondenți

33

Lituania



25 Feminin



8 Masculin

Diviziunea  
pe gen



Împărțirea pe  
zone

15% Rural

85% Urban

Vârsta 18-20 = 13

Vârsta 21-24 = 13

Vârsta >30 = 7



Împărțirea  
după vârstă

# CONCLUZII

- Numărul total de respondenți: 33
- 85% dintre respondenți locuiesc în mediul urban.
- 76% dintre respondenți au fost femei.
- Grupa de vârstă 21-24 de ani.
- Rezultatele experienței de muncă variază foarte mult.
- Există un nivel ridicat de educație în rândul respondenților.
- 73,3% dintre respondenți lucrează pentru ONG-uri.
- Mentoratul este cea mai frecvent raportată experiență.
- Atelierele sunt principala formă de educație non-formală.
- Un procent mic de respondenți au competențe legate de antreprenariat.



Nr de  
respondenți

32

Croația



81% Feminin



19% Masculin

Diviziunea  
pe gen



Împărțirea pe  
zone

28% Rural

72% Urban

Vârsta 18-20 = 46%

Vârsta 21-24 = 21%

Vârsta 25-30 = 21%

Vârsta >30 = 12%



Împărțirea  
după vârstă

# CONCLUZII

- Majoritatea grupului sunt femei, între 18 și 20 de ani, care locuiesc în mediul urban, cu diplomă de master.
- Au o experiență de peste 5 ani.
- Majoritatea participanților nu lucrează în ONG sau într-o instituție publică.
- Majoritatea grupului are obstacole educaționale și locuiesc pe o insulă mică.
- Majoritatea participanților fac ateliere, spațiu deschis și voce foto.
- Ei antrenează alți oameni mai ales în management-lucru în echipă, branding și marketing, crearea și testarea unei idei, antreprenariat și dezvoltarea de produse.
- Competențele care definesc majoritatea participanților ca lucrători de tineret sunt abilități de comunicare asertivă și nonviolentă.
- Majoritatea grupului este interesată să participe la mobilitatea în altă țară pentru a-și dezvolta abilitățile de lucru și pentru a face schimb de abilități de bune practici.
- Cele mai interesante subiecte pentru participanții noștri sunt: crearea și testarea unei idei, branding și marketing și antreprenariat.





Nr de  
respondenți

**109**

Türkiye



55% Feminin



45% Masculin

Diviziunea  
pe gen



Împărțirea pe  
zone

8% Rural

92% Urban

Vârsta 18-20 = 15%

Vârsta 21-24 = 50%

Vârsta 25-30 = 25%

Vârsta >30 = 10%



Împărțirea  
după vârstă



# CONCLUZII

- În concluzie, constatăm un interes sporit pentru antreprenoriat pentru cei activi în sectorul ONG-urilor și lucrează cu tineri cu oportunități limitate, în primul rând prin mentorat și coaching pentru a forma tinerii în proiectele lor în comunitățile în care aceștia sunt activi.
- Acești lucrători de tineret au o majoritate de experiență din zona urbană, sunt foarte bine pregătiți, educați și cu experiență în domeniul lor de activitate.
- Majoritatea lucrătorilor de tineret lucrează cu grupa de vârstă tânără, care necesită conexiuni din mai multe perspective, precum și tineri care sunt dezavantajați din punct de vedere geografic și au acces limitat la oportunități și informații.
- Acești tineri au o rată destul de ridicată de instabilitate financiară pentru o varietate de cauze și numai atunci se confruntă cu o varietate de probleme de sănătate.
- Pentru majoritatea lucrătorilor, atelierele antreprenoriale sunt metodele de instruire cel mai frecvent utilizate pentru tinerii menționați mai sus, urmate de diverse formare și alte tehnici socio-educative.

Pentru acces la  
cercetarea completă,  
scanati codul QR

Scan me



**METODE INOVATOARE  
UTILIZATE CA  
INSTRUMENTE PENTRU  
LUCRĂTORII DE  
TINERET**

**&**

**DEZVOLTAREA  
COMPETENȚELOR ÎN  
ANTREPRENORIATUL  
SOCIAL**

# METODE COMBINATE PENTRU CELE 4 ȚĂRI EUROPENE.

## COMUNITĂȚI DE Antreprenori sociali

Conform cercetării pentru tineret și lucrătorii de tineret din 4 țări diferite ale UE, am descoperit următoarele:

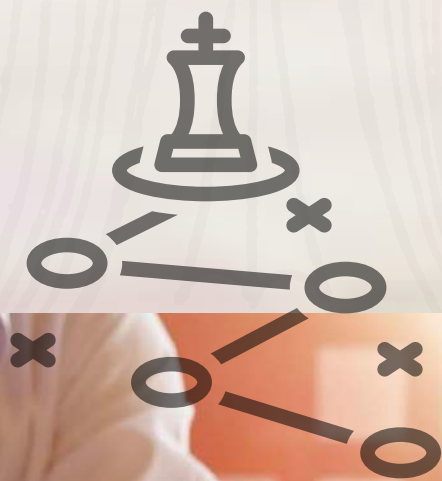
Există atât de multe particularități în fiecare țară, regiune, comunități și grup de oameni, și de aceea există o varietate atât de mare de metode și instrumente pentru antreprenorii din întreaga lume, dar, în același timp, există și o lipsă de compatibilitate. de a le găsi pe cele potrivite sau doar de a căuta oportunitatea potrivită de a se potrivi cu noul antreprenor și idee/produs/serviciu. Ambalând toate acestea în perspectiva SOCIALĂ, pentru a avea tineri mai competenți, comunități mai puternice și procese mai ghidate și de dezvoltare.



METODE

# METODE COMBINATE PENTRU CELE 4 ȚĂRI EUROPENE. COMUNITATI DE ANTREPRINORI SOCIALI

**Particularități:** Instrumentele existente pentru antreprenori și afaceri, pot fi adaptate la zona socială, prin gamification, coaching, mentorat, improvizație și proces de reflecție, adăugând o PREZENTARE GENERALĂ creativă, adaptându-se la tineri și lucrători de tineret din diferite comunități, adaptate la grupul țintă. și specificarea ideilor/serviciilor/produselor, pentru a se potrivi la DEBLUUL METODEI corect.



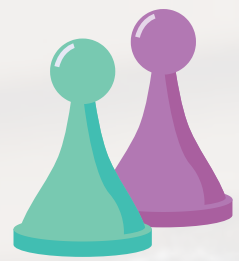
## Instrumente

Perspective 360°  
pentru  
antreprenoriatul  
social



## Instrumente pentru subiecte

Social/ Antreprenoriat  
Crearea/testarea ideii  
Dezvoltare produse&servicii&clienți  
Branding și marketing și vânzări  
Contabilitate  
Managementul resurselor - lucru în  
echipă  
Investiții și granturi  
Ce tip de întreprindere



## Metoda #1. PERSPECTIVE 360° ASUPRA ÎNTRERINDERII SOCIALE



### Joc de masă educațional pe Antreprenoriat

Această metodă este încurajată să fie facilitat procesul de auto-descoperire a PLANULUI, pentru a ghida participanții să răspundă la cât mai multe întrebări despre ideea de proiect sau planul lor de afaceri, sub presiunea timpului, prin interacțiunea cu alte persoane, precum și încercând să o rezumați în cuvinte cheie, care vor fi folosite de ceilalți pentru a vă defini ideea (Model: alte 2 jocuri de societate populare: DIXIT și ACTIVITY pentru antreprenori). Folosind metodele TABU sau GUESSING, acest joc poate fi condimentat cu umor și distracție, dar va dezvolta și competențe provocându-se să gândească mai mult din mai multe perspective și să găsească soluții pentru fiecare pas.





# M#1. Joc de masă PERSPECTIVE 360' ASUPRA ÎNTRINDERII SOCIALE



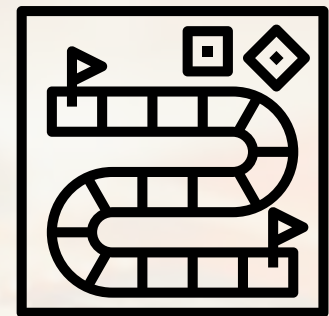
## Tematică: Joc educațional de masă despre antreprenoriat



Nivel mediu și poate fi jucat și cu Nivel înalt pentru a vă verifica planul de afaceri din mers. Este nevoie de înțelegere a procesului antreprenorial sau de curiozitate pentru a deschide o întreprindere, o societate socială, o asociație etc.



noi antreprenori, începători,  
Inițiatori de proiecte,  
Vârsta 18 – 40 ani.



4-6 pax. recomandat (poate fi flexibil și pe grupuri)



1- 2 h (facilitatorul poate adăuga un timp diferit adaptat numărului de persoane, nivelului de înțelegere etc.).

Timpul poate fi adăugat ca eficiență, creșterea cantității de idei și schimbarea focalizării: idei de brainstorming care pot săpa mai târziu în procesul de mentorat.

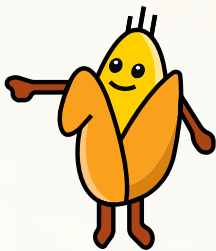
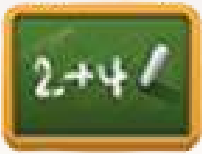
# M#1.Board Game

## 360' PERSPECTIVES ON SOCIAL ENTREPREISE



### Edu Board Game despre Antreprenoriat

Există atât de multe particularități în fiecare țară, regiune, comunități și grup de oameni, și de aceea există o varietate atât de mare de metode și instrumente pentru antreprenorii din întreaga lume, dar, în același timp, există și o lipsă de compatibilitate. de a le găsi pe cele potrivite sau doar de a căuta oportunitatea potrivită de a se potrivi cu noul antreprenor și idee/produs/serviciu. Ambalând toate acestea în perspectiva SOCIALĂ, pentru a avea tineri mai competenți, comunități mai puternice și procese mai ghidate și de dezvoltare.



Particularități: Instrumentele existente pentru antreprenori și afaceri, pot fi adaptate la zona socială, prin gamification, coaching, mentorat, improvizație și proces de reflecție, adăugând o PREZENTARE GENERALĂ creativă, adaptându-se la tineri și lucrători de tineret din diferite comunități, adaptate la grupul țintă. și specificarea ideilor/serviciilor/produselor, pentru a se potrivi la DEBLUUL METODEI corect.

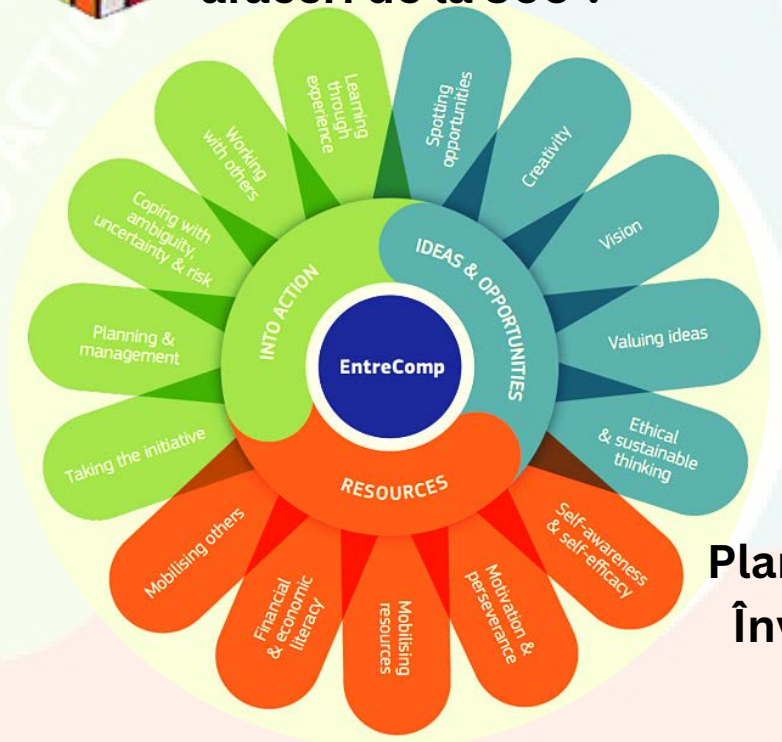


# M#1. Joc de masă

## PERSPECTIVE 360' ASUPRA ÎNTREPRINDERII SOCIALE



**Obiective:** Oferiți suport pentru realizarea unui plan de afaceri prin degustare și intrați în contact cu diferite instrumente și metode folosite pentru a facilita procesul de a deveni antreprenor. Pentru a vă uita la planul dvs. de afaceri de la 360`.



**Competențe:**

**Creativitate**

**Viziune**

**Motivația**

**Constiinta de sine**

**Luând inițiativa**

**Planificare si management**

**Învățarea prin experiență**

**Face față ambiguității,  
incertitudine și risc**

**Oferirea de feedback constructiv**



**ENTRECOMP:** Cadrul european de competențe antreprenoriale - Competențe antreprenoriale recunoscute la nivel european.

<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en>



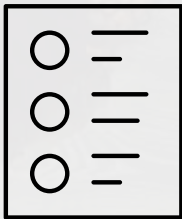
**Materiale necesare:**

**1 hârtie flipchart, materiale de desen, carton A6, cartonase A7, pioni**

# M#1. Joc de masă PERSPECTIVE 360' ASUPRA ÎNTRERINDERII SOCIALE



Debriefing și evaluare: Această metodă este încurajată să fie doar facilitată, pentru a ghida participanții să răspundă la cât mai multe întrebări posibil, sub presiunea timpului și, de asemenea, folosind câteva cuvinte cheie, (cum ar fi în BG DIXIT & ACTIVITY). Folosind metodele TABU sau GUESSING, acest joc poate fi condimentat cu umor și distracție, dar va dezvolta și competențe provocându-se să gândească mai mult din mai multe perspective și să găsească soluții pentru fiecare pas.



Înainte, în timpul și după joc:

Care este subiectul?

Ce se învață despre subiect?

Ce era nou?

Ce a fost simplu?

Ce era confuz?

Ce ar trebui să fac cu ceea ce am descoperit?



# M#1. Joc de masă PERSPECTIVE 360' ASUPRA ÎNTREPRINDERII SOCIALE

**Sfaturi:** Încurajați participanții să se gândească la o idee simplă pe care și-ar dori să o facă vie sau la o afacere pe care înainte să o pună în practică, să gândească la ea din moduri 360`diferite. A avea cel puțin 1 direcție, și a clarifica pe parcurs, descoperirea și completarea IDEEI DE PUZZLE pe parcursul desfășurării acestui joc, răspunzând la diferite întrebări pentru a înțelege mai bine dacă ideea este bună sau nu, este iubită sau nu, este real sau păstrează-l ca o iluzie și schimbă-l cu una mai realistă.

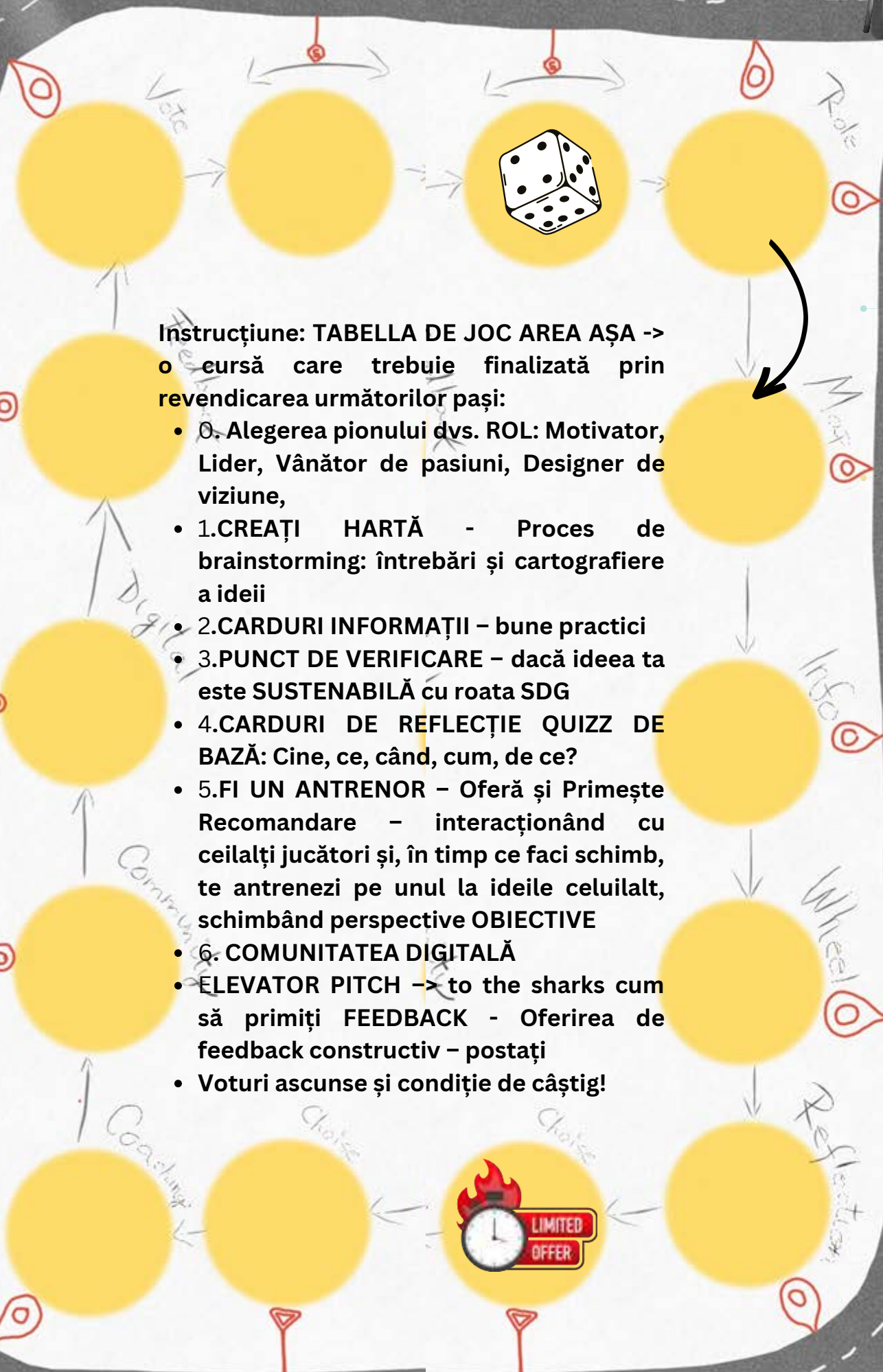
Încurajați-i de la început să își scrie VISUL, IDEA, PROIECTUL, PLANUL DE AFACERI, în general, apoi să ZOOMĂ în diferite părți ale acestuia și să dezvolte din mers.



