



Cofinanțat de
Uniunea Europeană



GHID ORIENTATIV PRIVIND INFIINTAREA DE INTREPRINDERI SOCIALE DIN DOMENIUL ECONOMIEI VERZI

AUTOR: Valentin Militaru
Expert Incluziune si Nedisiscriminare

Februarie 2025

CUPRINS

Cuvant introductiv despre economia verde	2
Cum ar arata o lista de exemple de afaceri start-up din domeniul economiei verzi?	4
Intreprindere sociala din domeniul eco-turismului	6
Intreprindere sociala din domeniul materialelor de constructii eco-friendly	15
Intreprindere sociala de tip ONG din domeniul educatiei ecologice	27



SMIS 308904 - IMPACT
Implică-te în comunitatea ta prin antreprenoriat social





Cuvant introductiv despre economia verde

Materialul de fata are drept scop prezentarea unor idei generale despre ce ar putea sa insemne infiintarea unor intreprinderi sociale in domeniul economiei verzi, ce obiect de activitate ar putea avea, ce produse si servicii ar putea oferi publicului, cine este acel public, ce misiune sociala si-ar putea propune si caror grupuri vulnerabile ar putea folosi misiunea sociala, s.a.m.d.

Chiar daca informatiile cuprinse aici au un caracter general, avem convingerea ca pot deveni o sursa de inspiratie pentru viitori antreprenori care sa dezvolte aceste sugestii in actiuni concrete.

Economia verde este un concept care vizează integrarea aspectelor de sustenabilitate și responsabilitate ecologică în cadrul activităților economice. Se referă la un model economic care urmărește reducerea impactului negativ asupra mediului, promovarea eficienței resurselor naturale și sprijinirea dezvoltării sociale prin intermediul creșterii economice.

O economie verde își propune să minimizeze emisiile de gaze cu efect de seră, să încurajeze utilizarea resurselor regenerabile și să promoveze tehnologii și practici care reduc poluarea și deșeurile. În acest context, accentul este pus pe dezvoltarea durabilă, în care creșterea economică merge mână în mână cu protecția mediului și îmbunătățirea bunăstării sociale.

Definiția economiei verzi include mai multe componente cheie, precum:

- **Reducerea poluării:** Prin minimizarea emisiilor nocive în aer, apă și sol, economia verde urmărește să reducă efectele negative asupra mediului și sănătății umane.
- **Eficiența resurselor:** Folosirea resurselor naturale într-un mod mai eficient, cu accent pe reciclare, reutilizare și optimizarea consumului de apă, energie și materii prime.
- **Crearea de locuri de muncă sustenabile:** O economie verde creează noi oportunități de angajare în sectoare precum energia regenerabilă, gestionarea deșeurilor, agricultura ecologică și tehnologiile verzi.
- **Protecția biodiversității și ecosistemelor:** O economie verde include măsuri pentru conservarea ecosistemelor și a biodiversității, recunoscând valoarea acestor resurse pentru sănătatea globală și sustenabilitatea pe termen lung.

Economia verde este promovată la nivel global ca o soluție pentru tranziția către un model de dezvoltare mai echitabil și durabil, care să răspundă atât provocărilor de mediu, cât și celor economice și sociale.





**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



În 2019 UE a lansat Pactul verde european noua strategie pentru creștere economică a Europei, care va transforma Uniunea într-o economie modernă, competitivă și eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor. Pactul verde european are ca scop atingerea neutralității climatice a Europei până în 2050, stimularea economiei cu ajutorul tehnologiei verzi, asigurarea de activități durabile în industrie și transport și reducerea poluării. Transformând provocările legate de schimbările climatice și de mediu în oportunități vom realiza o tranziție justă și incluzivă pentru toți.

Politica de coeziune a UE este revizuită o dată la șapte ani și se stabilesc noi obiective. În prezent, se implementează noul pachet legislativ privind politica de coeziune pentru perioada 2021-2027. Care sunt obiectivele sau prioritățile pentru această perioadă?

- O Europă mai inteligentă, prin inovare, digitalizare, transformare economică și sprijinirea întreprinderilor mici și mijlocii;
- O Europă mai verde, fără emisii de carbon, punerea în aplicare a Acordului de la Paris și investiții în tranziția energetică, energia din surse regenerabile și combaterea schimbărilor climatice;
- O Europă conectată, cu rețele strategice de transport și digitale;
- O Europă mai socială, pentru realizarea pilonului european al drepturilor sociale și sprijinirea calității locurilor de muncă, a învățământului, a competențelor, a incluziunii sociale și a accesului egal la sistemul de sănătate;
- O Europă mai apropiată de cetățenii săi, prin sprijinirea strategiilor de dezvoltare conduse la nivel local și a dezvoltării urbane durabile în UE.



SMIS 308904 - IMPACT
Implică-te în comunitatea ta prin antreprenoriat social





Cum ar arata o lista de exemple de afaceri start-up din domeniul economiei verzi?

1. **Energie solară rezidențială:** Instalarea de panouri solare pentru gospodării și clădiri comerciale, oferind soluții de energie regenerabilă.
2. **Reciclarea deșeurilor electronice:** O companie specializată în colectarea și reciclarea aparatelor electronice uzate și re folosirea componentelor valoroase.
3. **Agricultură urbană ecologică:** Crearea de ferme urbane care folosesc tehnici de agricultură durabilă, fără utilizarea pesticidelor chimice.
4. **Producția de ambalaje biodegradabile:** Fabricarea de ambalaje ecologice din materiale biodegradabile, care înlocuiesc plasticul tradițional.
5. **Mobilitate electrică:** Un start-up care dezvoltă soluții de mobilitate electrică, cum ar fi biciclete electrice sau trotinete electrice pentru transport urban.
6. **Tehnologii de stocare a energiei:** Dezvoltarea de baterii sau alte tehnologii care permit stocarea eficientă a energiei regenerabile.
7. **Consultanță pentru eficiența energetică:** O afacere care oferă servicii de audit și consultanță pentru reducerea consumului de energie în clădiri și fabrici.
8. **Reciclarea textilelor:** O companie care colectează și reciclează haine și alte produse textile pentru a le transforma în noi produse.
9. **Recuperarea apei de ploaie:** Proiectarea și instalarea de sisteme care captează și stochează apa de ploaie pentru a fi folosită în grădinarit sau alte scopuri non-potabile.
10. **Producția de materiale de construcție ecologice:** Dezvoltarea de materiale durabile și ecologice, cum ar fi cărămizi din deșeuri reciclate sau izolație din fibre naturale.
11. **Rețele de energie distribuită:** Un start-up care dezvoltă soluții pentru microrețele de energie regenerabilă, integrând surse de energie locală.
12. **Platforme pentru agricultură sustenabilă:** O platformă digitală care conectează fermierii cu resurse pentru tehnici de agricultură ecologică și piețe pentru produse sustenabile.
13. **Repararea și reutilizarea produselor:** O afacere care oferă servicii de reparații pentru electrocasnice, electronice sau alte bunuri, promovând cultura reutilizării în loc de aruncare.
14. **Alimente pe bază de plante:** Dezvoltarea de alternative pe bază de plante pentru produsele alimentare din carne sau lactate, cu un impact redus asupra mediului.





Cofinanțat de
Uniunea Europeană



15. **Eco-turism:** Crearea de pachete turistice care promovează turismul sustenabil și conștientizarea mediului în zone naturale protejate.
16. **Reutilizarea apei:** Proiectarea de soluții tehnologice pentru tratarea și reutilizarea apei reziduale în procese industriale sau casnice.
17. **Ferme eoliene:** Dezvoltarea de proiecte de energie eoliană, fie pe uscat, fie offshore, pentru a genera energie din surse regenerabile.
18. **Tehnologii de reducere a emisiilor de carbon:** Un start-up care dezvoltă tehnologii sau soluții pentru captarea și stocarea emisiilor de CO₂ din atmosferă sau din procesele industriale.
19. **Mobilitate partajată:** O platformă care încurajează partajarea vehiculelor, fie pentru călătorii scurte urbane, fie pentru transport de marfă, reducând necesitatea achiziționării de mașini personale.
20. **Educație și conștientizare ecologică:** O afacere care oferă programe educaționale, ateliere și campanii de conștientizare pentru copii și adulți cu privire la importanța protecției mediului.

Aceste start-up-uri ar putea adresa atât provocările de mediu, cât și nevoile sociale și economice, contribuind la dezvoltarea unei economii mai sustenabile.



SMIS 308904 - IMPACT
Implică-te în comunitatea ta prin antreprenoriat social





Întreprindere socială din domeniul eco-turismului

Înființarea unei întreprinderi sociale în domeniul economiei verzi, cu accent pe promovarea eco-turismului, poate reprezenta o inițiativă sustenabilă și inovatoare. O astfel de întreprindere ar combina obiectivele economice cu cele sociale și de mediu, contribuind la dezvoltarea comunităților locale și la protejarea mediului natural.

