



Analiza economiei sociale la nivel regional

Realizată în cadrul proiectului ID 148806 "PRO RURAL - Consolidarea
coeziunii economice și sociale în Regiunile Centru și Nord-Vest"



CUPRINS

INTRODUCERE.....	3
Obiectivele și rezultatele obținute în urma implementării proiectului ID 148806 "PRO RURAL - Consolidarea coeziunii economice și sociale în Regiunile Centru și Nord-Vest"......	3
Obiectivul general al proiectului/Scopul proiectului	4
Obiectivele specifice ale proiectului.....	5
Rezultatele parțiale sau finale ale proiectului	7
OBIECTIVELE ANALIZEI	8
ANALIZA ECONOMIEI SOCIALE LA NIVEL REGIONAL.....	12
Metodologia GEM - <i>descriere</i>	13
ECONOMIA SOCIALĂ ÎN ROMÂNIA	15
Întreprinderea socială – concept, legislație, exemple.....	18
Care sunt mecanismele actuale de finanțare și de încurajare a întreprinderilor sociale și a întreprinderilor sociale de inserție	20
Antreprenoriatul social	24
Aspecte pozitive ale antreprenoriatului social:	28
Aspecte negative ale antreprenoriatului social:.....	29
Dinamica Economiei Sociale	31
Gradul de ocupare și indicatori specifici domeniului forței de muncă	34
Situatia statistică a grupurilor vulnerabile (romi, persoane cu dizabilități, tineri NEETs, etc.) la nivel național și în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest)	39
ANALIZA STRUCTURILOR DE ECONOMIE SOCIALĂ LA NIVEL NATIONAL ȘI ÎN REGIUNILE DE DEZVOLTARE CENTRU ȘI NORD-VEST	43
CUNOSTINTE ATITUDINI ȘI PRACTICI FAȚĂ DE OBIECTIVELE POCU	45
Atitudinea față de UE	45
Analiză rezultate studiu cantitativ.....	47
Analiză rezultate studiu calitativ	61
Analiza SWOT a economiei sociale în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest	68
Identificarea factorilor decisivi de influență a deciziei de a deveni antreprenor social.....	72
Evaluarea percepției populației cu privire la antreprenoriatul social	74





GHID PENTRU UN ANTREPRENOR SOCIAL DE SUCCES	77
MODELE DE BUNE PRACTICI ÎN ECONOMIA SOCIALĂ	83
Modele de bune practici în economia socială în România	84
Modele de bune practici în economia social în cadrul proiectului "PRO RURAL - Consolidarea coeziunii economice și sociale în Regiunile Centru și Nord-Vest"	87
RECOMANDĂRI PENTRU STIMULAREA DEZVOLTĂRII STRUCTURILOR DE ECONOMIE SOCIALĂ	91
GHID DE INTERVIU ÎN PROFUNZIME	94
CHESTIONAR ANALIZĂ ECONOMIE SOCIALĂ	98
Bibliografie	110





INTRODUCERE

Obiectivele și rezultatele obținute în urma implementării proiectului ID 148806 "PRO RURAL - Consolidarea coeziunii economice și sociale în Regiunile Centru și Nord-Vest".

"PRO RURAL - Consolidarea coeziunii economice și sociale în Regiunile Centru și Nord-Vest" este un proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020, Cod apel POCU/1009/8/3/Măsuri de investiții și relansare economică prin antreprenoriat pentru limitarea efectelor pandemiei COVID-19, Axa prioritară REACT EU, Componenta 1 Sprijin pentru înființarea de întreprinderi sociale în mediul rural Operațiunea Măsuri de investiții și relansare economică prin antreprenoriat pentru limitarea efectelor pandemiei COVID-19, Schema de ajutor de stat Sprijin pentru înființarea de întreprinderi sociale în mediul rural.

XEROM SERVICE S.R.L. ÎN CALITATE DE LIDER, ÎN PARTENERIAT CU INTERNATIONAL SERVICE EXPERT SRL A IMPLEMENTAT PROIECTUL "PRO RURAL - CONSOLIDAREA COEZIUNII ECONOMICE ȘI SOCIALE ÎN REGIUNILE CENTRU ȘI NORD-VEST" COD MYSMIS 148806, ÎN PERIOADA 20 OCTOMBRIE 2021 – 31 DECEMBRIE 2023, ÎN REGIUNILE CENTRU ȘI NORD-VEST.