**Instrucțiuni:** BORDA DE JOC este o cursă de traseu care trebuie realizată conducând către următoarele destinații (pas cu pas):

1. ALEGEREA ROLULUI
2. CREAȚI HARTĂ
3. INFORM - RESURSE
4. Se verifică POINT
5. REFLECȚIE
6. COACHING
7. COMUNITATEA DIGITALĂ
8. PĂRERE
9. CÂȘTIGĂ





**Instrucțiune: TABELLA DE JOC AȘA AȘA -> o cursă care trebuie finalizată prin revendicarea următorilor pași:**

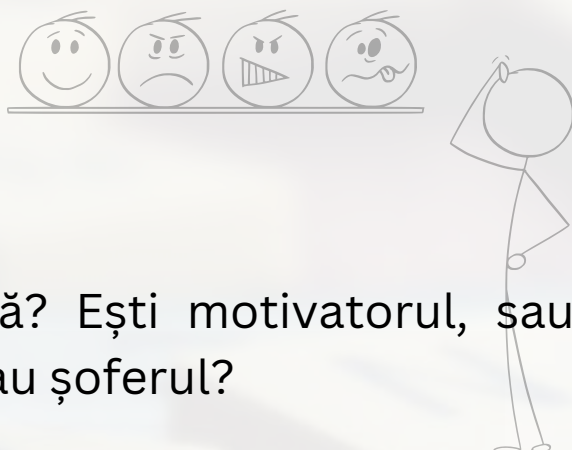
- 0. Alegerea pionului dvs. **ROL:** Motivator, Lider, Vânător de pasiuni, Designer de viziune,
- 1. **CREAȚI HARTĂ** - Proces de brainstorming: întrebări și cartografiere a ideii
- 2. **CARDURI INFORMAȚII** - bune practici
- 3. **PUNCT DE VERIFICARE** - dacă ideea ta este **SUSTENABILĂ** cu roata SDG
- 4. **CARDURI DE REFLECȚIE QUIZZ DE BAZĂ:** Cine, ce, când, cum, de ce?
- 5. **FI UN ANTRENOR** - Oferă și Primește Recomandare - interacționând cu ceilalți jucători și, în timp ce faci schimb, te antrenezi pe unul la ideile celuilalt, schimbând perspective **OBIECTIVE**
- 6. **COMUNITATEA DIGITALĂ**
- **ELEVATOR PITCH** -> to the sharks cum să primești **FEEDBACK** - Oferirea de feedback constructiv - postați
- **Voturi ascunse și condiție de câștig!**

# M#1. Joc de masă PERSPECTIVE 360' ASUPRA ÎNTRINDERII SOCIALE



## Alege-ți ROLUL.

Unde te plasezi într-o echipă? Ești motivatorul, sau liderul, pasionatul, creativul sau șoferul?



### HUSTLER

MEREU OCUPAT, DEPENDENT DE MUNCĂ, RAPID HOTĂRĂTOR

### INVENTATOR

ÎI PLACE SĂ CREEZE LUCRURI NOI, EXPERIMENTE

### VIZIONAR

CREATIV, IMAGINI MARI, GÂNDITOR, IDEI MARI

### EXPLORATOR

ÎNVĂȚĂTOR CURIOS, TOLERANT, CARE ÎȘI ASUMĂ RISCURI

### SCRAPPY

INGENIOS, FLEXIBIL, CARE ÎNCALCĂ REGULILE

### EVANGHELIST

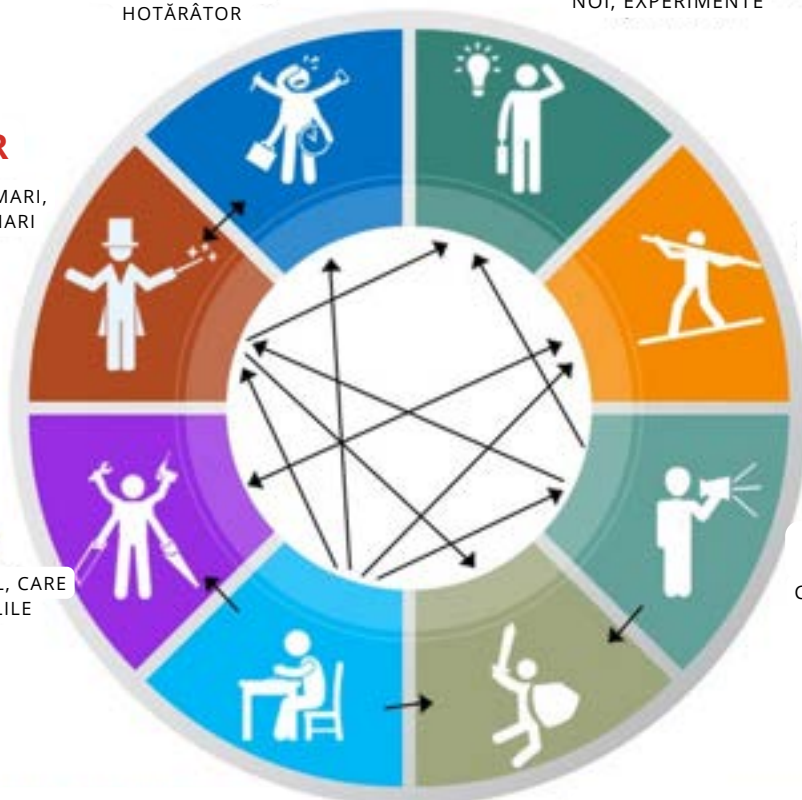
CARISMATIC, PURTĂTOR DE CUVÂNT, EXCITABIL

### CONSERVATOR

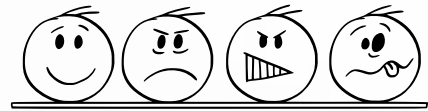
LOGIC, ANALITIC, COLABORATOR

### DE NEOPRIT

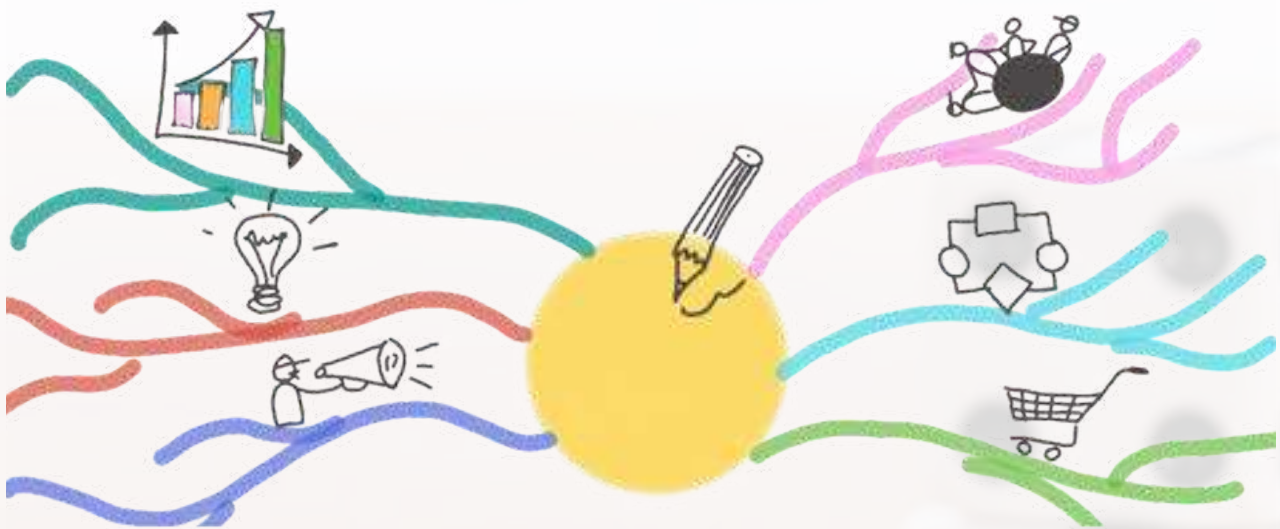
ÎNCREZĂTOR, NEINFRICAT, REZISTENT



# M#1. Joc de masă PERSPECTIVE 360' ASUPRA ÎNTREPRINDERII SOCIALE



**Mind Mapping** – folosind această metodă pentru a începe brainstorming pentru planul dvs. de afaceri: echipă, strategie, produs/serviciu, profit, idee, marketing:



**Faceți brainstorming ideea dvs. de afaceri sociale:**

Care este cel mai bun rezultat pe care îl puteți gândi la această idee/proiect?

ÎNȚELEGE (procesul) -> EXPLORA (joacă și face brainstorming) -> MATERIALIZEAZĂ (aprofundează și vizualizează constant până când o ai în realitate)





# M#1.Joc de masă

## PERSPECTIVE 360' ASUPRA ÎNTREPRINDERII SOCIALE



Informații și resurse (alegeți una dintre aceste 6 cărți, aruncând un zar sau doar rostind un număr de la 1 la 6, și în ordinea cărților, și fă-i pe ceilalți să ghicească cuvintele cheie):

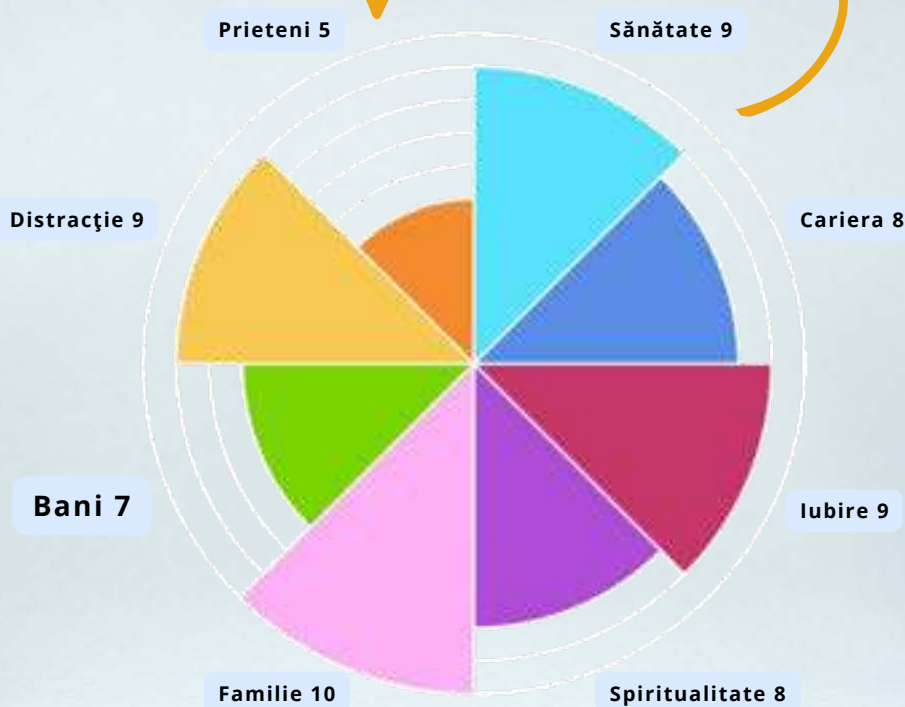
<p><b>1</b></p> <p><b>ECOANTREPRENORIAT</b></p> <p>ANTREPRENORIAT ÎN CARE SE CONCENTREAZĂ AFACERILE PE ACȚIONAREA DURABILĂ SAU PENTRU A AJUTA MEDIUL ANTREPRENORIAL ȘI ANTREPRENORIAT VERDE</p>	<p><b>2</b></p> <p><b>START-UP</b></p> <p>UN STARTUP ESTE O COMPANIE CARE SE AFLĂ ÎN STADIILE INIȚIALE ALE AFACERII</p>	<p><b>3</b></p> <p><b>ECOSISTEM</b></p> <p>UN GRUP DE OAMENI, STARTUP-URI ȘI ORGANIZAȚII ASOCIATE CARE FUNCȚIONEAZĂ CA UN SISTEM PENTRU A CREA ȘI A SCALA NOI STARTUP-URI.</p>
<p><b>4</b></p> <p><b>ANTREPRENOR</b></p> <p>O PERSOANĂ CARE ORGANIZEAZĂ, OPEREAZĂ ȘI ÎȘI ASUMĂ RISCUL PENTRU O AFACERE</p>	<p><b>5</b></p> <p><b>PITCH</b></p> <p>PENTRU A PROPUNE O IDEE DE AFACERI, DE OBICEI CU SCOPUL DE A OBȚINE UN CONTRACT SAU O FINANȚARE</p>	<p><b>6</b></p> <p><b>INGERII DE AFACERI</b></p> <p>O PERSOANĂ INDEPENDENTĂ CARE OFERĂ CAPITAL PENTRU DEZVOLTAREA UNEI AFACERI</p>