1. Misiunea socială

Misiunea socială a unei întreprinderi sociale de acest tip ar putea fi definită ca urmărind dezvoltarea durabilă a comunităților locale prin promovarea turismului ecologic și a unui stil de viață sustenabil. Această întreprindere ar avea ca scop:

- Conservarea patrimoniului natural și cultural al regiunii;
- Reducerea impactului negativ al turismului asupra mediului înconjurător;
- Crearea de oportunități economice pentru comunitățile locale, în special pentru grupuri vulnerabile (tineri, persoane defavorizate, șomeri);
- Educația turiștilor și a populației locale cu privire la practicile de turism responsabil și protecția mediului.

Această misiune ar pune accent pe armonizarea nevoilor de dezvoltare economică și protecția mediului, prin promovarea unor modele de turism care susțin atât comunitățile locale, cât și mediul natural.

2. Problema socială

Problema socială de bază pe care întreprinderea ar încerca să o rezolve ar putea fi lipsa oportunităților economice sustenabile pentru comunitățile rurale sau montane, asociată cu deteriorarea mediului natural din cauza activităților turistice necontrolate. În acest sens, întreprinderea s-ar adresa mai multor categorii de persoane:

- Comunități locale din zone rurale sau izolate care se confruntă cu sărăcia și lipsa locurilor de muncă;
- Persoane defavorizate (șomeri, tineri fără acces la educație sau formare profesională);
- Turiști care doresc să participe la activități de ecoturism și sunt interesați de protejarea mediului.

Nevoile sociale ale acestor grupuri includ dezvoltarea de oportunități economice locale prin activități ecologice, protecția mediului înconjurător, promovarea unor forme de turism responsabil și educația privind conservarea naturii.





Zona geografică vizată ar putea fi una cu un potențial turistic ridicat (ex. zone montane, parcuri naturale, regiuni rurale cu peisaje spectaculoase), unde există și o nevoie acută de soluții pentru conservarea biodiversității și dezvoltarea durabilă.

3. Servicii și produse

Această întreprindere socială ar putea oferi o gamă variată de servicii și produse care să îmbine aspectele economice, sociale și de mediu. Printre acestea s-ar putea număra:

- **Tururi ecologice ghidate:** excursii în natură cu ghizi locali care să educe turiștii despre flora și fauna locală, obiceiurile culturale și importanța protejării mediului;
- **Cazare eco-friendly:** pensiuni sau cabane construite cu materiale sustenabile, folosind energie regenerabilă, promovând practicile de reducere a deșeurilor și consumului de apă;
- **Activități recreative ecologice:** activități de drumeție, ciclism, caiac, observație a păsărilor, etc., care au un impact minim asupra mediului;
- **Ateliere de educație ecologică:** sesiuni destinate atât turiștilor, cât și localnicilor, pentru a învăța despre practicile de conservare și protecția mediului;
- **Produse locale sustenabile:** vânzarea de produse alimentare, artizanat local sau produse de uz casnic realizate de comunități locale, din materiale naturale și regenerabile.

4. Clienți potențiali

Clientela acestei întreprinderi sociale ar putea fi destul de diversificată. Potențialii clienți ar include:

- **Turiști internaționali și locali** care sunt interesați de experiențe autentice și ecologice. Aceștia ar putea căuta activități de ecoturism, cazare sustenabilă și experiențe culturale unice în mijlocul naturii;
- **Organizații non-guvernamentale (ONG-uri) și instituții educaționale**, care ar putea colabora pentru a organiza excursii educative, tabere tematice și activități de formare privind conservarea mediului;
- **Companii și corporații** care doresc să investească în activități de team-building ecologice sau în proiecte de responsabilitate socială corporativă (CSR);
- **Grupuri de voluntari și eco-activiști** care ar putea sprijini inițiativele de conservare a mediului sau implicarea în proiecte de dezvoltare comunitară;





- **Agenții de turism specializate pe ecoturism**, care ar putea deveni parteneri ai întreprinderii și ar putea promova ofertele sale turistice;
- **Guverne locale și autorități turistice** interesate de promovarea regiunilor ecologice și de susținerea întreprinderilor care aduc beneficii comunității.

În concluzie, o astfel de întreprindere socială ar avea un impact semnificativ atât asupra comunităților locale, prin crearea de locuri de muncă și protejarea patrimoniului natural, cât și asupra mediului, prin promovarea unor practici de turism sustenabil și ecologic.

5. Politica de prețuri și strategia de vânzări

Politica de prețuri a unei întreprinderi sociale în domeniul eco-turismului trebuie să fie echilibrată între sustenabilitatea financiară și accesibilitatea serviciilor oferite, ținând cont de obiectivul social al afacerii. Câteva principii pe care s-ar putea baza politica de prețuri includ:

- **Segmentarea pieței:** Întreprinderea poate stabili prețuri diferențiate în funcție de tipul clienților. De exemplu, turiștii internaționali pot suporta tarife mai mari, în timp ce prețuri mai accesibile ar putea fi oferite pentru turiștii locali sau pentru grupuri sociale vulnerabile, cum ar fi tinerii, familiile cu venituri reduse sau persoanele din comunitățile defavorizate.
- **Prețuri dinamice:** Se poate adopta o politică de prețuri dinamice, care să țină cont de sezonabilitate. În sezonul turistic de vârf (vară, iarnă), prețurile pot fi mai mari, iar în extrasezon, pot fi aplicate reduceri pentru a atrage turiști și a asigura continuitatea fluxului de venituri.
- **Prețuri bazate pe valoare:** Având în vedere că serviciile oferite sunt de nișă (turism ecologic, experiențe culturale autentice), politica de prețuri ar putea reflecta valoarea unică a acestora. Turiștii sunt adesea dispuși să plătească mai mult pentru experiențe autentice, personalizate și eco-friendly.
- **Pachete turistice:** Crearea unor pachete turistice care să includă mai multe servicii (cazare, activități de turism ecologic, mese cu produse locale) poate atrage clienți și poate stimula achiziționarea mai multor servicii într-o singură rezervare. Acest lucru ar putea fi benefic pentru turiști, permițându-le să acceseze o experiență completă la un preț avantajos.

În ceea ce privește **strategia de vânzări**, întreprinderea socială ar putea opta pentru:

- **Vânzare directă online:** O platformă proprie de rezervări și vânzări de pachete turistice ar permite o relație directă cu clienții, reducând dependența de intermediari și oferind o comunicare clară a misiunii sociale și de mediu.





- **Colaborare cu agenții de turism specializate:** Agențiile de turism care promovează ecoturismul și experiențele sustenabile ar putea deveni parteneri valoroși pentru atragerea clienților internaționali.
- **Marketing digital și storytelling:** O strategie de promovare axată pe marketingul digital, prin care să fie împărtășite povești autentice despre comunitățile locale, mediul natural și beneficiile ecoturismului, ar contribui la creșterea notorietății și atragerea turiștilor. Folosirea rețelelor de socializare, campaniilor de crowdfunding sau blogging-ului despre turism sustenabil poate avea un impact semnificativ asupra vânzărilor.

6. Parteneriate strategice

Pentru a-și promova și vinde eficient produsele și serviciile, întreprinderea socială trebuie să dezvolte parteneriate strategice relevante atât la nivel local, cât și național sau internațional. Iată câteva tipuri de parteneriate de luat în considerare:

- **Parteneriate cu ONG-uri de mediu și conservare:** Colaborarea cu organizații care se ocupă de protecția mediului și conservarea biodiversității ar putea spori legitimitatea și impactul ecologic al întreprinderii. Aceste ONG-uri ar putea, de asemenea, să promoveze eco-turismul în rândul membrilor și susținătorilor lor.
- **Colaborări cu instituții educaționale și centre de cercetare:** Universitățile, școlile și institutele de cercetare ar putea deveni parteneri cheie pentru organizarea de tabere de studiu, practică sau excursii educaționale în domeniul protecției mediului și ecoturismului.
- **Agenții de turism specializate pe ecoturism:** Aceste agenții ar putea include pachetele întreprinderii în ofertele lor și să ajute la atragerea turiștilor care caută experiențe autentice și sustenabile.
- **Guverne locale și autorități turistice:** Colaborarea cu administrațiile locale și organizațiile care promovează turismul în regiuni naturale ar putea facilita accesul la infrastructura turistică și sprijinirea dezvoltării durabile a afacerii.
- **Parteneriate cu companii din industria ospitalității și transportului ecologic:** Aceste colaborări ar putea extinde gama de servicii oferite turiștilor (cazare, restaurante eco-friendly, transport sustenabil) și ar încuraja un model integrat de turism sustenabil.