Obiectivul general al proiectului/Scopul proiectului

Susținerea demersurilor (inițiativelor) în domeniul antreprenoriatului social în mediul rural din Regiunile Centru și Nord Vest, prin furnizarea serviciilor de formare și consiliere antreprenorială pentru 80 persoane, precum și prin acordarea ajutorului de minimis necesar pentru înființarea a 18 întreprinderi de economie socială care să funcționeze într-o manieră auto-sustenabilă, în cadrul cărora au fost create și ocupate 81 locuri de munca, din care 45 locuri de munca de către tinerii NEETs, intervenție materializată pe perioada a 30 luni.

Scopul principal al economiei sociale, în comparație cu scopul economiei de piață, nu este obținerea de profit, ci constă în îmbunătățirea condițiilor de viață și oferirea de noi oportunități pentru persoanele dezavantajate sau care fac parte din categorii vulnerabile.

AU FOST PROMOVATE ÎN CADRUL PROIECTULUI URMĂTOARELE MĂSURI:

1. Partenerii s-au asigurat că pe parcursul implementării nu au apărut situații care să contravină prevederilor legale în domeniul egalității de gen și nediscriminării
2. Partenerii s-au asigurat că toate categoriile de persoane au avut posibilitatea să participe în mod egal la activitățile proiectului, astfel încât nu au existat bariere care să limiteze egalitatea de șanse (program flexibil, spații și dotări accesibile inclusiv persoanelor cu dizabilități, resurse echilibrate în funcție de nevoile diverselor categorii de persoane etc.)
3. Partenerii s-au asigurat ca a fost utilizat un limbaj adecvat la elaborarea documentelor în cadrul proiectului, care să evite stereotipurile de gen și cele asociate altor vulnerabilități. Prin implementarea proiectului s-a urmărit înființarea a 18 întreprinderi sociale și consolidarea capacității acestora de a funcționa într-o manieră auto-sustenabilă, pentru facilitarea accesului la ocuparea forței de munca pentru 81 persoane, și s-a promovat astfel antreprenoriatului social. Astfel partenerii s-au asigurat ca proiectul contribuie la promovarea unei societăți incluzive și coezive în regiunile ținta prin dezvoltarea și menținerea întreprinderilor nou create în vederea facilitării integrării sociale și profesionale a persoanelor nou angajate în structurile create,





precum și prin oferirea către beneficiarii proiectului a unui suport integrat cuprinzând servicii de consiliere, formare profesională, consultanță și asistență. S-a urmărit diminuarea efectelor incertitudinilor create de o legislație națională insuficient dezvoltată în domeniul economiei sociale printr-un exemplu de implementare efectivă a principiilor acesteia așa cum au fost și sunt de mulți ani promovate și implementate cu succes la nivelul altor state din Uniunea Europeană.

Obiectivele specifice ale proiectului

Obiectiv Specific 1: Consolidarea și dezvoltarea abilităților, cunoștințelor, creșterea capacității de ocupare și de dezvoltare a unei activități independente pentru persoanele care doresc să înființeze întreprinderi sociale din regiunea Centru, și Nord Vest în vederea promovării unor activități și servicii generatoare de venit prin derularea unor activități specifice campaniilor de informare și promovare, în scopul recrutării unui număr de 80 beneficiari, pentru a participa la servicii de instruire în domeniul antreprenoriatului în economia socială.

Obiectivul a fost realizat prin derularea unei Campanii de informare și prin selecția grupului țintă și selectarea ideilor de afacere cu potențial ridicat de implementare.

Rezultat: informarea inițială a unui număr de 300 potențiali beneficiari cu privire la finanțare și activitățile proiectului. Au fost încheiate parteneriate cu actori relevanți în domeniu și s-au selectat și recrutat pentru etapa de formare antreprenorială 80 beneficiari.

Obiectiv Specific 2: Furnizarea serviciilor de sprijin oferite în vederea înființării de întreprinderi sociale, concretizate în activități de formare în antreprenoriat în economia socială pentru 80 persoane provenite din zonele rurale aflate în Regiunile Centru și Nord-Vest, în scopul elaborării și selectării celor mai bune 18 Planuri de afacere pentru a fi propuse pentru finanțare.





Obiectivul a fost realizat prin Activitatea 1.3 – derularea unui program de Antreprenor în economia socială, la care au luat parte 80 persoane și activitatea 1.5 – selectarea transparentă și obiectivă a celor 18 planuri de afaceri.

Rezultat: au fost formate în domeniul antreprenoriatului 80 persoane (certificare minim 72 persoane) și au fost selectate 18 planuri de afaceri și un corp de rezervă.