THE GLOBAL GOALS

# M#1. Joc de masă PERSPECTIVE 360' ASUPRA ÎNTREPRINDERII SOCIALE

**Punct de verificare:** Fă-ți roata vieții la nivel personal, apoi la nivel profesional, având o viziune globală.



# M#1. Joc de masă PERSPECTIVE 360' ASUPRA ÎNTREPRINDERII SOCIALE

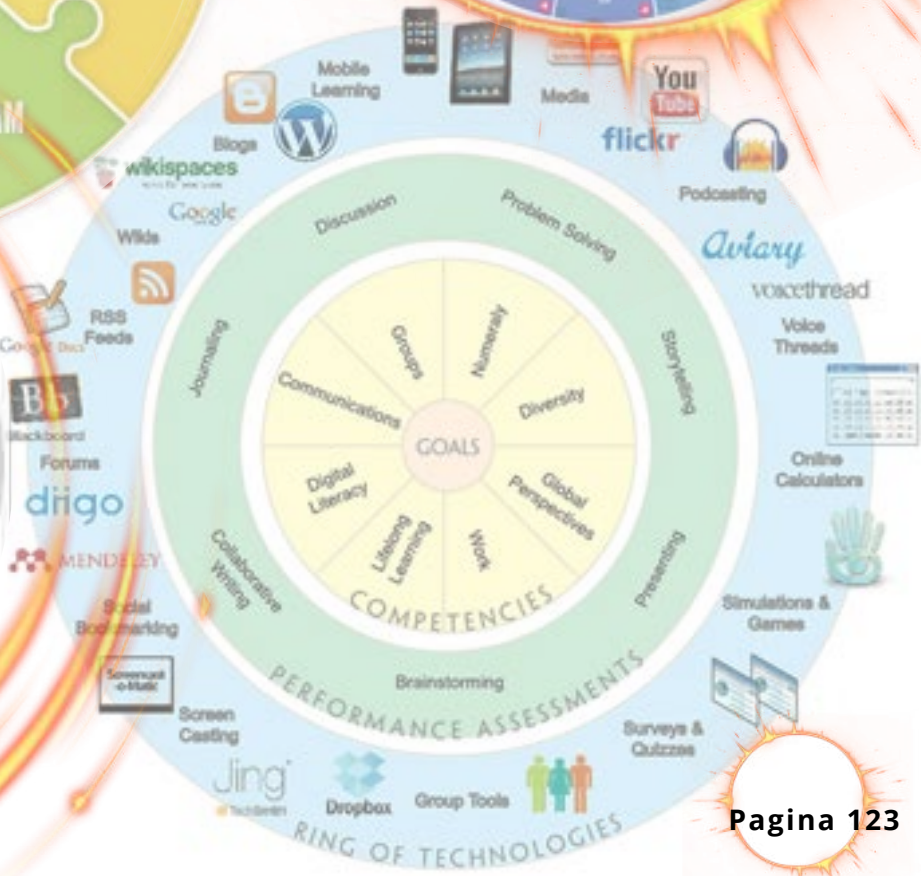
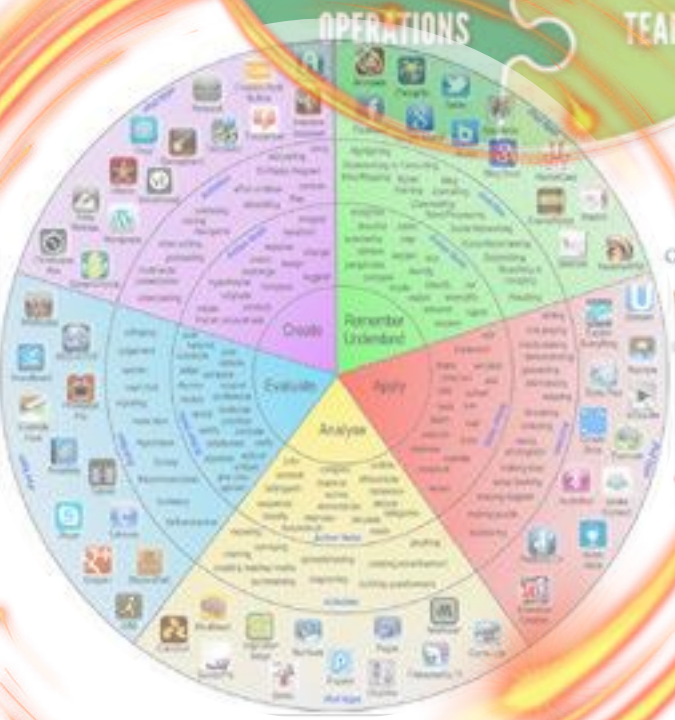
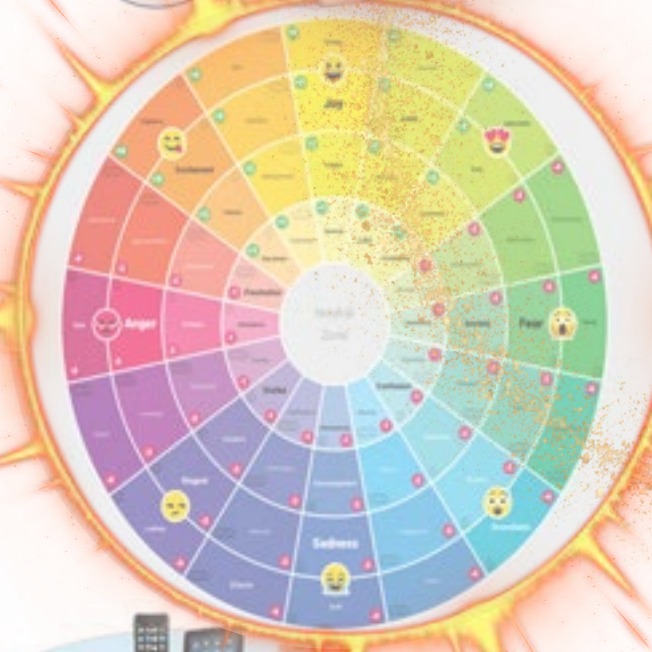
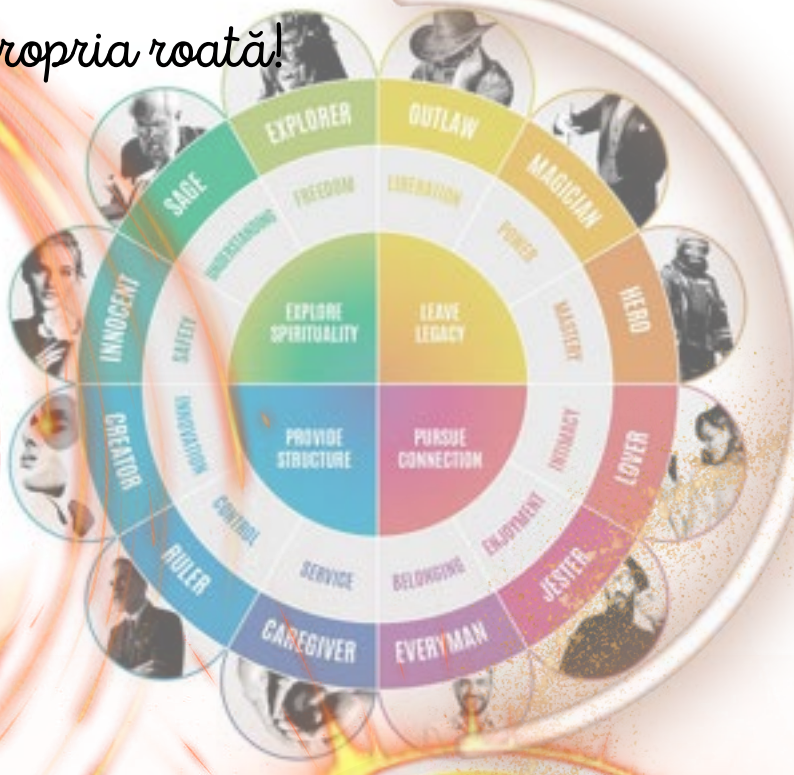


## Punct de verificare:

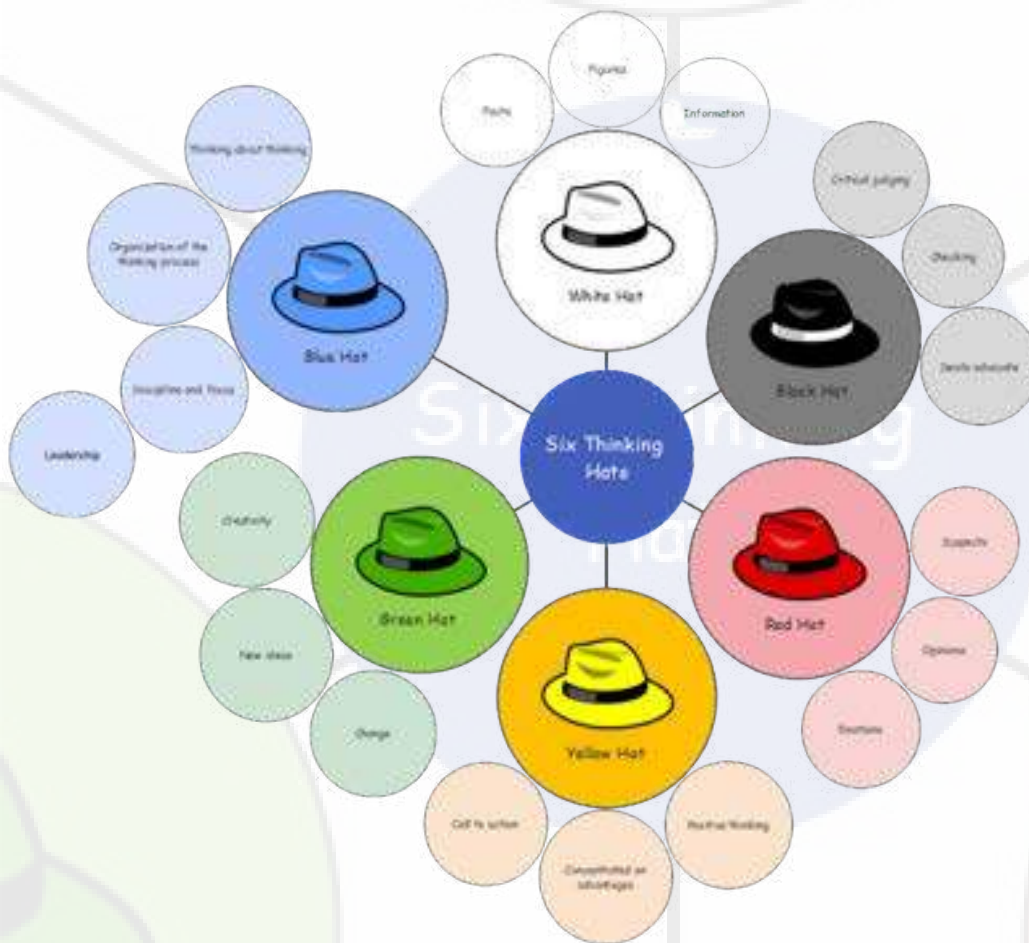
DEZVOLTARE DURABILĂ OBIECTIVE DE  
ANTREPRENORIAT - Model de roată care  
încurajează ideile durabile ale afacerilor



Creează-ți propria roată!



<p><b>PARTENERI CHEIE</b></p> <p>Cine sunt partenerii nostri cheie?              Cine sunt furnizorii nostri cheie?              Ce resurse cheie achiziționăm de la parteneri?              Ce activități cheie desfășoară partenerii?</p> <p><b>Motivația pentru parteneriate:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Optimizare și economie</li> <li>Reducerea riscului și a incertitudinii</li> <li>Achiziția unor resurse și activități specifice</li> </ul>	<p><b>ACTIVITĂȚI CHEIE</b></p> <p>Ce activități cheie necesită propunerile noastre de valoare?              Care sunt activitățile cheie de distribuție?              Relații cu clienții?              Fluxuri de venituri?</p> <p><b>Categorii:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Productie</li> <li>Rezolvarea problemelor</li> <li>Platformă/Rețea</li> </ul>	<p><b>PROPUNERI VALORICE</b></p> <p>Ce valoare oferim clientului?              Care dintre problemele clienților noștri ajută să o rezolvăm?              Ce pachete de produse și servicii oferim fiecărui segment de clienți?              Ce nevoi ale clienților le satisfacem?</p> <p><b>Caracteristici:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Noutatea</li> <li>Performanță</li> <li>Personalizare</li> <li>„Făcând treaba”</li> <li>Design</li> <li>Marca/Stare</li> <li>Preț</li> <li>Reducerea costurilor</li> <li>Reducerea riscului</li> <li>Accesibilitate</li> <li>Comoditate/Utilitate</li> </ul>	<p><b>RELAȚIA CU CLIEȚII</b></p> <p>Ce tip de relație se așteaptă ca fiecare dintre segmentele noastre de clienți să stabilim și să menținem cu ei?              Pe care le-am stabilit?              Cum sunt ele integrate cu restul modelului nostru de afaceri?              Cât de costisitoare sunt?</p> <p><b>Exemple:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asistență personală</li> <li>Asistență personală dedicată</li> <li>Autoservire</li> <li>Servicii automatizate</li> <li>Comunitățile</li> <li>Co-creatie</li> </ul>	<p><b>SEGMENTE DE CLIEȚI</b></p> <p>Pentru cine creăm noi valori?              Care sunt clienții noștri cei mai importanți?  <b>posibilități</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Piața de masă</li> <li>Piața de nișă</li> <li>Segmentat</li> <li>Diversificat</li> <li>Platformă cu mai multe fețe</li> </ul>
<p><b>RESURSE CHEIE</b></p> <p>Ce resurse cheie necesită propunerile noastre de valoare?              Canalele noastre de distribuție?              Relația cu clienții?              Fluxuri de venituri?</p> <p><b>Tipuri de resurse:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fizic</li> <li>Intelectual (brevete de marcă, drepturi de autor, date)</li> <li>Uman</li> <li>Financiar</li> </ul>	<p><b>CANALE</b></p> <p>Prin ce canale doresc să fie atins segmentele noastre de clienți?              Cum ajungem la ei acum?              Cum sunt integrate canalele noastre?              Care funcționează cel mai bine?              Care sunt cele mai eficiente din punct de vedere al costurilor?              Cum le integrăm cu rutinele clienților?</p> <p><b>Fazele canalului:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conștientizarea</li> <li>2. Evaluare</li> <li>3. Cumpărare</li> <li>4. Livrare</li> <li>5. Post-vânzare (asistență pentru clienți post-cumpărare)</li> </ol> <p>... de produse, servicii și propunere de valoare</p>	<p><b>FLUXURI DE VENIT</b></p> <p>Pentru ce valoare sunt cu adevărat dispuși să plătească clienții noștri pentru ce plătesc ei în prezent?              Cum ar prefera să plătească?              Cât de mult contribuie fiecare flux de venit</p> <p><b>Preț fix:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lista de prețuri</li> <li>În funcție de caracteristicile produsului</li> <li>Dependent de segmentul de clienți</li> <li>Dependent de volum</li> </ul>	<p><b>FLUXURI DE VENIT</b></p> <p>Pentru ce valoare sunt cu adevărat dispuși să plătească clienții noștri pentru ce plătesc ei în prezent?              Cum ar prefera să plătească?              Cât de mult contribuie fiecare flux de venit</p> <p><b>Preț fix:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lista de prețuri</li> <li>În funcție de caracteristicile produsului</li> <li>Dependent de segmentul de clienți</li> <li>Dependent de volum</li> </ul>	<p><b>STRUCTURA COSTURILOR</b></p> <p>Care sunt cele mai importante costuri inerente modelului nostru de afaceri?              Care resurse cheie sunt cele mai scumpe?</p> <p><b>Este afacerea ta mai mult:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dirijate de costuri (structură de costuri cea mai redusă, propunere de valoare cu prețuri scăzute, automatizare maximă, externalizare extinsă)</li> <li>Axat pe valoare (concentrat pe crearea de valoare, propunere de valoare premium)</li> </ul>
<p><b>COSTURI ECO-SOCIALE</b></p> <p>Ce costuri ecologice sau sociale provoacă modelul nostru de afaceri?              Ce resurse cheie sunt neregenerabile?              Care activități cheie folosesc multe resurse?</p> <p><b>Instrumente de evaluare:</b></p> <p>Evaluarea ciclului de viață (a produselor și serviciilor)</p> <p>Bilanțul bunului comun</p>	<p><b>BENEFICII ECO-SOCIALE</b></p> <p>Ce beneficii ecologice sau sociale generează modelul nostru de afaceri?              Cine sunt beneficiarii? Sunt potențiali clienți?              Putem transforma beneficiile într-o propunere de valoare? Dacă da, pentru cine?</p> <p><b>Instrumente:</b></p> <p>Standard de raportare socială</p> <p>Bilanțul bunului comun</p>	<p><b>BENEFICII ECO-SOCIALE</b></p> <p>Ce beneficii ecologice sau sociale generează modelul nostru de afaceri?              Cine sunt beneficiarii? Sunt potențiali clienți?              Putem transforma beneficiile într-o propunere de valoare? Dacă da, pentru cine?</p> <p><b>Instrumente:</b></p> <p>Standard de raportare socială</p> <p>Bilanțul bunului comun</p>	<p><b>BENEFICII ECO-SOCIALE</b></p> <p>Ce beneficii ecologice sau sociale generează modelul nostru de afaceri?              Cine sunt beneficiarii? Sunt potențiali clienți?              Putem transforma beneficiile într-o propunere de valoare? Dacă da, pentru cine?</p> <p><b>Instrumente:</b></p> <p>Standard de raportare socială</p> <p>Bilanțul bunului comun</p>	<p><b>BENEFICII ECO-SOCIALE</b></p> <p>Ce beneficii ecologice sau sociale generează modelul nostru de afaceri?              Cine sunt beneficiarii? Sunt potențiali clienți?              Putem transforma beneficiile într-o propunere de valoare? Dacă da, pentru cine?</p> <p><b>Instrumente:</b></p> <p>Standard de raportare socială</p> <p>Bilanțul bunului comun</p>



**CONSTRUIȚI PUZZLEUL FINAL PENTRU PLANUL DVS. DE AFACERI SAU IDEA DE PROIECT: (PRIMIȚI 2 PUNCTE PENTRU FIECARE ZONA CARE ESTE FINALIZATĂ - ești propriul tău judecător).**

**Dați procentul din fiecare plan, roată și proces pe care le-ați descoperit în timpul acestui joc și calculați suma totală a procentului pentru PUZZLE-ul final.**

**ANTREPRENORII DIGITALI Utilizați și instrumente digitale pentru dezvoltarea competențelor digitale**

**Antreprenori COMPETENȚE (VERIFICAȚI CE COMPETENȚE AI ÎNVĂȚAT SAU PUTEȚI ÎNVĂȚA)**

**Calculați procentul de sine + Procesul de vot ascuns + Feedback de tip sandwich**

Call to action

Positive thinking

## Metoda #2.

# CARDURI DE COACHING PERSPECTIVE 360° ASUPRA ÎNTREPRINDERII SOCIALE



Tip activitate: Joc de cărți

Tara: Romania

Numele designerilor: Diana Vestineanu

Tara: Romania



Designeri: Diana Vestineanu

Tematică: Coaching, Antreprenoriat,  
Social, Conștientizare, Crearea de idei



Complexitate: Nivel 2/ Mediu

Grup țintă: 16+

Număr pax: Minim 2



Durata activitatii: 15-30 min



Obiective: Creșterea gradului de  
conștientizare despre antreprenoriat,  
punând întrebări de la 360°.