7. Direcțiile strategice de dezvoltare





Direcțiile strategice de dezvoltare ale întreprinderii trebuie să țină cont de echilibrul între atingerea obiectivelor economice și realizarea misiunii sociale. În acest context, câteva direcții de dezvoltare ar putea include:

- **Extinderea gamei de produse și servicii:** În timp, întreprinderea ar putea diversifica oferta, incluzând noi activități eco-turistice (ex. tururi tematice, activități recreative inovatoare), noi modalități de cazare (cabană în copaci, camping eco-friendly) și produse locale sustenabile.
- **Investiții în infrastructura ecologică:** Pe măsură ce afacerea crește, întreprinderea ar putea investi în modernizarea infrastructurii turistice (clădiri cu impact minim asupra mediului, energie regenerabilă, gestionarea sustenabilă a deșeurilor) pentru a îmbunătăți experiența clienților și a reduce amprenta ecologică.
- **Educația și formarea comunității locale:** Întreprinderea ar trebui să investească în programe de educație și formare pentru localnici, astfel încât aceștia să poată dezvolta competențe legate de ecoturism, managementul resurselor naturale și protecția mediului. Acest lucru ar consolida angajamentul social al afacerii și ar contribui la dezvoltarea durabilă a regiunii.
- **Crearea unei rețele de ecoturism:** Dezvoltarea unei rețele de ecoturism, prin crearea de legături cu alte întreprinderi similare, autorități turistice și ONG-uri din regiuni similare, ar putea spori vizibilitatea și atractivitatea întreprinderii la nivel național și internațional.
- **Programe de voluntariat și turism participativ:** Întrucât turismul responsabil este în creștere, întreprinderea ar putea dezvolta programe de voluntariat în cadrul comunității și al proiectelor de conservare a mediului, atrăgând turiști care doresc să contribuie activ la aceste inițiative.

8. Analiza SWOT pentru întreprinderea socială care promovează eco-turismul

Puncte tari (Strengths)

- **Misiune socială clară:** Întreprinderea are un scop bine definit de a proteja mediul și a sprijini comunitățile locale, ceea ce poate atrage turiști responsabili și susținători ai cauzei.
- **Oferta unică de produse și servicii:** Eco-turismul și cazarea eco-friendly sunt nișe atractive într-o piață în creștere, care diferențiază întreprinderea de alte forme tradiționale de turism.





- **Beneficii pentru comunitatea locală:** Implicarea localnicilor în activitățile ecoturistice și oferirea de locuri de muncă contribuie la dezvoltarea durabilă a comunității, generând loialitate și sprijin din partea acesteia.
- **Impact ecologic pozitiv:** Prin activitățile de conservare și educare, întreprinderea contribuie la protejarea patrimoniului natural, ceea ce poate atrage finanțări și parteneriate din partea ONG-urilor și instituțiilor de mediu.

Puncte slabe (Weaknesses)

- **Resurse financiare limitate:** Ca întreprindere socială, accesul la capital poate fi restrâns, iar profitabilitatea inițială poate fi scăzută din cauza focusului pe obiective sociale și de mediu.
- **Dependență de sezonalitate:** Eco-turismul poate fi vulnerabil la fluctuațiile sezoniere, cu cerere ridicată în anumite perioade și scăzută în altele.
- **Lipsa de experiență în marketing și vânzări:** Fiind o întreprindere socială, accentul pe componenta socială poate diminua inițial eficiența strategiilor de marketing și vânzări.
- **Infrastructură limitată:** Investițiile în infrastructură (cazare, facilități ecologice) pot fi costisitoare și necesită resurse semnificative pentru a oferi o experiență de calitate.

Oportunități (Opportunities)

- **Creșterea cererii pentru turism sustenabil:** Din ce în ce mai mulți turiști sunt interesați de experiențe de turism responsabil, oferind întreprinderii acces la o piață în expansiune.
- **Parteneriate cu organizații de mediu:** Posibilitatea de a atrage sprijin financiar și colaborări cu ONG-uri, instituții educaționale sau companii preocupate de responsabilitatea socială corporativă (CSR).
- **Acces la finanțare europeană sau guvernamentală:** Programele de finanțare pentru proiecte ecologice și de dezvoltare comunitară ar putea contribui la extinderea activităților întreprinderii.
- **Promovarea digitală și marketingul online:** Internetul și rețelele sociale oferă o oportunitate semnificativă pentru promovarea pachetelor de eco-turism la costuri reduse, atrăgând clienți internaționali.

Amenințări (Threats)

- **Instabilitatea economică:** Schimbările economice globale (ex. recesiuni, pandemii) pot reduce numărul turiștilor și disponibilitatea acestora de a cheltui pe eco-turism.





- **Concurența:** Creșterea numărului de întreprinderi similare poate crea presiune pe prețuri și pe cota de piață.
- **Reglementări și politici de mediu stricte:** Schimbările legislative sau restricțiile privind accesul în anumite zone naturale pot afecta operațiunile întreprinderii.
- **Efectele schimbărilor climatice:** Modificările climatice pot afecta negativ ecosistemele și atracțiile naturale, limitând activitățile de eco-turism.

9. Structura de personal necesară (4-5 angajați)

Pentru a asigura buna funcționare a afacerii, o structură de personal bine organizată este esențială. Având în vedere dimensiunea întreprinderii și misiunea socială, iată o propunere pentru structura de personal și responsabilitățile fiecărui angajat:

1. Manager General / Director Executiv

- **Responsabilități:**
 - Coordonarea generală a întreprinderii, inclusiv activitățile operaționale, financiare și de management al resurselor umane.
 - Dezvoltarea și implementarea strategiilor de creștere și dezvoltare a afacerii.
 - Menținerea relațiilor cu partenerii strategici, ONG-uri și autorități locale.
 - Monitorizarea impactului social și de mediu al întreprinderii și realizarea rapoartelor de evaluare.
 - Supravegherea respectării misiunii sociale și a obiectivelor financiare.

2. Responsabil Marketing și Vânzări

- **Responsabilități:**
 - Crearea și implementarea strategiilor de marketing, inclusiv campanii online și offline pentru promovarea eco-turismului.
 - Gestionarea prezenței pe rețelele sociale și a site-ului web.
 - Dezvoltarea relațiilor cu agenții de turism, operatori de transport și alte întreprinderi relevante.





- Organizarea de campanii de vânzări și gestionarea rezervărilor și a feedback-ului clienților.
- Identificarea de noi piețe și segmente de clienți, atrăgând turiști prin storytelling și promovarea valorilor de turism sustenabil.

3. Coordonator Programe Ecoturistice și Ghid

- **Responsabilități:**

- Planificarea și organizarea activităților eco-turistice, cum ar fi tururi ghidate, ateliere de educație ecologică și activități recreative.
- Oferirea de ghidaje turistice, educarea turiștilor despre patrimoniul natural și cultural, protecția mediului și practicile sustenabile.
- Colaborarea cu comunitatea locală pentru a integra resursele locale (mâncare tradițională, meșteșuguri, activități culturale) în oferta turistică.
- Asigurarea unei experiențe de calitate pentru turiști și gestionarea feedback-ului acestora.

4. Responsabil Operațional și Logistic

- **Responsabilități:**

- Gestionarea infrastructurii ecologice (cazare, facilități, energie regenerabilă, transport sustenabil) pentru a asigura eficiența operațională și reducerea amprenteii ecologice.
- Coordonarea aprovizionării cu produse locale sustenabile pentru restaurante și magazine de suveniruri.
- Supravegherea logisticii activităților turistice (transport, echipamente) și gestionarea activelor întreprinderii.
- Asigurarea întreținerii ecologice a facilităților și monitorizarea utilizării resurselor (apă, energie).

5. Coordonator de Proiecte Comunitare și Voluntariat

- **Responsabilități:**

- Dezvoltarea și coordonarea programelor de voluntariat și a proiectelor comunitare de conservare a mediului și dezvoltare locală.





**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**



- Colaborarea cu comunitatea pentru implementarea inițiativelor de educație ecologică și formare profesională.
- Gestionarea relațiilor cu voluntarii și partenerii implicați în proiecte de conservare și sprijin pentru comunitate.
- Asigurarea implementării programelor sociale și realizarea rapoartelor privind impactul acestora.

Această structură de personal ar permite întreprinderii să își desfășoare activitatea într-un mod eficient, menținând în același timp un echilibru între obiectivele economice și misiunea socială. Angajații ar avea roluri bine definite, dar cu posibilitatea de a colabora strâns pentru a atinge scopurile comune ale întreprinderii.



SMIS 308904 - IMPACT
Implică-te în comunitatea ta prin antreprenoriat social





Întreprindere socială din domeniul materialelor de construcții eco-friendly

Înființarea unei întreprinderi sociale în domeniul economiei verzi care produce materiale de construcții eco-friendly reprezintă o inițiativă valoroasă și necesară, având un impact profund asupra mediului și comunităților. Aceasta ar putea să contribuie la dezvoltarea durabilă prin oferirea de soluții inovatoare pentru probleme sociale și de mediu. În acest context, este esențial să se definească cu claritate misiunea socială și să se identifice problema socială care constituie fundamentul acesteia. Vă voi prezenta mai jos o posibilă abordare pentru aceste aspecte:

1. Definierea misiunii sociale

Misiunea socială a unei astfel de întreprinderi sociale ar putea fi definită prin următoarele obiective:

- **Promovarea construcțiilor durabile:** Întreprinderea ar putea avea ca scop principal crearea și furnizarea de materiale de construcții care sunt prietenoase cu mediul, realizate din resurse regenerabile, reciclabile sau care reduc impactul negativ asupra mediului înconjurător. Acest aspect reflectă angajamentul față de protejarea ecosistemelor naturale și reducerea amprenteii de carbon în industria construcțiilor.
- **Crearea de locuri de muncă pentru grupurile vulnerabile:** Întreprinderea socială ar putea viza integrarea pe piața muncii a persoanelor din grupuri vulnerabile, cum ar fi șomerii de lungă durată, tinerii fără oportunități de angajare, persoane din mediul rural sau din comunități defavorizate. Scopul ar fi de a le oferi acestora acces la formare profesională și oportunități de muncă în domeniul producției materialelor de construcții eco-friendly, contribuind astfel la reducerea inegalităților sociale și economice.
- **Educație și conștientizare asupra sustenabilității:** Un alt obiectiv ar putea fi educarea comunității și promovarea practicilor de construcții sustenabile. Întreprinderea ar putea organiza evenimente de informare și ateliere de lucru pentru a încuraja utilizarea materialelor ecologice și a crește gradul de conștientizare cu privire la impactul construcțiilor tradiționale asupra mediului.