Obiectiv Specific 3: Furnizarea serviciilor de consiliere specializată în domenii antreprenoriale relevante și de perfecționare practică a 18 persoane provenite din zonele rurale aflate în regiunile țintă, în scopul dobândirii expertizei necesare înființării și demarării propriei afaceri, *Obiectivul a fost realizat prin Activitatea de furnizare a serviciilor de consiliere antreprenorială pentru 18 beneficiari și Activitatea de înființare a 18 firme de economie socială.*

Obiectiv Specific 4: Furnizarea serviciilor necesare pentru a asigura normalitatea procesului de funcționare a celor 18 întreprinderi de economie socială create, pentru a menține locurile de munca și crearea unui mecanism sustenabil și viabil de dezvoltare a afacerilor, intervenție materializată pe parcursul a 12 luni.

Obiectivul a fost realizat prin Activitatea de acordare a finanțării și Activitatea de monitorizare a funcționării și dezvoltării afacerilor finanțate.





Rezultatele parțiale sau finale ale proiectului

- ✓ 91 persoane din categoriile de grup țintă, care au participat la cursurile de formare antreprenorială
- ✓ Certificarea a 91 persoane participante la programul de formare profesională *“Antreprenor în economia socială”*
- ✓ 18 planuri de afaceri selectate
- ✓ 18 întreprinderi de economie socială înființate și 18 de antreprenori sociali sprijiniți prin finanțare și activități suport
- ✓ 18 întreprinderi de economie socială înființate monitorizate cu privire la funcționarea și dezvoltarea acestora pe parcursul a 12 luni de implementare
- ✓ 82 de locuri de muncă create și menținute de întreprinderile de economie socială înființate
- ✓ 1 studiu/analiza a economiei sociale la nivel regional





OBIECTIVELE ANALIZEI

Analiza a avut ca scop realizarea unei radiografii a stării economiei sociale la nivelul celor două regiuni de dezvoltare: Nord-Vest și Centru.

Domeniul economiei sociale este reglementat de legea 219/2015 și s-a bucurat de o evoluție dinamică, datorită finanțării obținute din FSE. Dezvoltarea acestui domeniu a avut ca obiectiv principal creșterea calității și diversității serviciilor concentrându-se totodată pe nevoile umane, valorile sociale și ecologice.

În vederea analizei domeniului economiei sociale în regiunile de interes în urma implementării proiectelor cu finanțare europeană, a fost propus un concept de studiu care cuprinde: designul cercetării, o estimare a programului de desfășurare a studiului. Programul de cercetare a constat într-o cercetare cantitativă și calitativă în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest necesară pentru a determina, din perspectiva anteprenoriatului social, factorii care influențează domeniul economiei sociale și pentru a explora în detaliu atitudinile, aspectele pozitive și negative față de acest domeniu, analiza structurilor de economie socială, categoriile de servicii ale acestor și așteptările persoanelor direct implicate în structurile de economie socială.

Obiectivele cercetării

Obiectivul general al studiului îl reprezintă o mai bună înțelegere a dinamicii economiei sociale, a factorilor ce au facilitat dezvoltarea anteprenoriatului social, explorarea nevoilor, atitudinilor și percepțiilor cu privire la economia socială și anteprenoriatul social.

Pentru a răspunde obiectivului general, au fost urmărite următoarele obiective specifice:

- Analiza contextului socio-economic
- Analiza gradului de ocupare și a indicatorilor specifici domeniului forței de muncă
- Analiza nivelului de sarcie, deprivare materială, abandon școlar





- Analiza structurilor de economie socială la nivel național și în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest
 - Domenii de activitate
 - Număr de locuri de muncă create de structurile de economie socială
 - Distribuția structurilor de economie socială în mediul urban/rural
 - Situația statistică a grupurilor vulnerabile (romi, persoane cu dizabilități, tineri NEETs, etc.)
- Analiza modelelor de bune practici
- Analiza SWOT a economiei sociale în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest
- Identificarea factorilor decisivi de influență a deciziei de a deveni anteprenor social
- Evaluarea percepției populației cu privire la anteprenoriatul social
- Trasarea de recomandări pentru stimularea dezvoltării structurilor de economie socială

Componenta cantitativă

Din punct de vedere al cercetării cantitative analiza și-a propus atingerea următoarele obiective:

- Aplicarea unui chestionar realizat sub forma unui sondaj

Eșantion

- ✓ Esantionul va fi realizat aleator, simplu.
- ✓ Marimea esantionului: 300 respondenti cu varsta de 18+
- ✓ Durata chestionarului: 20 minute
- ✓ Intrebări: anteprenoriat social, economie sociala, socio-demografice, prioritati

Componenta calitativă

Cercetarea calitativă realizată prin intermediul interviurilor cu reprezentanți ai structurilor de economie socială. Scopul studiului calitativ a fost acela de a identifica principalele strategii





și soluții de îmbunătățire a antreprenorialului social prin realizarea unei radiografii a stării economiei sociale la nivelul celor două regiuni de dezvoltare Centru și Nord-Vest.