Materiale necesare: cartonașe, hârtie  
opțională și creion

## Metoda #3.

# CARDURI DE COACHING PERSPECTIVE 360° ASUPRA ÎNTREPRINDERII SOCIALE

Joc de antrenament – poate fi folosit în mai multe moduri:

1. **SPEED DATE** - Ca data de viteza, aranjați oamenii 2 câte 2, unul dintre ei luând o carte din pachet și pune întrebarea celui din față, iar după 1 min, inversează rolurile, iar unul este povestitorul/vorbitorul, iar celălalt este ascultătorul activ.

2. **FIȚI ANTRENOR** – Dă și primești recomandări – interacționând cu ceilalți jucători și, în timp ce faci schimb, te antrenezi pe unul la ideile celuiilalt, schimbând perspective **OBIECTIVE**

3. **POVESTIREA** – alegeți un card, apoi alegeți o persoană din grup care să răspundă la întrebare în cca. 1 min dacă se poate, dar de data aceasta nu este o competiție, este un schimb de perspective și informații despre subiectul comun cu experiențe și perspective diferite.

Competențe:

Creativitate, Viziune, Motivație

Conștientizarea de sine, a lua inițiativa

Faceți față ambiguității, incertitudinii și riscului

Oferirea de feedback constructiv

Ascultare activa

Competențe de povestire/comunicare



## Metoda #2.

# CARDURI DE COACHING PERSPECTIVE 360° ASUPRA ÎNTREPRINDERII SOCIALE

DE CE SUNT TINERII DISPUȘI SĂ DESCHIDĂ O AFACERE ÎNAINTE DE A AVEA VREO EXPERIENȚĂ?

DE CE OAMENII ÎNCEP DE OBICEI SĂ PLANIFICE? SAU CUM CREZI CĂ ÎNCEP O AFACERE?

DE CE MERG OAMENII SĂ LUCREZE ÎN ALTE ȚĂRI? (CUM ESTE SITUAȚIA ÎN ȚARA TA?)

DE CE SE MUTĂ OAMENII PENTRU MUNCĂ, DIN LOCUL LOR PE CARE L-AU NĂSCUT?

CE FACTORI ÎI DETERMINĂ PE OAMENI SĂ-ȘI PĂRĂSEASCĂ ȚARA PENTRU A-ȘI DESCHIDE O AFACERE?

CARE ȚĂRI AU CEL MAI BUN SUCCES CU ACȚIUNILE ANTREPRENORIALE?

CE FEL DE ȚĂRI PRIMESC CEI MAI MULȚI ANTREPRENORI?

CE FEL DE ȚĂRI PRIMESC CEI MAI PUȚINI ANTREPRENORI?

CUM DECID ȚĂRILE CĂȚI OAMENI DIN ȚARA LOR AR TREBUI SĂ AIBĂ VOIE SĂ-ȘI DESCHIDĂ PROPRIA AFACERE ȘI CE PROCENT DIN EI SUNT ÎNCURAJAȚI SĂ LUCREZE PENTRU ALȚII, PENTRU STAT SAU MARI COMPANII?

MULȚI OAMENI LUCREAZĂ INDEPENDENT SAU AU DEVENIT ANTREPRENORI DIN ȚARA TA?

CE ESTE PENTRU ANTREPRENORIA TUL TĂU SOCIAL?

DIN PERSPECTIVA TA... ÎN CE ȚARĂ DIN LUME ESTE CEL MAI SIGUR SĂ TRĂIEȘTI?

DACĂ AI ÎNTÂLNI PERSOANA CARE ȘTIE TOATE RĂSPUNSURILE DESPRE ANTREPRENORI, CE ÎNTREBĂRI AI PUNE?

CARE SUNT CEI 3 FACTORI CARE ÎI ATRAG PE OAMENI SĂ-ȘI PĂRĂSEASCĂ ȚARA?

CARE SUNT TREI FACTORI DE ATRACȚIE ÎN IDEILE/PROIECTELE/AFACERILE NEREUȘITE?

CE REPREZINTĂ BANII PENTRU TINE? DAR COMUNITATEA? CUM POATE FI ECHILIBRAT?

CARE SUNT AVANTAJELE ȘI DEZAVANTAJELE ANTREPRENORIA TULUI?

DE CE MERG ATÂT DE MULȚI ANTREPRENORI ÎN AMERICA?

CE ESTE ANTREPRENORIA TUL ȘI DE CE ESTE IMPORTANT?

CE AI FACE DACĂ ȚARA ÎN CARE LOCUIEȘTI ARE REGULI/OBICEIURI FOARTE RESTRICTIVE PENTRU A FI ANTREPRENOR (CUM AR FI PLATA UNOR TAXE PEA MARI ETC.)?

CE AI VREA SĂ ȘTII DESPRE VIITORUL TĂU AL PROIECTULUI TĂU?

CE PUNCTE FORTE POȚI DEZVOLTA ÎN ȚARA TA MAI MULT DECÂT ÎN ALTELE?

CE DECIZIE SPONTANĂ AI LUAT ÎN LEGĂTURĂ CU O CĂLĂTORIE?

ÎMPĂRTĂȘEȘTE O OCAZIE CÂND AI ÎNCĂLCAT REGULILE!

## Metoda #2.

# CARDURI DE COACHING PERSPECTIVE 360° ASUPRA ÎNTREPRINDERII SOCIALE

CE AI FACE DACĂ  
ȚARA ÎN CARE  
TRĂIEȘTI ARE  
FOARTE LIMITE ALE  
LIBERTĂȚII?

CE AI FACE DACĂ  
LOCUIEȘTI ÎNTR-O  
ȚARĂ ÎN CARE  
EXISTĂ MAI MULTE  
OBLIGAȚII DECÂT  
RECOMANDĂRI?

CE OPORTUNITATE AI  
VREA SĂ PRIMEȘTI ÎN  
ȚARA TA PENTRU A FI  
FERICIT CU  
VIITOAREA TA  
CARIERĂ?

DE CE AI AVEA  
NEVOIE PENTRU  
A FI O PERSOANĂ  
FERICITĂ ÎN  
ȚARA TA?

PENTRU CE EȘTI  
RECUNOSCĂTOR  
ȚĂRII TALE? DAR  
PĂRINȚILOR  
TĂI?

IN CE TARA TI-  
AR PLACEA SA  
TRAIESTI? DE  
CE?

CE ȚI-A PLĂCUT  
CEL MAI MULT SĂ  
JOCI ÎNAINTE DE A  
ÎNCEPE SĂ MERGI  
LA ȘCOALĂ,  
ÎNAINTE DE 6-7  
ANI?

CARE SUNT CEI  
MAI IMPORTANTI  
OAMENI DIN ȚARA  
TA? DAR DIN ALTĂ  
ȚARĂ?

DE CE AI NEVOIE  
PENTRU A-ȚI  
SCHIMBA VIAȚA  
ÎN BINE?

ÎMPĂRTĂȘEȘTE O  
OCAZIE ÎN CARE AI  
FĂCUT PE CINEVA  
CU MUNCA TA/ LA  
LOCUL TĂU DE  
MUNCĂ/ CU  
SERVICIILE TALE?

CE TE FACE SĂ  
ZĂMBEȘTI CÂND  
TE GÂNDEȘTI LA  
ANTREPRENORI?

PE CINE AI VREA SA  
INTALNEȘTI LA O  
DISCUTIE? DAR DE LA  
TOȚI ANTREPRENORII  
PE CARE ÎI  
CUNOAȘTEȚI? DE CE?

CE ÎȚI DOREȘTI SĂ SE  
ÎNTÂMPLA ÎN JURUL  
TĂU PENTRU A FI  
MULȚUMIT DE VIAȚA  
TA?

CE AI FACE  
DACĂ AI FI  
PREȘEDINTE?

CARE ESTE VORBA  
TA PREFERATĂ  
DEPRE  
FREELANCERI SAU  
ANTREPRENORI?

CE FACI PENTRU  
A-ȚI FACE STILUL  
DE VIAȚĂ MAI  
ECOLOGIC/RESPO  
NSABIL?

CE PACE ESTE  
DUPĂ PĂREREA  
TA?

CARE SUNT  
GRANIȚELE  
PENTRU TINE?  
DE CE CREZI CĂ  
EXISTĂ?

PENTRU CE ESTI  
RECUNOSCATOR? AȚI  
INTERACȚIONAT ȘI  
AȚI PRIMIT BENEFICII  
DIN  
ANTREPRENORIATUL  
SOCIAL PÂNĂ ACUM?

ÎMPĂRTĂȘIȚI O  
ACTIVITATE DE  
VOLUNTARIAT PE  
CARE AȚI FĂCUT-O  
CÂNDVA ȘI CARE S-A  
TRANSFORMAT ÎNTR-  
UN PROIECT/MICĂ  
AFACERE!

CUM AR ARĂTA  
ZIUĂ TA  
PERFECTĂ, DACĂ  
AI FI ENTREP?

CUM AI DESCRIE  
COMUNITATEA  
TA? DAR CEL  
IDEAL? 😊

CARE AR FI CELE  
4 DORINȚE ALE  
TALE PENTRU  
PLANETA TA  
PĂMÂNT?

CE FEL DE  
LUCRURI NOI AI  
VREA SĂ ÎNVEȚI?



## Metoda #2.

# CARDURI DE COACHING PERSPECTIVE 360° ASUPRA ÎNTREPRINDERII SOCIALE

CUM AJUȚI ALȚI  
OAMENI DIN  
COMUNITATEA  
TA?

CE ESTE O  
COMUNITATE  
PENTRU  
TINE?

DE CE ȚI-E JENĂ  
LA IDEILE TALE,  
DE CELE MAI  
MULTE ORI?

CE  
INTENȚIONAȚI  
SĂ REALIZAȚI  
ÎN  
URMĂTOARELE  
6 LUNI?

CE AI VREA SĂ  
INVENTEZI ÎN  
ȚARA TA DACĂ AI  
AVEA O PUTERE  
SPECIALĂ?

CE LEGĂTURI VOR  
FI ÎNTRE OAMENI  
ÎN VIITOR LA  
NIVEL  
PROFESIONAL?

CE TE  
ENERVEAZA  
CEL MAI  
MULȚ?

CE FACI  
PENTRU A FACE  
VIAȚA MAI  
BUNĂ PENTRU  
GENERAȚIILE  
URMĂTOARE?

CARE ESTE ACEA  
ACTIVITATE  
CARE ÎȚI FACE  
VIAȚA  
DELICIOASĂ?

CARE ESTE  
LEGĂTURA TA  
CU BANII?

CE FACI PENTRU  
A TE DEZVOLTA?  
CE FACI PENTRU  
A-ȚI PUNE IDEILE  
ÎN PRACTICĂ?

CARE ESTE CEL MAI  
INTERESANT  
LUCRU DESPRE  
ANTREPRENORIAL  
UL SOCIAL?

DE UNDE ÎȚI IEI  
ENERGIA  
PENTRU VIAȚA  
DE ZI CU ZI?

CARE ESTE  
PARTEA TA  
PREFERATĂ DIN  
ENTREP? VREUN  
FILM? O CARTE?

CE AI FACE DACĂ  
AI CÂȘTIGA LA  
LOTERIE?

CE PERSOANĂ  
DIN ȚARA  
NATALĂ TE  
INSPIRĂ? DAR  
DE LA ALTUL?

ÎMPĂRȚĂȘEȘTE  
UN MOMENT AHA  
CARE ȚI-A  
SCHIMBAT VIAȚA!

CE TE MOTIVEAZĂ  
PENTRU A DA VIU  
IDEII/PROIECTULUI  
TĂU?

CONSIDERI  
CĂLĂTORIA CA  
PE O  
OPORTUNITATE?  
DACĂ DA, DE CE?

CE ȚARĂ AI VREA  
SĂ VIZITEZI ȘI DE  
CE? DAR SĂ  
DESCHIZI O  
ÎNTREPRINDERE  
ACOLO?

ÎN CE CREZI?

CE CONTINENT  
ȘI ȚARĂ AȚI  
DORI SĂ VĂ  
TELEPORTAȚI?  
DE CE?

CARE ESTE  
PARTEA CEA MAI  
DIFICILĂ ÎN A  
PĂRĂSI ȚARA TA?  
DAR TRAIESTI ÎN  
ALTA ȚARA?

## Metoda #3. „Aflați Finanțe”



Tip de activitate: Joc de masă  
Numele designerilor: România, Asociația CPDIS



Tematică: Finanțe

Complexitate: medie spre mare



Grup țintă: 16+

Număr Pax: Min 2 Pax max 5 jucători



Durata activitatii: pana la 60 min

Obiective: Terminați jocul de masă și răspundeți la toate întrebările aflați informații utile despre finanțe

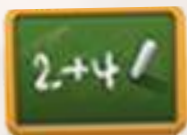


Materiale necesare: (Giant) Zaruri, hârtie colorată pentru crearea tablei, tipărirea cărților de joc.



Competențe: memorie, cunoștințe financiare de bază, măsurarea asumării riscurilor, a învăța să înveți, atenție, perseverență, cooperare cu ambiguitate, incertitudine și risc,

## Metoda #3. „Aflați Finanțe”



Descriere: Joc de tip joc de masă cu 6 puncte de control, fiecare jucător trebuie să ia decizia de a arunca zarurile sau de a merge cu o piesă înainte. Dacă aruncă zarurile, s-ar putea să treacă mai repede prin pistă, dar să obțină mai puține informații dacă aleg să mergă încet, jucătorul va primi informații de la fiecare piesă. Fiecare țigla oferă informații despre tema finanțelor. Pentru a intra în punctul de control, jucătorul trebuie să lovească numărul exact cu zarurile (dacă jucătorul joacă cu metoda zarurilor). La punctul de control fiecare jucător va trebui să tragă 4 cărți și să răspundă la întrebările scrise pe cărți. Fiecare punct de control poate fi capturat răspunzând la minimum 3 din 4 întrebări referitoare la informațiile pe care le-a primit. (Jucătorul poate fi eliminat de la locul său dacă adversarul dă toate răspunsurile corecte) La ultimul punct de control trebuie să răspundă corect la toate întrebările în 3 minute, pentru a trece de linia de sosire. [Întrebările finale sunt amestecate și sunt legate de toate etapele (între punctele de control)]



Debriefing și evaluare: Nu este nevoie  
Sfaturi pentru facilitator: Facilitator este o necesitate

Jocul poate fi adaptat pe alt subiect prin modificarea informațiilor oferite jucătorilor și a întrebărilor.

Sugestii: cunoasterea limbii engleze.

# Metoda #3.

## Află Cursa Finantelor



Niveluri:

LVL 1: linii de finanțare: Start up nation, fundații europene etc. (până la 5)

LVL 2 : În Ghidul de aplicare a grantului

Nivelul 3: Proprietarii de afaceri ar trebui să se educe cu privire la abilitățile financiare de bază și să rămână organizați pentru a gestiona banii în mod eficient.

Nivelul 4: Pentru a gestiona eficient finanțele, proprietarii de afaceri mici ar trebui să aloce bani pentru oportunități de creștere, să-și monitorizeze cărțile și să stabilească

obiceiuri financiare bune, cum ar fi revizuirea și actualizarea periodică a informațiilor financiare

Nivelul 5: Gestionarea fluxului de numerar devenind creativ cu strategiile de facturare poate preveni problemele fluxului de numerar, iar măsurarea cheltuielilor și rentabilitatea investiției poate asigura că investițiile merită.

Nivelul 6: Planificarea în avans pentru viitor este, de asemenea, importantă, deoarece permite luarea deciziilor strategice care pot menține afacerea înaintea concurenței.

Întrebări:

Nivelul 1: Numiți 4 linii de finanțare!

Nivelul 2: Care este primul lucru pe care trebuie să-l citiți pentru a vedea cum să aplicați pentru fonduri? Unde o găsești?

Nivelul 3: Pentru a fi competent financiar de bază și a rămâne organizat pentru a gestiona banii eficient, ce ar trebui să facă un proprietar de afaceri?

Nivelul 4: Ce ar trebui să facă un proprietar de afaceri pentru a gestiona eficient finanțele?

Nivelul 5: Cum poți preveni problemele fluxului de numerar?

Nivelul 6: Care este cel mai mare beneficiu al planificării viitorului?