2. Definierea problemei sociale

Problema socială pe care întreprinderea socială o abordează ar putea fi definită în raport cu mai multe dimensiuni: grupurile țintă, nevoile sociale, problema de mediu și contextul geografic.





- **Categoriile de persoane vizate:** Întreprinderea socială ar putea să se adreseze, în principal, unor grupuri vulnerabile din punct de vedere economic și social. Acestea ar putea include:
 - **Șomeri de lungă durată:** Persoane care se confruntă cu dificultăți în găsirea unui loc de muncă stabil, fie din cauza nivelului scăzut de educație sau lipsa competențelor.
 - **Tineri fără oportunități de angajare:** Tineri din comunități defavorizate care nu au acces la resursele necesare pentru dezvoltarea unei cariere profesionale.
 - **Persoane din mediul rural:** Locuitori din zone rurale care au dificultăți în integrarea pe piața muncii din cauza lipsei de oportunități sau infrastructuri economice dezvoltate.
 - **Grupuri marginalizate din punct de vedere social:** De exemplu, persoane cu dizabilități sau alte categorii de populație cu acces limitat la piața muncii.
- **Nevoile sociale:** Grupurile vizate se confruntă cu nevoia de a avea acces la locuri de muncă stabile, care să le ofere independență financiară, dar și posibilitatea de a se dezvolta profesional. De asemenea, în cazul tinerilor și persoanelor din mediul rural, este nevoie de formare profesională care să le ofere competențele necesare pentru integrarea pe piața muncii, într-un domeniu care este în creștere și care contribuie la dezvoltarea durabilă.
- **Problema comunitară și de mediu:** Întreprinderea socială ar încerca să răspundă unei probleme stringente la nivel comunitar și de mediu: **impactul negativ al industriei tradiționale a construcțiilor asupra mediului.** Producția de materiale convenționale, precum betonul și cărămida, generează cantități semnificative de emisii de carbon, poluare și consumă resurse naturale neregenerabile. Soluția propusă de această întreprindere ar fi dezvoltarea și promovarea unor alternative ecologice, care reduc impactul negativ asupra mediului. În același timp, întreprinderea ar contribui la **dezvoltarea economică a comunităților locale**, oferind locuri de muncă și stimulând economia verde.
- **Zona geografică:** În funcție de specificul întreprinderii, aceasta ar putea să opereze într-o zonă rurală sau semi-urbană, unde resursele naturale și forța de muncă sunt disponibile, dar unde există și o nevoie acută de dezvoltare economică și de soluții durabile pentru protecția mediului. De exemplu, întreprinderea ar putea să funcționeze într-o regiune care se confruntă cu declin economic, unde locuitorii au acces redus la locuri de muncă, iar mediul este afectat de activități economice nesustenabile.

În concluzie, întreprinderea socială ar putea să îmbine obiectivele economice cu cele sociale și de mediu, creând o afacere sustenabilă care nu doar că generează profit, dar contribuie și la reducerea inegalităților sociale și protejarea mediului. Misiunea sa ar fi de a crea soluții





inovatoare pentru construcțiile durabile, integrând grupurile vulnerabile în acest proces și contribuind astfel la o societate mai echitabilă și mai verde.

3. Produse și servicii pe care această afacere ar putea să le vândă

O întreprindere socială din domeniul economiei verzi care produce materiale de construcții eco-friendly ar putea oferi o gamă variată de produse și servicii. Acestea ar trebui să fie concepute în așa fel încât să răspundă nevoilor pieței de construcții sustenabile și să contribuie la misiunea socială a afacerii. Iată câteva exemple:

- **Materiale de construcție eco-friendly:** Producerea și comercializarea de materiale de construcții realizate din resurse sustenabile, cum ar fi:
 - **Izolații ecologice** realizate din materiale naturale sau reciclabile, cum ar fi lâna, cânepa, inul sau bumbacul reciclat.
 - **Cărămizi ecologice** din materiale reciclate (ex. deșeuri de construcții), sol stabilizat sau alte materiale biodegradabile.
 - **Panouri de construcție** din fibre naturale (lemn reciclat, bambus) sau alte materiale regenerabile.
 - **Vopsele și finisaje ecologice** fără compuși organici volatili (COV), realizate din ingrediente naturale.
- **Consultanță pentru construcții sustenabile:** Afacerea ar putea oferi servicii de consultanță pentru proiecte de construcții ecologice, ajutând clienții să aleagă materiale eco-friendly, să implementeze soluții pentru eficiența energetică și să construiască clădiri cu un impact redus asupra mediului.
- **Formare profesională:** Întreprinderea ar putea organiza cursuri și programe de formare pentru persoane din grupurile vulnerabile, în vederea dobândirii de competențe în domeniul construcțiilor verzi. Aceste cursuri ar putea include tehnici de producție a materialelor sustenabile, utilizarea eficientă a resurselor și implementarea soluțiilor ecologice în construcții.
- **Servicii de reciclare și reutilizare a materialelor de construcții:** Afacerea ar putea oferi servicii de colectare, reciclare și recondiționare a deșeurilor de construcții pentru a le transforma în materiale noi, reutilizabile.

4. Clienții potențiali





Clienții potențiali ai unei astfel de întreprinderi sociale ar putea fi diverși, provenind din mai multe sectoare, însă toți ar împărtăși interesul pentru soluții durabile și ecologice. Printre aceștia s-ar putea regăsi:

- **Dezvoltatori imobiliari:** Companii de construcții care dezvoltă proiecte imobiliare și care sunt interesate de integrarea materialelor ecologice în clădiri, pentru a respecta standardele de sustenabilitate sau pentru a răspunde cerințelor pieței în creștere pentru locuințe verzi.
- **Arhitecți și proiectanți:** Profesioniști din domeniul construcțiilor care colaborează cu clienți pentru proiecte de construcții sustenabile și care ar avea nevoie de consultanță și de materiale ecologice pentru a-și implementa ideile inovatoare.
- **Constructorii de clădiri rezidențiale și comerciale:** Firme de construcții care realizează proiecte ce pun accent pe eficiența energetică, clădiri pasive sau clădiri cu un impact redus asupra mediului.
- **Sectorul public:** Autoritățile locale sau guvernamentale care dezvoltă proiecte de infrastructură verde sau construcții publice sustenabile ar putea fi interesați să colaboreze cu întreprinderea socială pentru achiziția de materiale eco-friendly sau pentru implementarea unor soluții durabile în proiectele lor.
- **Clienți individuali:** Persoane fizice care doresc să construiască sau să renoveze locuințe personale folosind materiale sustenabile, în încercarea de a reduce amprenta lor de carbon și de a locui într-un mediu mai sănătos.

5. Politica de prețuri și strategia de vânzări

Pentru a stabili o politică de prețuri și o strategie de vânzări eficiente, întreprinderea socială ar trebui să ia în considerare mai multe aspecte legate de costuri, competiție și misiunea socială. Iată câteva recomandări:

Politica de prețuri

- **Prețuri accesibile pentru grupurile vulnerabile:** Întrucât întreprinderea socială are și un scop social, ar putea stabili prețuri reduse sau oferi materiale la prețuri accesibile pentru clienții proveniți din grupuri defavorizate sau pentru proiecte comunitare. De exemplu, în cadrul unor proiecte de locuințe sociale sau reabilitări ecologice pentru persoane cu venituri mici, materialele eco-friendly ar putea fi oferite la un preț redus.
- **Prețuri competitive pentru sectorul comercial:** Pentru clienții din sectorul privat, cum ar fi dezvoltatorii imobiliari și firmele de construcții, prețurile ar putea fi alinate la nivelul pieței, oferind un echilibru între calitatea materialelor eco-friendly și costul acestora. Este important ca prețul să reflecte nu doar valoarea materialelor, ci și beneficiile de mediu și economiile pe termen lung oferite de utilizarea acestora (de exemplu, reducerea costurilor cu energia).





- **Prețuri diferențiate:** Întreprinderea ar putea adopta o strategie de prețuri diferențiate, în funcție de tipul clientului și volumul achizițiilor. De exemplu, ar putea oferi discounturi pentru comenzi mari sau pentru proiecte pe termen lung, colaborând cu firme de construcții sau guverne locale pentru proiecte de construcție verde.