Întrebări combinate de la fiecare nivel. Combină cu infografică calendarul orar Nivelul 1-6



### #3. „Aflați finanțele”





## #3. „Aflați finanțele”

**NIVELUL 1:  
OPORTUNITATI  
DE FINANTARE:**

- A. NAȚIUNE ÎNFIINȚATĂ
- B. FUNDAȚII EUROPENE
- C. FUNDAȚII STRUCTURALE
- D. GRANTURI SEE ȘI NORVEGIA
- E. FONDURI PRIVATE

**NIVELUL 2:**

- A. GHID
- B. CRITERIU DE EVALUARE
- C. CRITERII DE ELIGIBILITATE
- D. APEL NAȚIONAL
- E. BUGET (LA CE ÎL PUTEȚI FOLOSI)

**NIVELUL 3:**

- A. CERCETARE DE PIATA
- B. IDENTIFICAȚI GRUPUL ȚINTĂ (SPECIFIC).
- C. PREZENTAȚI-VĂ IDEEA ȘI OBTINEȚI FEEDBACK
- D. EVALUARE A RISCURILOR
- E. PÂNZĂ MODEL DE AFACERI

**NIVELUL 4:**

- A. PROPRIETATE UNICĂ
- B. LLC (SOCIETATE CU RĂSPUNDERE LIMITATĂ)
- C. SOCIETATE PE ACȚIUNI
- D. PARTENERIAT
- E. CORPORAȚIE

**NIVELUL 5:**

- A. REZERVAREA NUMELUI COMPANIEI
- B. DECIDEȚI STRUCTURA JURIDICĂ A AFACERII DVS
- C. ONLINE - FIZIC
- D. CREAȚI UN PLAN DE AFACERI
- E. IDEE INOVATOARE

**NIVELUL 6  
(LINIE DE SFÂRȘIT)**



# „Aflați Finanțe”



## #3., „Aflați Finanțe”

**NIVELUL 1:  
NUMIȚI 4  
OPORTUNITĂȚI  
DE FINANȚARE?**



**NIVELUL 2: CARE  
ESTE PRIMUL  
LUCRU PE CARE  
TREBUIE SĂ-L  
CITIȚI PENTRU A  
VEDEA CUM SĂ  
APLICAȚI  
PENTRU  
FONDURI?  
(NUMIȚI 4)**

**NIVELUL 3: CUM  
ÎȚI TESTEZI  
IDEEA?**



**NIVELUL 4: CE FEL  
DE FORMĂ  
JURIDICĂ ESTE  
POTRIVITĂ  
PENTRU  
COMPANIA  
DUMNEAVOASTRĂ  
?**

**NIVELUL 5: CE  
TREBUIE SĂ FACI  
PENTRU A-ȚI  
DESCHIDE NOUA  
COMPANIE?**










**NIVELUL 6:  
ÎNTREBĂRI DE LA  
FIECARE NIVEL**

# ORAR

ZI/TIMP	LUNI	MARȚI	MIERCURI	JOI	VINERI

Calculați-vă cheltuielile pentru o săptămână față de 9 luni

						
Luna 1						

## Metoda #4. Avansați-vă aventura



Tip activitate: ascultare, discuții în grup

Instrument online/ offline: online

Țara: Croația

Numele designerului: Ivona Horvat



Complexitate: nivelul 2



Grup țintă: tineri



Număr pax: 5 - 10

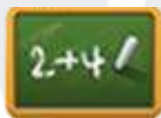
Durata activității: 60 de minute



-Descriere: Această activitate îi încurajează pe viitorii antreprenori la începuturile de a începe propria afacere și îi ajută să facă față unor probleme care ar putea apărea.



-Obiective: Să pregătească indivizii pentru problemele care pot apărea la deschiderea unui startup, să înțeleagă responsabilitățile care vin cu pornirea, să se ajute reciproc să găsească răspunsurile.



-Competențe: gândire critică



-Materiale necesare: laptop, conexiune la internet, căști și microfon, hârtie, pix

## Metoda #4. Avansați-vă aventura



### Instrucțiuni:

Leader pregătește o prezentare PowerPoint despre 5 principii ale antreprenoriatului. Întregul grup se întâlnește online pe o platformă de videoconferință. După o scurtă introducere și prezentare a fiecărui participant, liderul începe cu prezentarea. Când ați terminat, ultimul diapozitiv al prezentării ar trebui să conțină 5 principii explicate pe scurt. Acum, grupul are 15 minute pentru a se gândi la aceste principii și a-și pune gândurile pe hârtie. Ar trebui să pună cel puțin trei propoziții pentru fiecare principiu. După ce au terminat, fiecare dintre ei ar trebui să-și prezinte gândurile grupului.

### Debriefing și evaluare:

După fiecare prezentare, este recomandat ca participanții să lase un comentariu și, în acest fel, să se ajute reciproc.

### Principii eficiente

Metoda antreprenorială constă în principal din cinci principii eficiente. Ele reprezintă o logică a gândirii pe care unii dintre cei mai experți antreprenori o folosesc pentru a-și construi întreprinderile. Prin observarea unui număr mare de antreprenori și întreprinderi de-a lungul timpului și în diferite industrii, acestea sunt principiile care îi pot ajuta pe antreprenori să-și avanseze întreprinderile.



## Metoda #4. Avansați-vă aventura

### Principii eficiente

- Începeți cu mijloacele dvs.: dacă încercați să construiți o nouă afacere, ar trebui să începeți cu mijloacele disponibile. Adică trebuie să te întrebi: cine ești, ce știi și pe cine cunoști. Odată ce ai răspuns la aceste întrebări, puteți începe să vă imaginați diferite posibilități și rezultate care provin din mijloacele dvs. Este important să nu te concentrezi doar pe un obiectiv specific, ci să fii deschis pentru noi posibilități și oportunități.
- Concentrați-vă pe pierderea accesibilă: pentru a vă limita riscul de dezavantaj, definiți pierderea accesibilă. În special în etapele incipiente ale întreprinderii dvs., este mult mai rezonabil să limitați potențialul de dezavantaj, mai degrabă decât să vă concentrați pe posibilele rentabilități și să urmăriți o strategie riscantă de totul sau nimic. Cu toate acestea, definiți întotdeauna pierderea accesibilă în avans pentru a vă proteja de potențialele părtiniri cognitive în timpul proiectului.
- Formează parteneriate: Lucrul împreună cu părțile interesate reduce incertitudinea. Parteneriatele vă pot ajuta să creați noi piețe împreună cu oameni care au un set de abilități complementare cu ale dvs., ceea ce vă reduce semnificativ riscul. În plus, este în general mai distractiv să lucrezi cu alții în loc să încerci să faci totul singur.
- Profitați de riscuri: dacă viața îți oferă lămâi, fă limonadă. Surprizele aparent proaste și întorsăturile neașteptate nu sunt întotdeauna rele, încercați să le vedeți ca noi oportunități. Poate tocmai ai găsit o altă modalitate care nu funcționează. Aceste experiențe pot fi mai valoroase decât ați putea crede. De fapt, multe dintre cele mai de succes întreprinderi au fost rezultatul unui alt proiect eșuat sau al unei coincidențe.
- Controlează viitorul: concentrează-te pe activitățile care se află sub controlul tău. Dacă petreci prea mult timp îngrijorându-te cu privire la ceea ce s-ar putea întâmpla sau s-ar putea întâmpla cu afacerea ta, renunți la control. Concentrează-ți eforturile pe ceea ce poți influența pentru a-ți atinge obiectivele pe rând. Cu alte cuvinte, dacă controlezi viitorul nu trebuie să-l prezici.

# Metoda #5. Joc vs Teorie!



Tip de activitate: Joc de masă  
Instrument online/ offline: offline  
Țara: Croația  
Numele designerilor: Ivona Horvat



Tematică: Social/ Antreprenoriat, branding și marketing și vânzări, investiții și granturi, Gândire critică

Complexitate: Nivelul 3



Grup țintă: Tineri, interval de vârstă 18-30 de ani



Număr pax: 2-18 (se poate juca individual sau în grupuri mici)

Durata activitatii: 1-3 ore



Descriere: Acest joc de masă va ajuta la înțelegerea startup-urilor și a procesului decizional. Noile tehnologii, curriculum-ul bazat pe STEM și noile domenii interesante de efort înseamnă că avem nevoie de o nouă generație de inovatori și creatori de afaceri. Cunoștințele și viziunea care sunt esențiale pentru a crea schimbarea de care lumea noastră are nevoie sunt închise în tine. Game Against Theory este o modalitate distractivă, educațională și interactivă de a învăța și de a exersa abilitățile necesare pentru a câștiga bani în această lume nouă și pentru a ajuta la avansarea acesteia.



Obiective: Să înveți despre bani, inovație, antreprenoriat, situații din viața reală, probleme din țara ta, transport

Competențe: luarea deciziilor, dezvoltarea ideilor

Materiale necesare: cartonașe, pixuri, caiet

## Metoda #5. Joc vs. Teorie!



Instrucțiuni: Participanții se întâlnesc în jurul mesei, aleg cartea și joacă jocul. Liderul trebuie să explice regulile și să răspundă la întrebări, dacă participanții întreabă. Jucătorii trebuie să fie familiarizați cu situația din țara lor, să fie inovatori, să ia decizii și să se gândească din nou pentru a rezolva problema prezentată pe cardul pe care l-au ales. Scopul este crearea unui plan de afaceri. Ei vor dezvolta toate abilitățile necesare în timp ce se distrează. De asemenea, îi va învăța comunicarea, planificarea, luarea deciziilor, încrederea.



Debriefing și evaluare:

După terminarea jocului, toată lumea discută despre succesul lor, despre strategia lor și dacă ar schimba ceva.



Varietăți pentru metodă:

diferite probleme și situații pot fi întotdeauna adăugate la carduri



# Metoda #5. Joc vs. Teorie!

## Exemplu de card:

Nina, 33 de ani

- Master în economie
- Mamă a doi copii
- Trăiește într-un mic sat la 30 km distanță de capitală
- În prezent lucrează în brutărie, normă întreagă (40h pe săptămână)
- Ea vrea să-și găsească un loc de muncă în economie
- Interviurile de angajare au loc de obicei în jurul orei 10 dimineața, așa că este greu să obțineți timp liber de la locul de muncă actual
- Nu are experiență în economie
- O mulțime de oportunități de muncă sunt foarte departe de satul ei, așa că trebuie să cheltuiască mulți bani pentru transport

Marin și Anna, 26 de ani

- Marin are un master în pedagogia artei
  - Anna a terminat liceul
  - Ei locuiesc în oraș
  - În prezent, amândoi lucrează într-o fabrică, normă întreagă (40 ore pe săptămână)
  - Marin vrea să-și găsească un alt loc de muncă, de preferință în pedagogie
  - Anna nu vrea să-și schimbe locul de muncă
  - Anna vrea ca ei să lucreze împreună și este foarte împotriva lui să-și schimbe locul de muncă
  - Marin nu are experiență în pedagogie sau lucru cu copiii
  - Salariul la acest job este bun, dar Marin vrea să lucreze în pedagogie, care este mai puțin plătită
- Ambii au o situație financiară dificilă din cauza renovării casei lor

Ivan, 56 de ani

- Liceul terminat
- Trăiește într-un oraș
- Șomeri
- Trebuie să-și întrețină familia
- Nu cunoaște limba engleză, vorbește doar limba maternă
- Fără cunoștințe de calculator
- A lucrat într-o fabrică de produse chimice în ultimii 20 de ani

# Metoda #5. Joc vs. Teorie!

## Exemplu de card:

Maja, 32 de ani

- Liceul terminat
- Vorbeste engleza
- Trăiește într-un oraș
- A lucrat în industria aviației
- Lucrează acolo de 2 ani
- Primește un nou contract la fiecare 6 luni
- Acum că este însărcinată, conducerea nu îi va da noul contract, așa că își pierde locul de muncă

Jacob, 28 de ani

- Master în economie
- Trăiește într-un oraș
- Vorbeste engleza
- În prezent lucrează într-o companie mică ca administrator
- Nu are experiență în probleme economice reale
- Salariu mic
- Vrea să-și găsească un alt loc de muncă, mai bine plătit
- Nu poate participa la interviurile de angajare din cauza jobului său actual

Mary, 39 de ani

- Master în arhitectură
- Trăiește într-un oraș
- Vorbeste engleza
- Nu are un loc de muncă
- 2 copii, mamă singură
- Caută un loc de muncă bine plătit pentru a-și putea întreține familia
- 10 ani de experiență în arhitectură
- Adesea are nevoie de timp liber din cauza copiilor

# Metoda #6.

## Spune-ți prejudecățile



Tip activitate: Dezbateri

Instrument online/ offline: offline

Țara: TÜRKIYE

Numele designerilor: EIG



Tema: Social/ Antreprenoriat, Gândire critică

Complexitate: Nivelul 2



Grup țintă: tineri cu vârsta peste 13 ani

Număr pax: Min 2



Durata activității: 60 de minute



Descriere: Această activitate îi face pe participanți să se gândească și să dezbată despre stereotipurile legate de antreprenoriat.

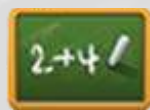


Obiective/Competențe:

Pentru a dezvolta abilitățile de comunicare

Pentru a îmbunătăți expresia de sine

Capacitatea de a discuta despre un subiect



Materiale necesare:

O hârtie A4 per declarație

# Metoda #6.

## Spune-ți prejudecățile



### Instruire

Scrie stereotipuri pe hârtie A4 și așează-le în colțuri. Iată câteva exemple:

- Antreprenoriatul este doar pentru cei care își asumă riscuri.
- Motivația principală a antreprenoriatului sunt întotdeauna banii.
- Antreprenorii se nasc cu acel talent.
- Toți antreprenorii sunt capitaliști.



### Partea 1.

Împărțiți participanții în grupuri și explicați-le că vor avea la dispoziție 5 minute pentru fiecare declarație pentru a dezbate și a discuta. După 5 minute trebuie să treacă la următoarea declarație.

### Partea 2.

Participanții se vor întâlni din nou în jurul unui cerc în care vor discuta afirmații cu care sunt puternic de acord/dezacord.

Dați instrucțiuni pas cu pas:

Pasul 1.....

Pasul 2.....

etc.



### Debriefing și evaluare:

Întrebați participanții cum se simt despre activitate,

Cu ce afirmații au fost cel mai mult de acord sau în dezacord și de ce?



### Sfaturi pentru facilitator:

Încercați să calmați participanții și să închiideți discuția dacă orice dezbateră începe să se transforme într-un cerc vicios.

### Varietăți pentru metodă:

În loc să facă un cerc în partea 2, grupurile se construiesc în partea 1. pot face o prezentare asupra ultimei afirmații despre care au vorbit. această prezentare ar trebui să conțină puncte de vedere pozitive și negative asupra enunțului.

## Metoda #

# Joc de simulare a întreprinderilor sociale



Tip de activitate: Joc de simulare  
Instrument online/ offline: offline

Țara: Turcia

Numele designerilor: Ilias J. SHAWKAT



Tematică: Managementul resurselor - lucru în echipă

Complexitate: Nivel 2/ Intermediar



Grup țintă: Tineret

Număr pax: Min 3 / sau un grup de 3



Durata activitatii: 60 -90 de minute

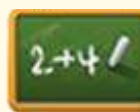


Descriere: Acest joc de simulare va permite participanților să experimenteze provocările de a conduce o întreprindere socială. Participanții vor lucra în echipe pentru a lua decizii legate de managementul resurselor, colaborarea în echipă și sustenabilitatea financiară.



Obiective: Să învețe participanții despre provocările conducerii unei întreprinderi sociale  
Pentru a dezvolta abilitățile de lucru în echipă și colaborare

Pentru a încuraja participanții să gândească strategic



Pentru a dezvolta abilități de management financiar

Competențe: lucru în echipă, gândire strategică, management financiar, comunicare

# Metoda #

## Joc de simulare a întreprinderilor sociale



### Instruire

Introducere în jocul de simulare:

Explicați scopul jocului de simulare și obiectivele de învățare. Subliniați importanța muncii în echipă, a colaborării și a gândirii strategice în conducerea unei întreprinderi sociale. Oferiți o privire de ansamblu asupra regulilor și mecanicii jocului.

Explicarea regulilor:

Descrieți în detaliu regulile jocului de simulare. Explicați cum va fi jucat jocul, cum vor fi făcute ture și cum vor fi câștigate puncte. Discutați despre diferitele roluri și responsabilități ale membrilor echipei.

Formarea echipei și repartizarea rolurilor:

Formați echipe de 3-5 participanți, în funcție de numărul de participanți. Atribuiți fiecărui membru al echipei un anumit rol, cum ar fi CEO, manager de marketing, manager financiar și manager de operațiuni.

Jocul:

Oferiți participanților timp să joace jocul de simulare, urmând regulile și mecanismele discutate la pasul 2. Monitorizați progresul echipelor și oferiți îndrumări după cum este necesar.

Debriefing și evaluare:

Conduceți o discuție de grup despre experiențele și provocările întâlnite în timpul jocului. Încurajați participanții să reflecteze la ceea ce au învățat despre munca în echipă, colaborare, gândire strategică și management financiar.



## Metoda #7.

# Joc de simulare a întreprinderilor sociale



Sfaturi pentru facilitator:

Subliniați importanța comunicării și colaborării eficiente. Încurajați participanții să gândească strategic și să ia în considerare sustenabilitatea financiară pe termen lung a întreprinderii lor sociale.



Variatăți pentru metodă:

Această metodologie poate fi adaptată la diferite modele de întreprindere socială și public țintă.



Sugestii:

Permiteți participanților să își personalizeze modelul și obiectivele de întreprindere socială în funcție de interesele și expertiza lor.



Informații suplimentare:

Offline: jocul de simulare poate fi proiectat și produs de facilitatori sau poate fi obținut din resurse existente



## Metoda #8.

# Descoperiți-vă DHARMA



Tip activitate: lectură și discuție  
Instrument online/ offline: offline

Tara: CROAȚIA

Numele designerilor: Ivona Horvat



Tematică: Social/ Antreprenoriat, Gândire critică/sau altele



Complexitate: Nivel 1



Grup țintă: Tineret

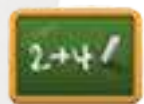
Număr pax: 5-10



Durata activității: 60 de minute



Descriere: Această activitate folosește înțelegerea cititului și discuțiile de grup pentru a-i ajuta pe oameni să-și găsească adevărata chemare atunci când vine vorba de job.



Obiective: Să găsești apelul tău real, să obții idei despre un startup, să te înțelegi pe tine, dorințele și nevoile tale.



Competențe: înțelegerea citirii, discuții în grup

Materiale necesare: carte, foi de întrebări, pixuri



# Metoda #8.

## Descoperiți-vă DHARMA



Instructiuni:

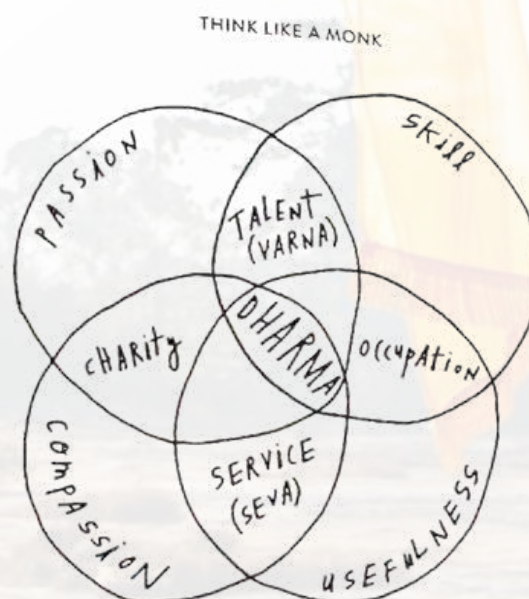
Toți participanții stau în jurul mesei rotunde. Leader începe cu prima parte a cărții Gândește-te ca un călugăr de la Jay Shetty, care este introducerea în chestionar. După introducere, fiecare participant primește hârtie cu întrebări și stilou pentru a răspunde la întrebări. Acest lucru va dura aproximativ 10 până la 15 minute. Apoi numără punctele și obțin rezultatul. Când toată lumea a terminat, fiecare persoană primește o hârtie goală, iar liderul citește rezultatele pentru fiecare din cele patru tipuri. Ei trebuie să-și pună tipul ca titlu și caracteristici mai jos. Când se termină, au 10 minute pentru a discuta rezultatele lor cu persoana care stă lângă ei. Această reflecție îi va ajuta pe participanți să se înțeleagă mai bine pe ei înșiși și să obțină câteva concluzii despre cine sunt ei și ce job li s-ar potrivi. Participanții ar trebui să pună întrebări pentru a se înțelege mai bine. Mai mult, liderul citește un alt capitol din aceeași carte, despre Dharma. Dharma este un anumit mod de a trăi care este aliniat cu planul pentru umanitate. Cu alte cuvinte, este chemarea unei persoane; un job care este pasiunea ta și pentru care ești priceput.

Chestionar: Pagina 283 – 287

Capitolul 5: Scop, Pagina 93 – 99



Debriefing și evaluare: Fiecare persoană vorbește și împărtășește concluziile cu ceilalți.





Dharma, ikigai și antreprenoriatul social împărtășesc fire comune legate de scop, sens și de a avea un impact pozitiv. Iată conexiunile dintre aceste concepte:

**Dharma:** Dharma este un termen sanscrit cu interpretări multiple, dar se referă în general la datoria, scopul sau responsabilitatea morală a cuiva în viață. Ea cuprinde a trăi în aliniere cu valorile cuiva, îndeplinirea obligațiilor societale și contribuția la bunăstarea celorlalți. Antreprenoriatul social, ca urmărire condusă de o misiune socială, poate fi văzut ca o întruchipare a dharmei, deoarece implică munca pentru un bine mai mare și abordarea provocărilor societale.

**Ikigai:** Ikigai este un concept japonez care reprezintă intersecția a patru elemente: ceea ce iubești, la ce ești bun, de ce are nevoie lumea și pentru ce poți fi plătit. Ea denotă găsirea unui sentiment de scop, împlinire și un motiv de a fi. Antreprenoriatul social se aliază adesea cu ikigai, deoarece combină pasiunea, abilitățile, nevoile societății și sustenabilitatea financiară. Antreprenorii sociali se străduiesc să-și găsească ikigai prin crearea de întreprinderi care contribuie la propria lor bunăstare și la îmbunătățirea societății.



Scop și semnificație: Atât dharma, cât și ikigai subliniază importanța de a avea un sentiment de scop și sens în viață. Antreprenoriatul social oferă indivizilor o cale de a-și urmări scopul prin abordarea problemelor sociale sau de mediu prin soluții inovatoare și durabile. Prin crearea de întreprinderi care au un impact pozitiv asupra societății, antreprenorii sociali găsesc scop și sens în munca lor.

Abordare bazată pe impact: Dharma și ikigai sunt strâns legate de ideea de a avea un impact pozitiv asupra lumii. Antreprenoriatul social îmbrățișează această noțiune punând un accent puternic pe abordarea provocărilor sociale sau de mediu și pe crearea de soluții durabile. Antreprenorii sociali se străduiesc să genereze un impact semnificativ și măsurabil, căutând să îmbunătățească viața indivizilor și comunităților.

Dharma, Ikigai și antreprenoriatul social sunt interconectate prin concentrarea lor asupra scopului, sensului și a avea un impact pozitiv. Ele oferă cadre și filozofii care ghidează indivizii în alinierea aspirațiilor personale cu nevoile societății, contribuind în cele din urmă la o lume mai intenționată și mai responsabilă din punct de vedere social.

# Metoda #9.

## Crush întreprindere socială



Tip de activitate: Social Enterprise Crush

Instrument online/ offline: offline

Țara: Lituania

Numele designerilor: Sophia Raineri



Tematică: Antreprenoriat social, afaceri, cultura muncii



Complexitate: Nivelul 2



Grup țintă: tineri, lucrători de tineret, public larg interesat de afaceri sociale

Număr pax: minim 6 persoane



Durata activității: 60 de minute

Descriere: Această activitate îi ajută pe participanți să reflecte și să individualizeze valorile și caracteristicile eticii lor de muncă și să cunoască afacerile sociale de succes din întreaga lume.



Obiective: gândiți-vă critic la afacerile sociale existente; reflectați asupra eticii personale în muncă; îmbunătăți abilitățile de prezentare și vorbire în public



Competențe: Creativitate; gândire critică; lucru în echipa; abilități de prezentare; vorbitul în public



Materiale necesare: postere, markere, 3 cartonașe pentru fiecare grup cu descrierea a 3 întreprinderi sociale diferite

# Metoda #9.

## Crush întreprindere socială

Debriefing și evaluare:

DEBRIEFING.

Participanții sunt împărțiți în grupuri și primesc câte 3 carduri fiecare cu descrierile a 3 întreprinderi sociale diferite;

- Participanții trebuie să citească cele 3 carduri și să aleagă una dintre organizații - cea care reprezintă cel mai bine etica, valorile și interesele lor în muncă. Aceasta va fi organizația pentru care se vor „drăgosti”.
- Participanții vor avea la dispoziție 30 de minute pentru a pregăti posterul despre organizația aleasă. Ei ar trebui să evedențieze munca organizației, misiunea și viziunea lor, valorile și să explice ceea ce despre organizație se aliniază cu etica de lucru a grupului.
- Fiecare echipă are 10 minute pentru a-și prezenta posterul și pentru a răspunde la întrebări potențiale de la alte grupuri și facilitatori.

EVALUARE

Pentru a finaliza cu succes activitatea, fiecare grup ar trebui să-și prezinte în mod clar afișele și să transmită motivele pentru care este „îndrăgostit” de afacerea socială aleasă. Acest lucru trebuie făcut respectând limitele de timp ale activității.

Sfaturi pentru facilitator:

Alegeți afaceri sociale care diferă foarte mult unele de altele (de exemplu, valori diferite, misiune, grupuri țintă). Acest lucru va permite participanților să aibă o opțiune mai mare și să se gândească în profunzime la ce afacere socială îi reprezintă cel mai bine.

Varietăți pentru metodă:

Activitatea poate fi implementată și online utilizând platformele Canva/Miro/Alte pentru a crea posterul



# Metoda #10.

## Memoria de afaceri



Tip de activitate: Joc de memorie  
Instrument online/ offline: offline  
Țara: Lituania  
Numele designerilor: Sophia Raineri



Tematică: Antreprenoriat social, afaceri, economie  
Complexitate: Nivelul 2



Grup țintă: tineri, lucrători de tineret, public larg interesat de afaceri sociale



Număr pax: minim 6 persoane

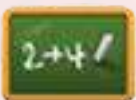


Durata activității: 60 de minute



Descriere: Activitatea va oferi participanților o înțelegere de bază a conceptelor esențiale legate de afaceri, care vor pune bazele următoarelor activități și ateliere.

Obiective: 1) familiarizarea participanților cu concepte importante de afaceri; 2) formarea echipei



Competențe: înțelegerea citirii, discuții în grup



Materiale necesare: carduri de memorie (aproximativ 20 pentru fiecare grup), dintre care jumătate au condiții de afaceri (de exemplu, investiții, ieșiri de numerar), iar cealaltă jumătate are explicațiile lor.

# Metoda #10.

## Memoria de afaceri

### Debriefing:



Participanții sunt împărțiți în grupuri mici (2-6) și li se oferă cardurile de memorie jumătate dintre carduri au termeni de afaceri (de exemplu, investiții, ieșiri de numerar, venituri, profit, pierderi), iar cealaltă jumătate are definiția lor (de exemplu, numerar). fluxul de ieșire este...);

- Fiecare grup joacă jocul de memorie - un participant la un moment dat arată un card și trebuie să găsească perechea. Jocul continuă până când toate cărțile au perechea lor.
- Când toate grupurile își încheie jocul, vor trebui să prezinte celorlalte grupuri termenii și definițiile învățate, iar facilitatorul va interveni și va oferi informații suplimentare atunci când este necesar.

### Evaluare:



Fiecare grup ar trebui să încheie jocul în timp util și să prezinte clar semnificația termenilor de afaceri învățați celorlalte grupuri.

### Sfaturi pentru facilitator:



Asigurați-vă că termenii aleși vor fi relevanți pentru restul activităților/formării și că explicațiile sunt clare și ușor de înțeles.

# PROGRAM DE MENTORAT





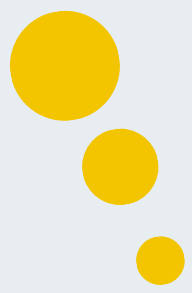
# Ce este mentorat?

Mentoratul este un proces prin care indivizii oferă expertiză profesională și sprijin altora care au mai puțină experiență decât ei. Un mentor este de obicei denumit „un consilier cu experiență și de încredere” și poate servi ca profesor, consilier și avocat pentru cei care caută îndrumare la el. Mentorii sunt cunoscuți a fi experți în materie în domeniul lor de învățare. Spre deosebire de coaching, mentoring-ul permite cursantului să dețină atât obiectivele, cât și procesul și să își modeleze comportamentele pe baza exemplelor date și a experienței mentorului său.

## Principalele tehnici pentru dezvoltarea socială idei de afaceri:



- Fii orientat spre viitor
  - Fii orientat spre impact
  - Urmărește oportunități
  - Construiți-vă pe valorile, punctele forte și competențele dvs
  - Înțelegeți-vă profund clienții
  - Pune întrebările potrivite
  - Privește vederea cu elicopterul
  - Luați-vă puțin timp
  - Urmați bucla reflexivă
- Faceți din gândirea strategică o mentalitate



Mentoratul eficient implică mai multe elemente cheie. În primul rând, mentorul trebuie să lucreze pentru a stabili o relație puternică cu mentoratul, bazată pe comunicare deschisă și încredere reciprocă. Acest lucru poate fi realizat prin propunerea de întrebări deschise relevante care încurajează mentoratul să-și împărtășească gândurile și sentimentele. În plus, mentorul trebuie să dea dovadă de compasiune și preocupare reală pentru bunăstarea mentoratului și să demonstreze abilități de ascultare activă pentru a se asigura că înțeleg pe deplin ceea ce mentoratul încearcă să transmită. În cele din urmă, mentorul trebuie să fie o sursă de sprijin pentru mentorat, oferind îndrumare și încurajare în timp ce lucrează pentru atingerea obiectivelor personale și profesionale. Întruchipând aceste calități, un mentor își poate ajuta mentoratul să atingă noi niveluri de succes și împlinire.

**GHID PENTRU  
FORMAREA  
CAPACITĂȚII. 10  
SUBIECTE PRINCIPALE**

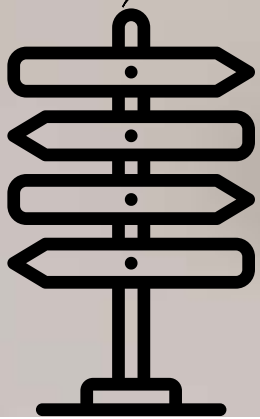


## Subiecte

Social/ Antreprenoriat  
Crearea/testarea ideii  
Dezvoltare produse&servicii&clienți  
Branding și marketing și vânzări  
Contabilitate  
Managementul resurselor - lucru în echipă  
Investiții și granturi  
Ce tip de întreprindere



1 2 3  
0 5 8 4 6  
9 7 10



# Antreprenoriat

## Social

Antreprenoriatul social este o activitate antreprenorială planificată, creată în așa fel încât să găsească soluții inovatoare și durabile la problemele sociale.

### OBIECTIVUL:

Îndeplinirea responsabilităților sociale și sprijinirea grupurilor marginalizate din societate, cu accent pe justiția socială și reducerea inegalităților prin consolidarea solidarității și a conectivității sociale.

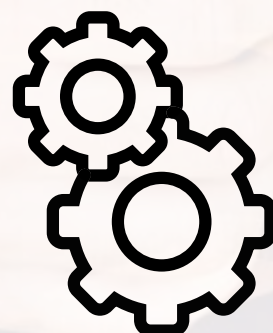
### DE CE S-O ALEG?

Inițiază schimbări pozitive, subliniază responsabilitatea tuturor instituțiilor, extinde sensul și practica democrației, influențează atitudinile, comportamentele, legile, politicile și instituțiile pentru a dezvolta și reflecta valorile de incluziune, corectitudine, diversitate și oportunități.

### Antreprenor social:

Scopul său principal este de a îndeplini responsabilitățile sociale, de a aborda problemele comunității și de a ajuta acele grupuri din societate care sunt expuse riscului de excluziune socială.

Acest tip de companie își propune să creeze valoare nouă, nu de tip profit, ci de natură socială, și direcționează veniturile din activități antreprenoriale către îndeplinirea misiunii sale. Se bazează pe principiile durabilității sociale, de mediu și economice, iar orice profit/venit excedentar generat este investit în întregime sau în mare parte în beneficiul comunității.



# Crearea și testarea unei idei



*„Când găsești o idee la care pur și simplu nu te poți opri din gândire, probabil că este una bună de urmat.”*



1. Brain dumping - golește-ți gândurile
2. Locul dulce - găsiți o idee care vă înconjoară pasiunea, talentele și cerințele pieței
3. Găsiți o problemă - ce problemă poate fi rezolvată cu produsul dvs
4. Care este scopul tău? - gândește-te la ce vrei să obții
5. Apoi puneți un opritor de timp să sune în câteva minute și verificați câte idei puteți crea într-un timp limitat (exemplu aduceți 20 de idei în 2 minute). Apoi alege doar una dintre cele 20 dintre cele mai ciudate și mai interesante, iar în alte 2 minute scrie tot ce îți trece prin minte despre acea idee.