Strategia de vânzări

- **Focalizare pe parteneriate strategice:** O componentă esențială a strategiei de vânzări ar putea fi dezvoltarea unor parteneriate cu dezvoltatori imobiliari, arhitecți, constructori și instituții publice. Aceste colaborări ar putea include nu doar vânzarea de materiale, ci și oferirea de consultanță pentru implementarea proiectelor sustenabile, ceea ce ar putea adăuga valoare suplimentară pentru clienți.
- **Participarea la proiecte publice de construcții sustenabile:** Întreprinderea socială ar putea să aplice pentru proiecte publice care promovează construcțiile ecologice sau renovările verzi. Programele guvernamentale, fondurile europene sau alte inițiative publice de sprijin pentru construcțiile sustenabile ar putea fi o sursă importantă de clienți și proiecte.
- **Campanii de marketing educațional:** O altă componentă a strategiei de vânzări ar putea fi promovarea materialelor eco-friendly prin campanii de conștientizare. Aceste campanii ar putea include organizarea de evenimente, ateliere și seminarii pentru educarea potențialilor clienți despre beneficiile materialelor de construcție sustenabile. De asemenea, publicitatea în mediul online și utilizarea rețelelor sociale pentru a evidenția impactul pozitiv asupra mediului ar putea atrage clienți preocupați de aspectele ecologice.
- **Etichetarea ecologică și certificări:** Un alt element al strategiei de vânzări ar putea fi obținerea de certificări ecologice sau etichete care să ateste calitatea și sustenabilitatea materialelor oferite. Acest lucru ar putea atrage clienții care sunt în căutarea unor soluții certificate și care respectă standardele internaționale de sustenabilitate.

6. Parteneriate strategice necesare pentru vânzarea eficientă a produselor și serviciilor

Pentru a-și vinde produsele și serviciile în mod eficient, întreprinderea socială din domeniul economiei verzi va trebui să dezvolte parteneriate strategice cu diverse organizații și entități care pot facilita accesul pe piață, creșterea impactului social și îmbunătățirea vizibilității. Iată câteva parteneriate-cheie:

- **Parteneriate cu dezvoltatori imobiliari și constructori:** Acestea ar fi unele dintre cele mai importante parteneriate, deoarece dezvoltatorii imobiliari și firmele de construcții sunt principalii utilizatori ai materialelor de construcții. Stabilirea unor colaborări cu acești actori ar permite întreprinderii sociale să își integreze materialele





eco-friendly în proiecte de construcții durabile și să contribuie la standardele verzi ale sectorului.

- **Colaborări cu arhitecți și designeri de construcții sustenabile:** Arhitecții și designerii care promovează practici ecologice pot deveni ambasadori ai materialelor eco-friendly produse de întreprindere. Prin colaborarea cu aceștia, întreprinderea ar putea să-și promoveze produsele ca fiind soluții inovatoare și sustenabile, utilizate în proiecte moderne și verzi.
- **Parteneriate cu instituții guvernamentale și autorități locale:** Autoritățile locale și naționale joacă un rol important în promovarea construcțiilor sustenabile și a economiei verzi. Colaborarea cu aceste instituții ar putea implica participarea la licitații publice pentru proiecte de infrastructură durabilă sau accesarea unor fonduri guvernamentale și europene destinate construcțiilor verzi și dezvoltării de locuințe sociale.
- **Parteneriate cu organizații non-guvernamentale (ONG-uri):** ONG-urile care activează în domeniul protecției mediului și dezvoltării sociale ar putea fi aliați importanți pentru întreprinderea socială. Acestea ar putea ajuta la promovarea materialelor eco-friendly, dar și la implementarea unor programe sociale pentru integrarea grupurilor vulnerabile pe piața muncii.
- **Colaborări cu centre educaționale și de formare profesională:** Parteneriatele cu instituții de învățământ sau centre de formare profesională ar putea ajuta la crearea unui flux de forță de muncă calificată în domeniul construcțiilor verzi. În plus, aceste parteneriate ar putea oferi cursuri de calificare și formare continuă pentru persoanele din grupurile vulnerabile, sprijinind integrarea acestora în piața muncii.
- **Furnizori de materii prime și colaboratori din lanțul de aprovizionare:** Este esențial ca întreprinderea socială să stabilească relații de lungă durată cu furnizorii de materii prime ecologice, pentru a se asigura că produsele sale sunt realizate conform standardelor de sustenabilitate. Aceste parteneriate ar putea contribui la reducerea costurilor și la îmbunătățirea calității produselor.
- **Parteneriate cu rețele de distribuție și retaileri de materiale de construcții:** Pentru a ajunge la un număr cât mai mare de clienți, întreprinderea socială ar putea să colaboreze cu distribuitori și retaileri specializați în materiale de construcții ecologice. Aceste parteneriate ar asigura o prezență mai mare pe piață și ar facilita accesul la clienți atât din sectorul privat, cât și din cel public.

7. Direcțiile strategice de dezvoltare a întreprinderii

O întreprindere socială care produce materiale de construcții eco-friendly trebuie să îmbine două dimensiuni esențiale: dezvoltarea economică și îndeplinirea misiunii sociale. Direcțiile





strategice de dezvoltare ar trebui să țină cont de ambele aspecte, astfel încât întreprinderea să poată funcționa sustenabil pe termen lung, generând profit, dar și având un impact pozitiv asupra comunității și mediului.

Direcții strategice economice

- **Diversificarea portofoliului de produse:** Pentru a se adapta la nevoile pieței și a atrage o gamă variată de clienți, întreprinderea ar trebui să continue să dezvolte noi produse și soluții inovatoare de construcții sustenabile. Aceasta ar putea include materiale noi, care îndeplinesc standarde și cerințe ecologice din ce în ce mai stricte, dar și soluții tehnologice pentru eficiență energetică.
- **Extinderea pe piețe noi:** O altă direcție importantă ar fi extinderea treptată pe piețe noi, atât în cadrul aceleiași regiuni geografice, cât și pe alte piețe naționale și internaționale. Aceasta ar putea include explorarea unor piețe unde există o cerere crescută pentru materiale de construcții sustenabile, în special în țările unde politicile de mediu sunt foarte dezvoltate.
- **Crearea unui brand de încredere:** Întreprinderea ar trebui să investească în consolidarea brandului său, promovând imaginea sa ca un furnizor de soluții verzi de încredere. Obținerea unor certificări ecologice recunoscute la nivel internațional ar contribui la creșterea credibilității pe piață și ar atrage clienți care sunt interesați de respectarea standardelor de sustenabilitate.
- **Investiții în tehnologie și inovație:** Pentru a rămâne competitivă pe termen lung, întreprinderea ar trebui să investească în tehnologie, automatizare și procese de producție inovatoare. Aceasta ar putea reduce costurile de producție, îmbunătăți eficiența și calitatea produselor, dar și să permită producerea unor materiale mai avansate din punct de vedere ecologic.

Direcții strategice sociale

- **Extinderea programelor de integrare socială:** Întreprinderea socială ar putea să își dezvolte programele de integrare a grupurilor vulnerabile prin oferirea unor oportunități de angajare și formare profesională. Aceste programe ar putea include colaborarea cu instituții educaționale și centre de formare profesională pentru a dezvolta cursuri de specializare în construcții verzi. O direcție importantă ar putea fi și colaborarea cu ONG-uri care lucrează cu grupuri marginalizate, pentru a le oferi acestora un acces mai larg la piața muncii.
- **Programe de educație ecologică:** Întreprinderea ar putea să își extindă misiunea socială prin dezvoltarea de programe educaționale menite să conștientizeze comunitatea cu privire la beneficiile construcțiilor durabile. Aceste programe ar putea fi adresate atât clienților săi (firme de construcții, arhitecți), cât și publicului larg (clienți individuali și comunități). De asemenea, ar putea colabora cu școli și





universități pentru a integra cursuri despre construcțiile eco-friendly în programele educaționale.

- **Implicarea în proiecte comunitare:** Întreprinderea ar putea să dezvolte inițiative de reabilitare a locuințelor sau a clădirilor publice în comunități defavorizate, utilizând materialele eco-friendly produse de ea însăși. Aceste proiecte ar contribui nu doar la dezvoltarea locală, dar și la creșterea gradului de acceptare a soluțiilor ecologice în rândul populației.
- **Lobby pentru politici publice:** O direcție strategică importantă ar putea fi implicarea activă în procesele de elaborare a politicilor publice privind sustenabilitatea în construcții. Întreprinderea ar putea colabora cu autoritățile locale și naționale, participând la dezvoltarea cadrului legislativ pentru promovarea materialelor de construcții ecologice și reducerea impactului negativ asupra mediului în construcții.

8. Analiza SWOT pentru întreprinderea socială

O analiză SWOT oferă o perspectivă asupra punctelor tari, punctelor slabe, oportunităților și amenințărilor cu care s-ar putea confrunta întreprinderea socială care produce materiale de construcții eco-friendly. Această analiză ajută la identificarea factorilor interni și externi care influențează dezvoltarea afacerii.

Puncte tari (Strengths):

- **Produse sustenabile și inovatoare:** Materialele de construcții eco-friendly răspund cerințelor tot mai mari pentru soluții verzi, ceea ce poate aduce un avantaj competitiv.
- **Misiune socială puternică:** Întreprinderea are o componentă socială, ceea ce atrage suportul comunității și al instituțiilor publice sau organizațiilor internaționale care sprijină economia socială.
- **Certificări ecologice:** Obținerea unor certificări internaționale de sustenabilitate poate spori încrederea în calitatea produselor și poate facilita accesul la proiecte mari și clienți de înaltă calitate.
- **Capacitate de inovare:** Posibilitatea de a dezvolta produse noi și de a se adapta rapid la noile tehnologii și tendințe ecologice.

Puncte slabe (Weaknesses):

- **Costuri inițiale ridicate:** Costurile asociate cu producția de materiale eco-friendly pot fi mai mari decât cele ale materialelor convenționale, ceea ce poate îngreuna stabilirea unui preț competitiv.





- **Resurse financiare limitate:** În calitate de întreprindere socială, accesul la capital pentru dezvoltare ar putea fi limitat, mai ales dacă nu există investitori interesați de componenta socială.
- **Forță de muncă limitată:** Formarea angajaților în tehnici de producție durabilă poate fi costisitoare și poate necesita timp.
- **Dependința de clienți din sectorul public:** Accesul la proiecte mari poate depinde de politicile guvernamentale sau de fonduri externe, ceea ce poate crea instabilitate.

Oportunități (Opportunities):

- **Creșterea cererii pentru materiale ecologice:** Pe măsură ce conștientizarea privind schimbările climatice și sustenabilitatea crește, cererea pentru materiale de construcții eco-friendly este în continuă expansiune.
- **Fonduri și subvenții pentru proiecte verzi:** Există o varietate de fonduri europene, guvernamentale și private destinate sprijinirii proiectelor de mediu și a întreprinderilor sociale.
- **Colaborarea cu instituțiile publice și ONG-uri:** Programele de locuințe sociale și proiectele de infrastructură verde finanțate din surse publice pot oferi oportunități importante de contractare.
- **Inovații tehnologice:** Evoluția tehnologiei în construcții (de exemplu, imprimarea 3D cu materiale ecologice sau utilizarea inteligenței artificiale pentru optimizarea proceselor) poate ajuta întreprinderea să își îmbunătățească eficiența și oferta de produse.

Amenințări (Threats):

- **Concurență puternică:** Există o competiție în creștere pe piața materialelor de construcții ecologice, ceea ce poate reduce marjele de profit.
- **Fluctuațiile prețurilor la materiile prime:** Costurile materialelor sustenabile pot varia semnificativ, ceea ce poate afecta capacitatea întreprinderii de a menține prețuri stabile.
- **Schimbări legislative:** Modificările în reglementările de mediu sau în politicile fiscale pot afecta afacerea, mai ales dacă legislația devine mai restrictivă sau subvențiile sunt retrase.
- **Piață educată insuficient:** În unele regiuni, potențialii clienți (atât din sectorul public, cât și cel privat) ar putea să nu fie suficient de conștienți de beneficiile materialelor ecologice, ceea ce ar putea reduce cererea pe termen scurt.





9. Structura de personal și responsabilitățile angajaților

Având în vedere dimensiunea unei întreprinderi sociale mici, cu 4-5 angajați, structura de personal ar trebui să fie bine definită pentru a acoperi toate funcțiile critice necesare operării eficiente a afacerii. În această structură, fiecare angajat ar trebui să îndeplinească mai multe roluri, având în vedere resursele limitate. Iată o propunere pentru structura de personal și responsabilitățile acestora:

1. Manager general (1 angajat)

Responsabilități:

- Gestionarea întregii întreprinderi, coordonarea activităților economice și sociale.
- Stabilirea strategiei generale și a obiectivelor pe termen lung.
- Supervizarea proceselor financiare, a bugetelor și a fluxurilor de numerar.
- Dezvoltarea și menținerea relațiilor cu partenerii, furnizorii, clienții și instituțiile publice.
- Gestionarea echipei, evaluarea performanțelor și implementarea programelor de integrare socială.
- Promovarea întreprinderii și reprezentarea acesteia în relația cu instituții publice sau private, organizații non-guvernamentale, potențiali investitori și parteneri.
- Identificarea oportunităților de finanțare și dezvoltare.

2. Responsabil producție și logistică (1 angajat)

Responsabilități:

- Coordonarea activităților de producție și asigurarea respectării standardelor de calitate și de sustenabilitate.
- Gestionarea echipamentelor și a proceselor tehnologice implicate în producția materialelor de construcții eco-friendly.
- Gestionarea lanțului de aprovizionare, relațiile cu furnizorii și monitorizarea stocurilor de materii prime.
- Optimizarea proceselor de producție pentru a reduce deșeurile și a îmbunătăți eficiența.





- Coordonarea livrărilor și a logisticii, asigurându-se că produsele ajung la clienți în condiții optime și la timp.
- Monitorizarea conformității cu normele de sănătate și siguranță la locul de muncă.

3. Specialist vânzări și marketing (1 angajat)

Responsabilități:

- Dezvoltarea și implementarea strategiei de vânzări și marketing pentru promovarea materialelor de construcții eco-friendly.
- Identificarea piețelor țintă și a oportunităților de extindere a portofoliului de clienți.
- Gestionarea relațiilor cu clienții actuali și potențiali, oferind suport și consultanță pentru alegerea materialelor potrivite.
- Crearea și gestionarea campaniilor de marketing, atât online, cât și offline (rețele sociale, website, evenimente, etc.).
- Monitorizarea concurenței și identificarea tendințelor pieței.
- Participarea la târguri și expoziții relevante pentru construcții și sustenabilitate.
- Realizarea și implementarea strategiei de prețuri și analiza performanței vânzărilor.

4. Responsabil financiar și administrativ (1 angajat)

Responsabilități:

- Gestionarea contabilității întreprinderii, inclusiv facturarea, plățile și înregistrarea veniturilor și cheltuielilor.
- Supravegherea fluxurilor de numerar și asigurarea conformității cu reglementările fiscale și legale.
- Pregătirea rapoartelor financiare și analizelor de costuri pentru management.
- Administrarea contractelor și a documentelor juridice, inclusiv relațiile cu furnizorii și clienții.
- Suport pentru activitățile de resurse umane, inclusiv gestionarea salariilor și a dosarelor angajaților.
- Monitorizarea și optimizarea costurilor operaționale, pentru a maximiza eficiența financiară a întreprinderii.





5. Tehnician de producție (1 angajat)

Responsabilități:

- Operarea mașinilor și echipamentelor de producție, asigurându-se că procesele sunt desfășurate conform standardelor de calitate și ecologie.
- Verificarea și întreținerea echipamentelor pentru a preveni defecțiuni și a menține eficiența producției.
- Participarea activă la procesul de producție și optimizarea acestuia, reducând risipa și consumul de energie.
- Îndeplinirea sarcinilor zilnice legate de producția de materiale de construcții, cum ar fi pregătirea materiilor prime și supravegherea produselor finite.
- Monitorizarea indicatorilor de performanță ai procesului de producție și raportarea eventualelor probleme de calitate sau eficiență.
- Contribuția la implementarea soluțiilor ecologice pentru reducerea amprentei de carbon a procesului de producție.





Întreprindere socială de tip ONG din domeniul educației ecologice

Crearea unei întreprinderi sociale de tip ONG în domeniul economiei verzi, cu scopul de a presta servicii de educație ecologică, reprezintă o oportunitate de a contribui la dezvoltarea sustenabilă și la protecția mediului, în contextul în care necesitatea unui comportament responsabil față de natură devine din ce în ce mai urgentă. Iată cum ar putea fi detaliată această idee:

1. Definirea misiunii sociale a întreprinderii sociale

Misiunea socială a unei astfel de întreprinderi sociale ar putea fi formulată în jurul conceptului de educație ecologică, cu scopul de a promova un comportament responsabil față de mediu și de a spori gradul de conștientizare în rândul diverselor categorii de persoane. Misiunea ar putea fi enunțată astfel:

„Misiunea noastră este de a educa și sensibiliza comunitățile prin furnizarea de informații și activități educaționale în domeniul protecției mediului, pentru a încuraja adoptarea unui stil de viață sustenabil și responsabil față de planetă. Ne propunem să contribuim la dezvoltarea unui comportament ecologic prin programe educaționale destinate tuturor categoriilor de vârstă, cu un accent deosebit pe tineret și comunități defavorizate, promovând astfel dezvoltarea unui viitor mai verde și mai sănătos.”

2. Definirea problemei sociale și a nevoilor sociale vizate

Problema socială pe care întreprinderea socială încearcă să o rezolve poate fi definită prin prisma conștientizării insuficiente și a educației precare în domeniul protecției mediului. În ciuda creșterii interesului global pentru protecția planetei, multe comunități nu dispun de informațiile necesare pentru a înțelege impactul negativ al activităților zilnice asupra mediului și cum pot contribui la reducerea acestui impact.