Apoi luați una dintre soluțiile ZOOM IN cu idei despre cum puteți aduce în realitate acea idee, etc. Timpul foarte scurt pentru anumite sarcini specifice vă poate transforma mintea gândind „fără să gândiți” :)

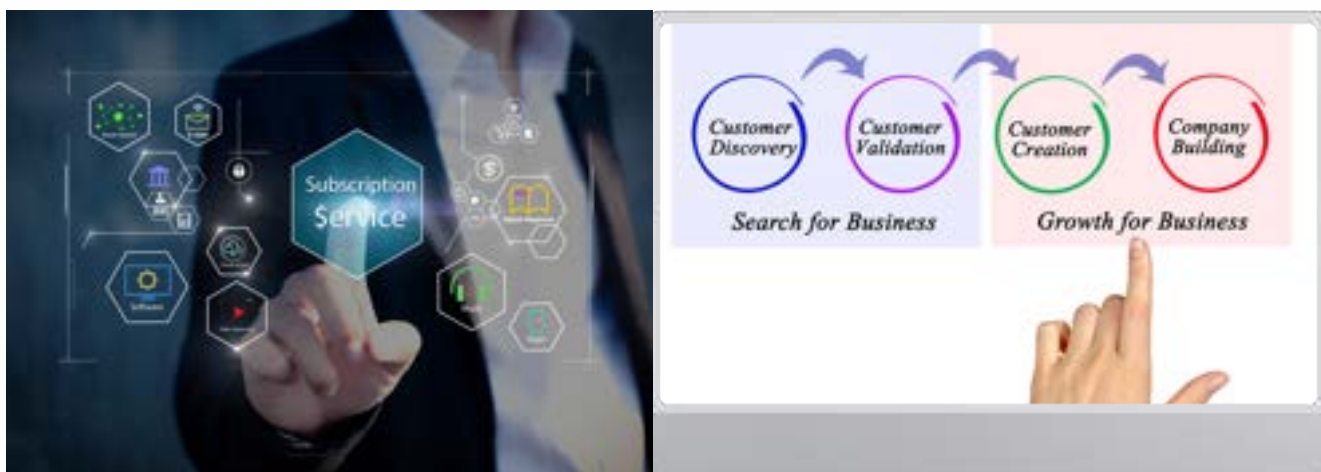


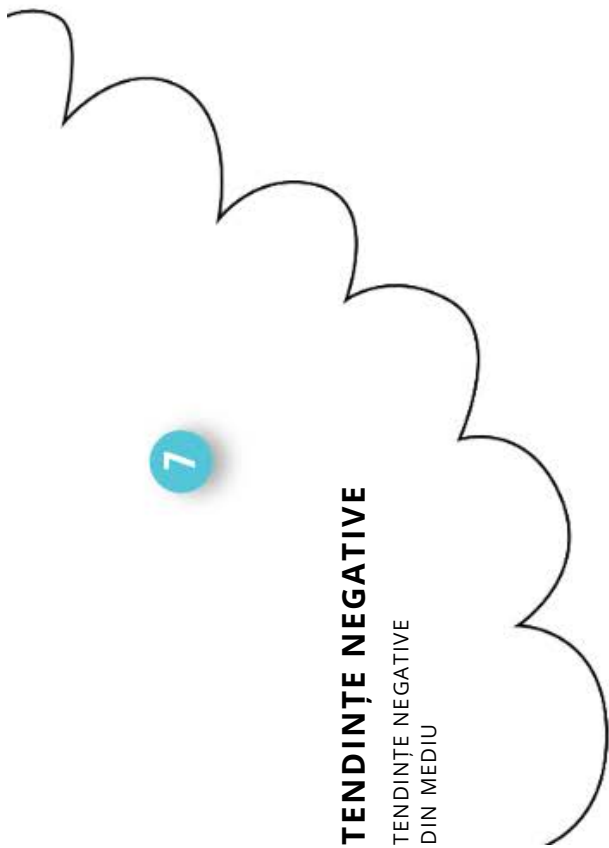
# Dezvoltarea clienților

Dezvoltarea clienților este un proces care implică înțelegerea și validarea nevoilor, preferințelor și comportamentelor clienților țintă. Îi ajută pe antreprenorii sociali să construiască produse sau servicii care să răspundă eficient acestor nevoi. Iată un rezumat al modului în care dezvoltarea clienților poate fi pusă în practică în contextul antreprenoriatului social:

1. Identificați clienții țintă și înțelegeți nevoile și preferințele acestora.
2. Validați problema socială prin interacțiunea cu potențialii clienți.
3. Faceți un brainstorming și identificați potențiale soluții care se aliniază nevoilor clienților.
4. Dezvoltați un prototip simplificat pentru a aduna feedback de la clienți.
5. Repetați soluția dvs. pe baza feedback-ului clienților.
6. Testați și validați soluția rafinată cu un grup mai mare de clienți.
7. Concentrați-vă pe scalabilitate și durabilitate pentru succes pe termen lung.
8. Interacționați continuu cu clienții pentru feedback și perspective continue.
9. Măsurați și comunicați impactul social obținut de soluția dvs.
- 10.

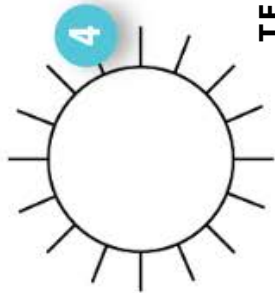
Urmând acești pași, antreprenorii sociali pot dezvolta în mod eficient soluții centrate pe client, care să răspundă nevoilor reale, să le sporească șansele de succes și să creeze un impact social pozitiv.





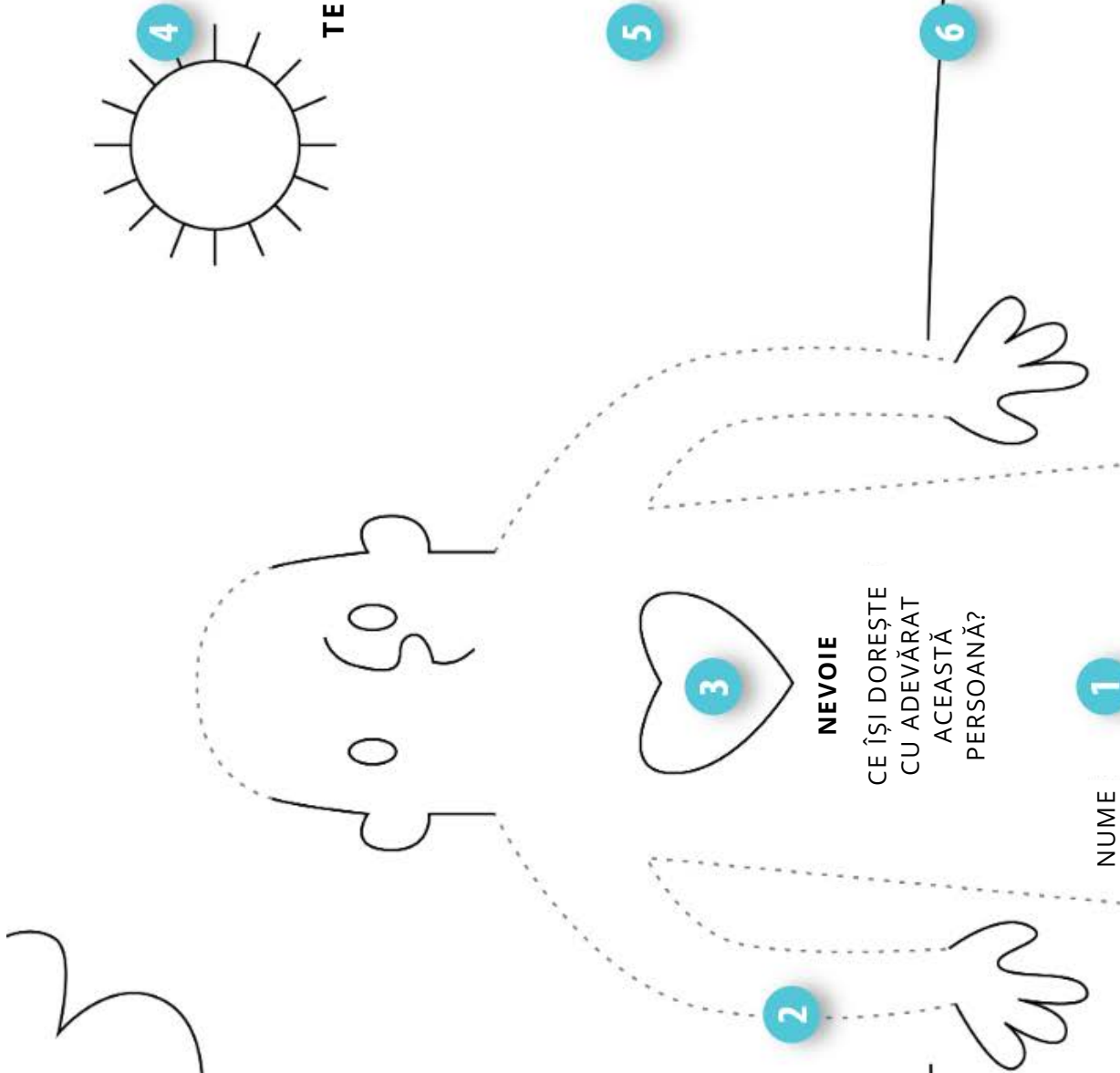
### TENDINȚE NEGATIVE

TENDINȚE NEGATIVE  
DIN MEDIU



### TENDINȚE POZITIVE

TENDINȚE POZITIVE  
DIN MEDIU



### NEVOIE

CE ÎȘI DOREȘTE  
CU ADEVĂRAT  
ACEASTĂ  
PERSOANĂ?

NUME \_\_\_\_\_  
ROL \_\_\_\_\_

8

5

### DURERI DE CAP

PROBLEME PROFESIONALE  
ȘI LEGATE DE MUNCĂ

9

### OPORTUNITĂȚI

REZULTATE POZITIVE  
PROFESIONALE ȘI  
LEGATE DE MUNCĂ

6

### TEMERI

PROBLEME PERSONALE

1

### SPERANȚE

SCOPURI ȘI SPERANȚE  
PERSONALE



# DEZVOLTARE DE PRODUS



## Tipuri de produse noi:

- **Produs complet nou**
- **Linie de produse noi**
- **Extensie de linie**
- **Îmbunătățiri ale produsului**
- **Produs repositionat**
- **Produs produs la un cost mai mic**

O societate comercială poate achiziționa produse noi în mai multe moduri: prin achiziționarea unei companii și a produselor acesteia, prin achiziționarea de brevet, prin achiziționarea unei licențe sau a unei francize, prin dezvoltarea de noi produse.



**Stabilitatea financiară este o condiție prealabilă pentru dezvoltarea de noi produse.** Dezvoltarea de noi produse este cea mai valoroasă abordare, dar nu toate companiile își pot permite. Perioada de rambursare pentru dezvoltarea de produse noi de înaltă calitate este mai lungă decât pentru alte alternative.

Companiile care se angajează în procesul de dezvoltare au mai multe așteptări de la un produs nou, cum ar fi:

- **Inovație**
- **Apărarea cotei de piață**
- **Cucerirea de noi piețe**
- **Folosind tehnologia într-un mod nou**



# VÂNZĂRI



**Vânzările** reprezintă procesul de a oferi și vinde produse sau servicii către potențiali clienți în schimbul unei compensații bănești.

**SCOP:** Să convingă clientul să cumpere produsul sau serviciul și astfel să obțină beneficii pentru ei înșiși.

Există diferite tipuri de vânzări:

- B2C (de la afaceri la consumator)
- B2B (business-to-business)

Cumpărătorii sunt de obicei motivați de nevoi și dorințe diferite, așa că vânzătorii ar trebui să fie conștienți de acest lucru și să își ajusteze abordarea față de client.

Este important să construiți încredere și să mențineți o relație bună cu clienții pentru a vinde cu succes produse/servicii și pentru a crea relații de afaceri pe termen lung.

Procesul de vânzare include:

- Cunoașterea produsului/ serviciului
- Înțelegerea clientului
- Stabilirea obiectivelor
- Pregătirea unei prezentări de vânzări
- Negocieri
- Închiderea vânzării
- Asistență pentru clienți post-vânzare



# Marketing și branding



Antreprenoriatul social implică combinarea principiilor antreprenoriatului cu accent pe abordarea problemelor sociale sau de mediu. În contextul antreprenoriatului social, marketingul și managementul joacă un rol crucial în atingerea impactului dorit și a durabilității întreprinderii. Iată un rezumat al marketingului și managementului în procesul antreprenoriatului social.



Prin implementarea acestor strategii de marketing și branding, antreprenorii sociali își pot comunica eficient misiunea, pot implica părțile interesate, pot construi o prezență puternică a mărcii și, în cele din urmă, pot crea un impact social pozitiv mai mare.

# Marketing și branding



Strategii de marketing pentru antreprenoriatul social:

1. Mesaje țintite: definiți clar publicul țintă și adaptați mesajele de marketing pentru a rezona cu nevoile, valorile și aspirațiile acestuia. Vorbește direct cu punctele lor dure și subliniază cum le abordează afacerea ta socială.
2. Povestire: creează narațiuni convingătoare care transmit misiunea, impactul și călătoria aventurii tale sociale. Folosiți tehnici de povestire pentru a vă conecta emoțional cu publicul și inspirați-l să vă susțină cauza.
3. Marketing de conținut: creați conținut educațional și valoros, cum ar fi postări pe blog, videoclipuri, infografice și podcasturi, care se aliniază cu interesele publicului țintă și oferă informații despre problema socială pe care o abordați.
4. Marketing digital: valorificați platformele online, inclusiv site-uri web, rețele sociale, marketing prin e-mail și optimizare pentru motoarele de căutare (SEO), pentru a vă crește vizibilitatea online, a interacționa cu publicul și a genera trafic către activele dvs. digitale.
5. Implicarea în rețelele sociale: participați activ la conversațiile pe rețelele sociale legate de cauza dvs. Împărtășește povești inspiratoare, interacționează cu adepții și promovează un sentiment de comunitate în jurul activității tale sociale.
6. Parteneriate cu influențatori: Colaborați cu influenți, lideri de gândire și experți care împărtășesc o afinitate pentru cauza dvs. Susținerea și sprijinul lor vă pot ajuta să vă amplificați mesajul și să ajungeți la un public mai larg.



# Marketing și branding

Strategii de branding pentru antreprenoriatul social:

1. Alinierea misiunii și valorilor: asigurați-vă că identitatea mărcii dumneavoastră este aliniată cu misiunea socială și cu valorile de bază. Comunicați clar schimbarea pozitivă pe care doriți să o realizați și modul în care marca dvs. întruchipează acele aspirații.
2. Identitate vizuală: Dezvoltați o identitate de marcă atrăgătoare și distinctă din punct de vedere vizual, care reflectă esența activității dvs. sociale. Aceasta include un logo convingător, paletă de culori, tipografie și imagini care rezonază cu publicul țintă.
3. Autenticitate și transparență: construiți încredere și credibilitate fiind autentic și transparent în comunicarea mărcii dvs. Comunicați clar impactul dvs. social, împărtășiți poveștile beneficiarilor și furnizați dovezi ale realizărilor dvs.
4. Implicarea comunității: promovați un sentiment de comunitate în jurul mărcii dvs., interacționând cu publicul dvs., solicitându-i feedback-ul și implicându-l în inițiativele dvs. sociale. Încurajează conținutul generat de utilizatori și colaborarea.
5. Parteneriate cu mărci similare: colaborați cu alte mărci, organizații nonprofit sau companii care împărtășesc valori și obiective similare. Co-brandingul sau promovarea încrucișată vă pot ajuta să vă extindeți acoperirea și să vă îmbunătățiți vizibilitatea mărcii.
6. Consecvență între canale: asigurați consecvența mesajelor, imaginilor și tonului mărcii dvs. pe toate canalele de marketing. Această consecvență vă ajută să vă întăriți identitatea mărcii și să construiți recunoașterea și încrederea în rândul publicului dvs.

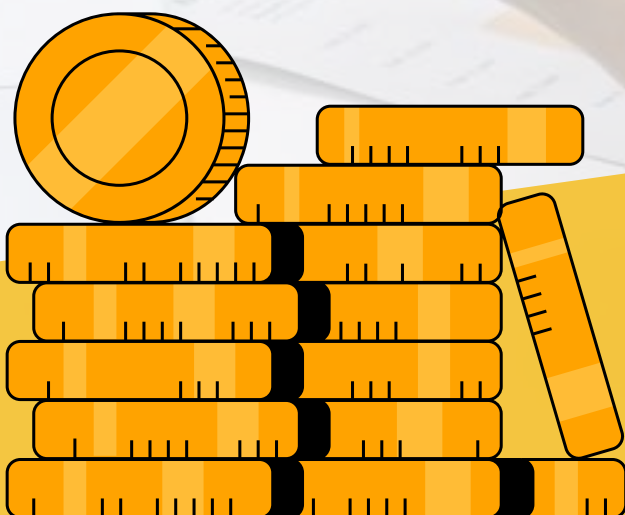
# Contabilitate

Gestionarea finanțelor poate fi o provocare pentru proprietarii de afaceri mici. Dacă nu aveți experiență în gestionarea finanțelor afacerii, poate fi copleșitor și poate duce la obiceiuri financiare proaste care vă pot dăuna afacerii. Succesul afacerii tale mici se poate baza pe abilitățile tale de a-ți realiza produsul sau de a-ți oferi serviciul, ceea ce face și mai important să prioritizezi managementul financiar adecvat.

**Educația și organizarea** sunt esențiale pentru asigurarea sănătății financiare pentru întreprinderile mici. Managementul financiar adecvat stabilizează compania și minimizează riscul de eșec.

Proprietarii de afaceri mici ar trebui să se plătească singuri, să mențină un credit bun, să-și monitorizeze cărțile și să planifice din timp pentru a gestiona finanțele în mod eficient. Finanțarea prin datorii implică taxe de dobândă și rambursări, în timp ce finanțarea prin capitaluri proprii oferă mai puțin control asupra afacerilor companiei.