Categoriile de persoane cărora li se adresează întreprinderea socială:

- **Tineretul și elevii:** Educația ecologică în școli poate ajuta tinerii să înțeleagă importanța protecției mediului și să devină agenți activi ai schimbării în comunitățile lor.
- **Comunități defavorizate:** Persoanele din zonele rurale sau din comunități marginalizate pot fi mai puțin informate despre soluțiile ecologice disponibile, iar întreprinderea socială ar putea să le ofere acces la educație ecologică adaptată nevoilor lor.





Cofinanțat de
Uniunea Europeană



- **Familii:** Oferirea de informații accesibile despre cum să îmbunătățească comportamentele ecologice la nivel de gospodărie.
- **Organizații și întreprinderi locale:** Acestea pot beneficia de traininguri și consultanță în vederea implementării unor practici mai ecologice și mai eficiente din punct de vedere al resurselor.

Zona geografică și problema comunitară de mediu:

Zona geografică vizată ar putea include atât localități urbane, cât și rurale, cu un accent deosebit pe zonele care se confruntă cu provocări majore legate de poluare, gestionarea deșeurilor, reciclare insuficientă sau consum iresponsabil de resurse. De asemenea, zonele cu acces limitat la educație și resurse pentru dezvoltarea unui comportament ecologic ar fi prioritare.

Problema comunitară poate include:

- **Poluarea mediului:** În multe zone urbane sau industriale, poluarea aerului și a apei reprezintă o problemă gravă, iar educația ecologică poate contribui la reducerea acesteia prin schimbarea atitudinilor și comportamentelor.
- **Deșeurile și reciclarea:** În multe comunități, gestionarea deșeurilor este deficitară. Proiectele educaționale ar putea învăța populația cum să recicleze corect și să reducă producția de deșeuri.
- **Consum iresponsabil:** Încurajarea unui consum mai responsabil și educarea cu privire la impactul acestuia asupra mediului poate ajuta la reducerea amprentei ecologice a indivizilor.

3. Servicii și produse oferite de întreprinderea socială

O întreprindere socială de educație ecologică ar putea oferi o varietate de servicii și produse, care să răspundă nevoilor identificate ale comunităților vizate. Printre acestea, se pot enumera:

Servicii educaționale:

- **Programe de formare și workshopuri:** Activități educaționale destinate școlilor, liceelor, universităților și organizațiilor locale, în scopul de a crește nivelul de conștientizare ecologică și de a oferi soluții concrete pentru protecția mediului.
- **Traininguri pentru profesioniști:** Organizarea de sesiuni de formare pentru angajați din diverse sectoare (de exemplu, domeniul turismului sau al construcțiilor) pentru a implementa bune practici ecologice în activitățile lor profesionale.



SMIS 308904 - IMPACT
Implică-te în comunitatea ta prin antreprenoriat social





- **Sesiuni de educație ecologică pentru familii:** În cadrul acestora, familiile pot învăța despre gestionarea eficientă a resurselor (apă, energie), reducerea deșeurilor și alte obiceiuri ecologice aplicabile în viața de zi cu zi.

Produse ecologice și resurse educaționale:

- **Ghiduri și materiale educaționale:** Crearea și distribuirea de ghiduri de bune practici ecologice (cum ar fi ghiduri pentru reciclare, economisirea apei, reducerea consumului de plastic etc.).
- **Kituri ecologice:** Produse educaționale, cum ar fi kituri de reciclare sau soluții de economisire a energiei, care pot fi distribuite către școli sau comunități.
- **Platformă online de educație ecologică:** Crearea unui portal educațional online cu resurse gratuite, cursuri interactive și materiale de auto-aprendere pentru diverse grupuri țintă.

Servicii de consultanță pentru organizații și autorități locale:

- **Consultanță ecologică pentru întreprinderi:** Oferirea de servicii de consultanță pentru implementarea de soluții ecologice în procesele lor de producție, reciclare, reducerea emisiilor de CO₂ sau utilizarea eficientă a resurselor.
- **Consultanță pentru autoritățile locale:** Sprijin în dezvoltarea de politici ecologice la nivel local, inclusiv în domeniul gestionării deșeurilor, protecției mediului și educației pentru dezvoltare durabilă.

Aceste servicii și produse ar contribui la integrarea unui comportament ecologic în viața cotidiană a indivizilor și la dezvoltarea unor comunități mai responsabile față de mediu. De asemenea, vor avea un impact pozitiv asupra reducerii problemelor de mediu și vor promova un stil de viață sustenabil, esențial în contextul crizei climatice globale.

4. Clienții potențiali ai întreprinderii sociale

Clienții potențiali ai unei întreprinderi sociale dedicate educației ecologice din domeniul economiei verzi sunt variate grupuri și entități care pot beneficia direct de pe urma serviciilor și produselor ecologice oferite. Acești clienți pot include:

1. Instituții educaționale:

- **Școli și licee:** Elevii reprezintă un public țintă important, deoarece educația ecologică poate contribui semnificativ la formarea unui comportament sustenabil în rândul tinerelor generații. Programele educaționale pentru școlari și liceeni, cum ar fi workshopuri, tabere ecologice sau cursuri online, pot atrage interesul acestora.





- **Universități și instituții de învățământ superior:** Acestea ar putea adopta programe de educație ecologică avansată, ateliere de formare sau colaborări pe teme de mediu pentru studenți, profesori și personal administrativ.

2. Administrații locale și autorități publice:

- **Primării și autorități locale:** Autoritățile locale care gestionează problemele de mediu pot deveni clienți prin achiziționarea de consultanță și soluții pentru gestionarea deșeurilor, promovarea unui comportament ecologic în comunități, educație pentru dezvoltare durabilă și proiecte de protecția mediului.
- **ONG-uri și organizații comunitare:** Aceste organizații pot beneficia de pe urma colaborărilor în implementarea unor proiecte de educație ecologică în comunități, atât la nivel local, cât și regional.

3. Companii și întreprinderi:

- **Companii private:** În special cele din industrii cu impact asupra mediului (precum industria alimentară, construcții, turism, producție), care pot beneficia de consultanță ecologică pentru implementarea unor practici sustenabile și pentru instruirea angajaților lor.
- **Start-up-uri și IMM-uri:** Acestea pot fi interesate să adopte soluții de afaceri mai ecologice și să contribuie la economiile verzi, având nevoie de ghidaj și resurse educaționale.

4. Familii și indivizi:

- **Părinți și copii:** Familiile care doresc să adopte un stil de viață mai sustenabil pot fi interesate de programele educaționale adresate acestora, workshopuri de reciclare, economisire a apei sau promovarea unui consum responsabil.
- **Indivizi conștienți de mediu:** Persoanele care sunt deja sensibile la problemele de mediu, care doresc să învețe mai multe despre cum să reducă impactul lor ecologic și să aplice soluții ecologice în viața de zi cu zi.

5. Organizații și rețele internaționale:

- **Agenții internaționale de mediu:** Colaborarea cu organizații de nivel internațional poate oferi oportunități de formare și de implementare a proiectelor ecologice în diverse regiuni sau țări, mai ales în cadrul unor campanii de educație globală pentru protecția mediului.

5. Politica de prețuri și strategia de vânzări

Politica de prețuri:





Politica de prețuri a întreprinderii sociale ar trebui să țină cont de scopul de a sprijini accesibilitatea serviciilor educaționale pentru diverse grupuri, în timp ce asigură sustenabilitatea financiară a întreprinderii. Aceasta poate include abordări flexibile în funcție de clientul vizat:

- **Prețuri scalate pe baza capacității financiare:** Pentru școli, autorități locale și organizații non-profit, prețurile ar putea fi mai mici sau bazate pe parteneriate publice-privat, susținând accesibilitatea la educație ecologică pentru toate categoriile de clienți.
- **Subvenții și finanțări externe:** Întreprinderea ar putea aplica pentru fonduri de la organizații internaționale, guverne sau alte entități pentru a subvenționa activitățile educaționale pentru grupurile vulnerabile.
- **Prețuri diferite pentru diverse tipuri de servicii:** De exemplu, pentru traininguri online, prețurile pot fi mai mici decât pentru sesiuni de formare fizice. De asemenea, produsele educaționale (cum ar fi ghiduri și kituri ecologice) ar putea avea un preț accesibil pentru a sprijini educația comunitară.
- **Politica de prețuri în funcție de tipul de client:** Dacă serviciile sunt destinate instituțiilor publice sau organizațiilor non-profit, prețurile pot fi negociate sau scăzute, în timp ce pentru companiile private prețurile ar putea fi mai mari, având în vedere capacitatea financiară și beneficiile economice pe care le pot obține.

Strategia de vânzări:

- **Vânzări directe și marketing educațional:** Crearea unui departament de vânzări care să se ocupe de parteneriatele instituționale, respectiv al unui departament de marketing care să promoveze produsele și serviciile educaționale. Campaniile de marketing ar putea include prezentări în școli, conferințe, workshopuri și seminarii pe teme ecologice.
- **Colaborări și parteneriate:** Colaborarea cu școli, autorități locale, organizații non-profit și companii poate fi esențială pentru a extinde impactul și pentru a vinde serviciile. Aceste parteneriate pot adresa grupuri mari de clienți potențiali, mai ales în cazul programelor educaționale.
- **Online și platforme educaționale:** Utilizarea platformelor online pentru promovarea și vânzarea cursurilor și materialelor educaționale. Crearea unui portal online de resurse ecologice și oferte educaționale poate atrage un public larg, mai ales în contextul digitalizării educației.





6. Parteneriate strategice pentru o vânzare eficientă

Parteneriatele strategice sunt esențiale pentru dezvoltarea unei întreprinderi sociale și pentru atingerea unui impact semnificativ. Iată câteva parteneriate cheie care ar putea sprijini vânzările și eficiența activităților întreprinderii:

- **Colaborări cu autoritățile locale și guvernamentale:** Parteneriatele cu primării și autorități publice pot sprijini implementarea de programe educaționale ecologice în comunități, iar acest lucru poate include atât sesiuni educaționale pentru publicul larg, cât și inițiative speciale destinate grupurilor vulnerabile.
- **Organizații non-profit și ONG-uri:** Colaborarea cu alte ONG-uri care activează în domeniul protecției mediului sau educației poate permite partajarea resurselor și extinderea rețelei de clienți potențiali. De asemenea, aceste organizații pot facilita accesul la granturi și fonduri pentru derularea activităților educaționale.
- **Școli și universități:** Parteneriatele educaționale cu instituții de învățământ sunt esențiale, iar aceste instituții pot deveni canale de promovare a serviciilor educaționale, cu posibilitatea integrării în curriculumul național sau local.
- **Furnizori de produse ecologice:** Colaborarea cu producători de produse ecologice sau companii care oferă soluții sustenabile (de exemplu, reciclare, energie regenerabilă) poate adăuga valoare serviciilor oferite și poate deschide noi canale de distribuție.
- **Companii private și corporații:** Acestea pot deveni parteneri în organizarea de workshopuri și cursuri pentru angajații lor sau pentru comunitățile pe care le servesc, iar astfel întreprinderea poate atrage o sursă constantă de venituri.

7. Direcțiile strategice de dezvoltare ale întreprinderii sociale

Pentru a asigura un succes pe termen lung al întreprinderii sociale dedicate educației ecologice, este important ca aceasta să îmbine dezvoltarea economică cu îndeplinirea misiunii sociale. Direcțiile strategice de dezvoltare ar trebui să fie gândite astfel încât să răspundă nevoilor de protecție a mediului și să aducă valoare economică, asigurând în același timp sustenabilitatea financiară a afacerii.

1. Extinderea și diversificarea ofertei educaționale

- **Programe educaționale personalizate:** Crearea unor programe educaționale pentru diverse grupuri țintă (copii, tineri, adulți, profesioniști, autorități locale), care să fie adaptate nevoilor specifice ale acestora.





- **Cursuri online și platformă educațională:** Dezvoltarea unor cursuri online interactive pe teme ecologice, care pot fi accesibile unei audiențe globale, promovând astfel misiunea de educație ecologică.
- **Proiecte educaționale de durată:** Derularea unor proiecte pe termen lung care să implice mai multe instituții educaționale și comunități, axate pe dezvoltarea unui comportament ecologic sustenabil.

2. Parteneriate strategice cu entități publice și private

- **Colaborări cu autoritățile locale și guvernamentale:** Parteneriatele cu autoritățile locale pot contribui la integrarea educației ecologice în planurile de dezvoltare locală și în proiectele comunitare. De asemenea, parteneriatele cu guvernele pot ajuta în obținerea de fonduri pentru derularea de proiecte educaționale.
- **Colaborări cu companii private:** Încheierea de parteneriate cu companii din industrii care au un impact semnificativ asupra mediului (ex. industria de construcții, transporturi, turism) pentru a le ajuta să implementeze practici mai sustenabile, prin organizarea de cursuri și ateliere de formare ecologică pentru angajați.

3. Crearea unui model de afaceri sustenabil

- **Diversificarea surselor de venituri:** Pe lângă vânzarea de cursuri și materiale educaționale, întreprinderea socială ar putea să implementeze strategii de generare de venituri prin organizarea de evenimente ecologice (ex. târguri de produse ecologice, conferințe) și vânzarea de produse ecologice (ex. kituri de reciclare).
- **Proiecte de crowdfunding:** Lansarea de campanii de crowdfunding pentru susținerea anumitor programe educaționale sau pentru achiziționarea de echipamente educaționale. Aceste campanii pot atrage atât resurse financiare, cât și o audiență interesată de protecția mediului.

4. Inovație și digitalizare

- **Tehnologii verzi și educație digitală:** Investirea în tehnologiile verzi și dezvoltarea unor platforme educaționale digitale care să fie ușor accesibile pentru utilizatori din orice colț al lumii. De asemenea, utilizarea realității virtuale (VR) sau augmentate (AR) pentru a crea experiențe educaționale interactive despre mediul înconjurător și problemele ecologice.
- **Aplicații mobile pentru educația ecologică:** Crearea unei aplicații mobile care să ofere utilizatorilor informații și sfaturi legate de viața sustenabilă, reciclare, economisirea energiei și apă, gestionarea deșeurilor, precum și provocări ecologice pentru a-i încuraja să aplice soluții ecologice în viața de zi cu zi.

8. Analiza SWOT a întreprinderii sociale





Puncte forte (Strengths):

- **Misiune socială puternică și relevantă:** Educația ecologică este un domeniu în continuă creștere și are un impact semnificativ asupra societății, ceea ce poate atrage susținerea din partea comunității și a partenerilor.
- **Expertiză în domeniul ecologic:** Întreprinderea poate să se bazeze pe expertiza profesională în domeniul protecției mediului și educației ecologice, ceea ce îi conferă un avantaj competitiv.
- **Acces la fonduri și subvenții:** Există posibilitatea de a atrage fonduri externe (guvernamentale, europene, internaționale) pentru implementarea proiectelor educaționale în domeniul ecologic.

Puncte slabe (Weaknesses):

- **Resurse financiare limitate:** Fiind o întreprindere socială, poate întâmpina dificultăți în accesarea unor surse de venit constante și în susținerea financiară pe termen lung.
- **Lipsa de vizibilitate la început:** Intenționând să opereze pe o piață educațională și socială, întreprinderea poate întâmpina dificultăți în a-și construi o reputație puternică într-un domeniu foarte competițional.

Oportunități (Opportunities):

- **Creșterea interesului pentru soluții ecologice:** Tot mai multe persoane și organizații sunt interesate de educația ecologică și de adoptarea unui comportament responsabil față de mediu, ceea ce poate crea o cerere constantă pentru produsele și serviciile oferite.
- **Colaborări cu autorități și ONG-uri:** Parteneriatele cu autoritățile locale, organizațiile non-profit și instituțiile educaționale pot aduce sprijin financiar și oportunități de extindere.
- **Fonduri internaționale pentru educație și mediu:** Posibilitatea de a aplica pentru granturi internaționale care vizează educația ecologică, protecția mediului și dezvoltarea durabilă.

Amenințări (Threats):

- **Schimbări în legislația fiscală și de mediu:** Modificările legislative, în special în domeniul ecologic și fiscal, pot afecta direct activitatea întreprinderii.
- **Competitivitatea ridicată:** Există o competiție mare din partea altor organizații non-profit, ONG-uri și întreprinderi care activează în domeniul educației ecologice.





- **Dependența de finanțări externe:** Dacă întreprinderea depinde prea mult de granturi și finanțări externe, aceasta poate deveni vulnerabilă în fața fluctuațiilor economice și politice.

9. Structura de personal necesară pentru operarea afacerii

Având în vedere dimensiunea relativ mică a întreprinderii și scopul său educațional, structura de personal poate fi eficientă cu un număr limitat de angajați, fiecare având responsabilități clare. Iată o propunere pentru structura de personal necesară:

1. Director executiv / Manager general:

- **Responsabilități:** Conducerea strategică a întreprinderii, dezvoltarea și implementarea programelor educaționale, managementul echipei, atragerea de fonduri și parteneriate, raportarea către consiliul de administrație și alte entități relevante.

2. Manager de programe educaționale:

- **Responsabilități:** Planificarea, implementarea și evaluarea programelor educaționale, dezvoltarea de materiale educaționale și ghiduri, organizarea de workshopuri, seminarii și traininguri. Ar avea un rol activ în cercetarea nevoilor educaționale ale comunităților și în coordonarea activităților de formare.

3. Specialist în marketing și comunicare:

- **Responsabilități:** Promovarea serviciilor educaționale, gestionarea prezenței online și a materialelor de marketing, crearea campaniilor de sensibilizare, gestionarea rețelelor sociale, colaborarea cu mass-media și atragerea de noi clienți și parteneri.

4. Consultant ecologic / Expert în sustenabilitate:

- **Responsabilități:** Oferirea de consultanță ecologică pentru organizații și instituții educaționale, dezvoltarea de soluții pentru implementarea practicilor ecologice, realizarea de analize și rapoarte privind impactul asupra mediului, realizarea de studii și cercetări.

5. Specialist financiar / Contabil:

- **Responsabilități:** Gestionarea resurselor financiare ale întreprinderii, întocmirea bugetelor, monitorizarea cheltuielilor, obținerea de finanțări externe și granturi, și asigurarea transparenței financiare prin rapoarte periodice.