Proprietarii de afaceri ar trebui să se educe cu privire la abilitățile financiare de bază și să rămână organizați pentru a gestiona banii în mod eficient. Este important ca proprietarii de afaceri să se compenseze în consecință și să mențină finanțe personale și de afaceri bune.

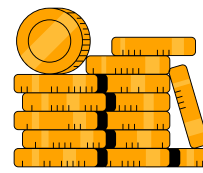


Pentru a gestiona eficient finanțele, proprietarii de afaceri mici ar trebui să aloce bani pentru **oportunitățile de creștere, să-și monitorizeze cărțile** și să stabilească obiceiuri financiare bune, cum ar fi revizuirea și actualizarea periodică a informațiilor financiare. Obținerea de împrumuturi poate fi utilă pentru achiziționarea de echipamente sau pentru creșterea fluxului de numerar, dar este important să gestionați corespunzător datoria și să căutați doar finanțare care poate fi rambursată cu ușurință. Gestionarea fluxului de numerar prin a fi creativ cu strategiile de facturare poate preveni problemele fluxului de numerar, iar măsurarea cheltuielilor și a randamentului investiției poate asigura că investițiile merită. Planificarea în avans pentru viitor este, de asemenea, importantă, deoarece permite luarea deciziilor strategice care pot menține afacerea înaintea concurenței.

## Cronologie de 3 luni pentru planificarea financiară



# Finanța



Gestionarea finanțelor într-o întreprindere socială necesită o abordare unică care echilibrează nevoia de a genera venituri cu misiunea socială sau de mediu a organizației. Iată câteva lucruri importante de reținut atunci când gestionați finanțele într-o întreprindere socială:

## Financial Plan: A Roadmap to Happiness



- Definiți clar obiectivele financiare:** ca întreprindere socială, obiectivele dumneavoastră financiare ar trebui să fie strâns aliniate cu misiunea dumneavoastră socială sau de mediu. Ar trebui să definiți clar obiectivele financiare care vă sprijină misiunea, cum ar fi reinvestirea profiturilor în proiecte cu impact social sau extinderea operațiunilor pentru a ajunge la mai mulți oameni.
- Dezvoltați un model de afaceri durabil:** pentru a asigura sustenabilitatea financiară pe termen lung a întreprinderii dvs. sociale, ar trebui să dezvoltați un model de afaceri care să genereze venituri suficiente pentru a vă acoperi costurile și pentru a vă atinge obiectivele financiare. Acest lucru poate implica diversificarea fluxurilor de venituri, identificarea de noi piețe sau reducerea cheltuielilor.
- Monitorizarea fluxului de numerar:** managementul fluxului de numerar este crucial pentru orice organizație, iar întreprinderile sociale nu fac excepție. Ar trebui să vă monitorizați în mod regulat fluxul de numerar pentru a vă asigura că aveți suficienți numerar la îndemână pentru a acoperi cheltuielile, a plăti facturile și a investi în creștere.





**4. Măsurati impactul și rentabilitatea investiției:** Pe lângă valorile financiare, întreprinderile sociale ar trebui să își măsoare și impactul și rentabilitatea investiției în termeni sociali sau de mediu. Acest lucru vă va ajuta să înțelegeți eficacitatea misiunii dvs. și să luați decizii bazate pe date cu privire la investițiile viitoare.

**5. Rămâneți transparent și responsabil:** Întreprinderile sociale se bazează adesea pe sprijinul comunității și pe bunăvoința, așa că este important să mențineți transparența și responsabilitatea în managementul financiar. Fiți transparent cu privire la performanța dumneavoastră financiară, comunicați impactul social și fiți responsabil față de părțile interesate.

În general, gestionarea finanțelor într-o întreprindere socială necesită un echilibru atent între sustenabilitatea financiară și impactul social. Urmând aceste principii, vă puteți asigura că întreprinderea dvs. socială este sustenabilă din punct de vedere financiar, oferind în același timp o contribuție semnificativă la societate sau la mediu.

### 3 Months Timeline For Task Planning & Scheduling



# Management și lucru în echipă

## Management

- componentă cheie a oricărei organizații de succes
- planificare
- organizarea
- conducere
- controlul resurselor
- abilități puternice de conducere

## lucru in echipa

- cheia atingerii succesului organizațional
- comunicare
- colaborare
- încredere
- respect
- viziune comună asupra succesului

## Calități care definesc bunii manageri:

Abilități de comunicare

- Pot să-și exprime clar ideile și așteptările

Eficiență

- Știe să stabilească prioritățile și să își gestioneze timpul și resursele

Inteligența emoțională

- Are capacitatea de a-și recunoaște și de a gestiona propriile emoții și emoțiile celorlalți și de a stabili relații interpersonale pozitive.

Dezvoltarea echipei

- Conduce echipele spre succes și dezvoltă talentul și potențialul

Determinare

- Poate lua decizii dificile și își asumă responsabilitatea pentru ele





## PÂNZĂ MODEL DE AFACERI

STRUCTURA  
COSTURILOR



FLUXURI DE  
VENITURI



### Proiectați-vă pânza modelului de afaceri

Cum să cartografiați un model de afaceri:  
Începeți cu „De ce” pentru afacere. Apoi "pentru  
cine?" - ca grup țintă, care acordă **PUNCTUL DE  
PLECARE SEGMENTULUI DE CLIENTI Nr 1.**

Faceți punctele forte și punctele slabe ale modelului de  
afaceri Canvas Puncte forte (de la pagina următoare).

#### PAS CU PAS (BMC)

**Pasul 1 (din 10): Segmente de clienți**

1. Segmente de clienți
2. Compoziția segmentului
3. Probleme, nevoi, comportamente și alternative curente

**Rezultat**

**Pasul 2 (din 10): Propuneri de valoare**

**Rezultat**

**Pasul 3 (din 10): Canale**

**Pasul 4 (din 10): Relații cu clienții**

**Pasul 5 (din 10): Fluxuri de venituri**

**Pasul 6 (din 10): Activități cheie, rezultat**

**Pasul 7 (din 10): Resurse cheie**  
**Rezultat**

**Pasul 8 (din 10): Parteneriate cheie**

**Rezultat**

**Pasul 9 (din 10): Structura costurilor**

**Rezultat**

**Pasul 10 (din 10): aplicații, revizuire și pași următori, aplicații de bază, competitivitate**

# Ce tip de companie ar trebui să începem?



Tipurile de întreprinderi pe care le puteți deschide în Europa în 2023 vor depinde de o serie de factori, inclusiv țara în care intenționați să operați, mediul legal și de reglementare și propriile competențe și resurse.

 STRENGTHS



NOW



FUTURE

OPPORTUNITIES 

Iată câțiva pași pe care îi puteți face pentru a identifica tipul de întreprindere pe care îl puteți deschide în Europa în 2023:

**Cercetați mediul juridic și de reglementare:** Fiecare țară din Europa are propriile legi și reglementări care reglementează înființarea afacerilor. Va trebui să cercetați cerințele legale pentru înființarea unei afaceri în țara în care intenționați să operați.

**Identificați-vă abilitățile și resursele:** luați în considerare propriile abilități, experiență și resurse atunci când determinați tipul de întreprindere pe care o puteți deschide. De exemplu, dacă aveți experiență în tehnologie, vă puteți gândi să deschideți o companie de dezvoltare de software.

**Analizați tendințele pieței:** luați în considerare tendințele actuale ale pieței și cererea de produse sau servicii din regiunea în care intenționați să operați. Acest lucru vă poate ajuta să identificați lacunele de pe piață și oportunitățile potențiale pentru o nouă întreprindere.

**Solicitați sfaturi:** Consultați-vă cu experți în domeniu sau cu organizații de afaceri pentru a obține mai multe informații și îndrumări cu privire la tipurile de întreprinderi care sunt cele mai viabile în Europa în 2023.

1. Faceți o analiză SWOT pentru a identifica punctele forte, punctele slabe, oportunitățile și amenințările. Acest lucru oferă o imagine de ansamblu bună și creează înțelegere a provocărilor. Oferă o bună înțelegere a proiectului tău, evidențiază ceea ce trebuie să fie prioritizat și care sunt punctele tale forte.

În general, identificarea tipului de întreprindere pe care o puteți deschide în Europa în 2023 va necesita o cercetare, analiză și planificare atentă. Este important să luați în considerare mediul legal și de reglementare, propriile abilități și resurse, tendințele pieței și sfaturile experților atunci când luați o decizie.

 WEAKNESSES

THREATS 



# Investiții și granturi

Accesul la investiții și granturi în Europa în 2022 va depinde de tipul de finanțare pe care îl căutați și de cerințele specifice ale organizației sau programului de finanțare. Iată câțiva pași generali pe care îi puteți lua pentru a explora oportunitățile de finanțare:

Identificați tipul de finanțare de care aveți nevoie: există diferite tipuri de finanțare disponibile, inclusiv capital de risc, investiții angel, împrumuturi și granturi. Fiecare tip de finanțare are propriile cerințe și procesul de aplicare.

Cercetare oportunități de finanțare: căutați oportunități de finanțare care se potrivesc nevoilor dvs. și criteriilor de eligibilitate. Puteți începe cercetarea analizând agențiile guvernamentale, organizațiile de afaceri și firmele de capital de risc despre care se știe că investesc în industria sau tipul dvs. de afacere.

Elaborați un plan de afaceri: un plan de afaceri bine dezvoltat este esențial pentru asigurarea finanțării. Planul dvs. de afaceri ar trebui să articuleze clar ideea dvs. de afaceri, piața țintă, modelul de venituri și proiecțiile financiare.

Aplicați pentru finanțare: după ce ați identificat o oportunitate de finanțare care se potrivește nevoilor dvs., puteți aplica pentru aceasta trimițând o cerere care îndeplinește cerințele organizației sau programului de finanțare. Asigurați-vă că urmați cu atenție instrucțiunile de aplicare și furnizați toate informațiile necesare.

Rețea și caută sfaturi: construirea de relații cu investitorii și mentorii poate fi utilă în asigurarea finanțării. Participați la evenimente din industrie, alăturați-vă unor organizații de afaceri și solicitați sfaturi de la experți în domeniul dvs.

**În general, accesarea investițiilor și a granturilor în Europa în 2022 necesită o cercetare atentă, planificare și execuție. Urmând acești pași, vă puteți crește șansele de a obține finanțarea de care aveți nevoie pentru a începe sau a vă dezvolta afacerea.**



## Anexe - ÎNTREBĂRI PENTRU JOC DE CARTI:

- 1) De ce sunt tinerii dispuși să deschidă o afacere înainte de a avea vreo experiență?
- 2) De ce oamenii de obicei încep să planifice? Sau cum crezi că încep o afacere?
- 3) De ce merg oamenii la muncă în alte țări? (cum este situația în țara ta?)
- 4) De ce se mută oamenii pentru muncă, din locul în care s-au născut?
- 5) Ce factori îi împing pe oameni să-și părăsească țara pentru a-și deschide o afacere?
- 6) Care țări au cel mai mare succes în acțiunile antreprenoriale?
- 7) Ce fel de țări primesc cei mai mulți antreprenori?
- 8) Ce fel de țări primesc cei mai puțini antreprenori?
- 9) Cum decid țările câți oameni din țara lor ar trebui să aibă voie să-și deschidă propria afacere și ce procent din ei sunt încurajați să lucreze pentru alții, pentru stat sau companii mari?
- 10) Mulți oameni lucrează independent sau au devenit antreprenori din țara dumneavoastră?
- 11) Ce este pentru antreprenoriatul tău social?
- 12) Din perspectiva ta... În ce țară din lume este cel mai sigur să trăiești?
- 13) Dacă ai întâlni persoana care știe toate răspunsurile despre antreprenori, ce întrebări ai pune?
- 14) Care sunt 3 factori care îi atrag pe oameni să-și părăsească țara?
- 15) Care sunt trei factori de atracție în idei/proiecte/afaceri nereușite?
- 16) Ce reprezintă banii pentru tine? Dar comunitatea? Cum poate fi echilibrat?
- 17) Care sunt avantajele și dezavantajele antreprenoriatului?
- 18) De ce merg atât de mulți antreprenori în America?
- 19) Ce este antreprenoriatul și de ce este important?
- 20) Ce ai face dacă țara în care locuiești are reguli/obiceiuri foarte restrictive pentru a fi antreprenor (cum ar fi plata unor taxe prea mari etc.)?
- 21) Ce ai vrea să știi despre viitorul tău al proiectului tău?
- 22) Ce puncte forte poți dezvolta în țara ta mai mult decât în altele?
- 23) Ce decizie spontană ați luat în legătură cu o călătorie?
- 24) Împărtășește o ocazie când ai încălcat regulile!
- 25) Ce ai face dacă țara în care trăiești are foarte limite ale libertății?
- 26) Ce ai face dacă locuiești într-o țară în care există mai multe obligații decât recomandări?
- 27) Ce oportunitate ai vrea să primești în țara ta pentru a fi fericit cu viitoarea ta carieră?
- 28) De ce ai avea nevoie pentru a fi o persoană fericită în țara ta?
- 29) Pentru ce ești recunoscător țării tale? Dar părinților tăi?
- 30) În ce țară ai vrea să locuiești? De ce?
- 31) Ce ți-a plăcut cel mai mult să joci înainte de a începe să mergi la școală, înainte de 6-7 ani?
- 32) Care sunt cei mai importanți oameni din țara ta? Dar din altă țară?

## **Anexe - ÎNTREBĂRI PENTRU JOC DE CARTI:**

- 33) De ce ai nevoie pentru a-ți schimba viața în bine?
- 34) Împărtășește o ocazie în care ai făcut pe cineva cu munca ta/ la locul tău de muncă/ cu serviciile tale?
- 35) Ce te face să zâmbești când te gândești la antreprenori?
- 36) Pe cine ați dori să întâlniți pentru o discuție? Dar de la toți antreprenorii pe care îi cunoașteți? De ce?
- 37) Ce vrei să se întâmple în jurul tău pentru a te simți mulțumit de viața ta?
- 38) Ce ai face dacă ai fi președinte?
- 39) Care este zicala ta preferată despre liber profesioniști sau antreprenori?
- 40) Ce faci pentru a-ți face stilul de viață mai ecologic/responsabil?
- 41) Pentru ce ești recunoscător? Ați interacționat și ați primit beneficii din antreprenoriatul social până acum?
- 42) Împărtășiți o activitate de voluntariat pe care ați făcut-o cândva și care s-a transformat într-un proiect/mică afacere!
- 43) Cum ar arăta ziua ta perfectă, dacă ai fi ENTREP?
- 44) Cum ai descrie comunitatea ta? Dar cel ideal? 😊
- 45) Care ar fi cele 4 dorințe ale tale pentru planeta ta Pământ?
- 46) Ce fel de lucruri noi ai vrea să înveți? Vrăjitoare crezi că ar merita să fie foarte bine plătită?
- 47) Cum ajuți alți oameni din comunitatea ta?
- 48) Ce este o comunitate pentru tine?
- 49) De ce vă jenează ideile, de cele mai multe ori?
- 50) Ce intenționați să realizați în următoarele 6 luni?
- 51) Ce ai vrea să inventezi în țara ta dacă ai avea o putere specială?
- 52) Ce conexiuni între oameni vor fi în viitor la nivel profesional?
- 53) Ce te enervează cel mai mult?
- 54) Ce faci pentru a face viața mai bună pentru generațiile următoare?
- 55) Care este acea activitate care îți face viața deliciosă?
- 56) Care este legătura ta cu banii?
- 57) Ce faci pentru a te dezvolta? Ce faci pentru a-ți pune ideile în practică?
- 58) Care este cel mai interesant lucru despre antreprenoriatul social?
- 59) De unde îți iei energia pentru viața de zi cu zi?
- 60) Care este partea ta preferată din ENTREP? Vreun film? O carte?
- 61) Ce ai face dacă ai câștiga la loterie?
- 62) Ce persoană din țara natală te inspiră? Dar de la altul?
- 63) Împărtășește un moment AHA care ți-a schimbat viața!
- 64) Ce te motivează pentru a da viu ideii/proiectului tău?
- 65) Considerați că călătoria este o oportunitate? Dacă da, de ce?
- 66) Ce țară ai vrea să vizitezi și de ce? Dar să deschizi o întreprindere acolo?
- 67) Ce ai vrea să știi despre viitorul tău al proiectului tău?
- 68) Ce puncte forte poți dezvolta în țara ta mai mult decât în altele?
- 69) Ce decizie spontană ați luat cu privire la o călătorie?

## **Anexe - ÎNTREBĂRI PENTRU JOC DE CARTI:**

70) Împărtășește o ocazie când ai încălcat regulile!

71) În ce crezi?

72) Ce continent și țară ați dori să vă teleportați? De ce?

73) Care este partea cea mai dificilă în a părăsi țara ta? Dar traiești în alta țară?



# Social Buzz Mentoring și Training



Co-funded by  
the European Union

Sprijinul Comisiei Europene pentru producerea acestei publicații nu constituie o aprobare a conținutului, care reflectă doar opiniile autorilor, iar Comisia sau Agenția Națională nu pot fi făcute responsabile pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute. acolo.