Au fost abordate următoarele teme în legătură cu antreprenoriatul social: viața de antreprenor, bune practici, atitudini și percepții față de abilitățile necesare în gestionarea unei afaceri, percepții asupra organizării dezvoltării afacerii, etc.

Respectarea principiilor etice

Abordarea metodologică adoptată respectă în totalitate principiile deontologice ale colectării datelor sociale și imperativele de bună practică stabilite de instituțiile asociative profesionale la nivel național (SORMA), european (ESOMAR) și internațional (ISA). Așa cum ai menționat, respectarea principiilor cercetării participative, a procesului deschis de colectare a datelor și a participării echitabile este esențială pentru obținerea unor rezultate fiabile și etice.

Colectarea de date s-a desfășurat numai cu acordul explicit al persoanelor implicate și în conformitate cu legislația privind protecția datelor cu caracter personal demonstrează un angajament serios față de confidențialitate și respect față de participanți.

Principiul respectării participării echitabile la procesul de colectare a datelor a fost respectat prin includerea în grupul de operatori de colectare a datelor a persoanelor care au facilitat accesul în grupurile de antreprenori sociali supuse procesului de analiză.

Respectarea principiilor de calitate

Procesul de cercetare socială a respectat normele de management al calității în cercetarea socială ISO 9001/2016. Evidențiem angajamentul pentru calitate:

Reprezentativitatea cercetării: Strategia de eșantionare acoperă toate județele din regiunile Nord-Vest și Centru, inclusiv diferitele medii de rezidență și dispersia teritorială. Acest lucru asigură o reprezentativitate extinsă, reflectând diversitatea geografică și socială a regiunilor.





Validitatea datelor: Sistemul multi-filtru adoptat pentru garantarea realismului și consistenței datelor demonstrează preocuparea pentru validitate. Verificarea independentă a unui procent semnificativ de chestionare, validarea completitudinii acestora și aplicarea cheilor logice de coerență internă contribuie la asigurarea calității informațiilor colectate.

Fidelitatea datelor: Utilizarea unui chestionar validat de către experții proiectului și menținerea workshopurilor exploratorii la un nivel acceptabil de aplicabilitate contribuie la fidelitatea datelor. Durata medie de 38 de minute pentru workshop-uri indică un echilibru între detaliu și eficiență.

Comprehensivitatea instrumentelor: Validarea itemilor prin sesiuni inițiale de pretestare atestă comprehensivitatea instrumentelor utilizate, inclusiv chestionarul și ghidul de interviu.

Toate aceste practici relevante au contribuit la asigurarea calității și integrității procesului de cercetare socială, consolidând astfel valoarea și relevanța rezultatelor obținute.





ANALIZA ECONOMIEI SOCIALE LA NIVEL REGIONAL

Întreaga lume se confruntă cu provocări sociale și de mediu. Deși guvernele și organizațiile sunt implicate în abordarea acestora, nu există o linie clară în ceea ce privește implicarea întreprinderilor sociale. Variantele statelor în gestionarea inițiativelor pentru rezolvarea problemelor sociale sau ecologice sunt variate.

Acest studiu, bazat pe *modelul GEM*, oferă informații despre prevalența antreprenoriatului social în România. Raportul se concentrează pe activitatea de *antreprenoriat social (SEA)*, care, ca orice altă formă de activitate, organizație sau inițiativă, își propune să atingă obiective sociale, de mediu sau comunitare specifice. Aceste obiective pot include furnizarea de servicii sau formare pentru persoane defavorizate sau cu dizabilități, acțiuni orientate către reducerea poluării sau a risipei alimentare, precum și organizarea de grupuri de auto-ajutor pentru inițiative comunitare, printre altele.

În cadrul acestei cercetări, considerăm un *antreprenor social* drept o persoană care inițiază sau conduce în prezent orice formă de activitate, organizație sau inițiativă cu un scop specific în domeniul social, de mediu sau comunitar. Suntem de părere că această definiție a antreprenoriatului social se aliniază în linii mari cu alte definiții propuse de diverse instituții, mediul academic și alți factori de decizie implicați.

Prin utilizarea metodologiei de colectare a datelor pe modelul GEM, avem posibilitatea să explorăm mai în detaliu diverse aspecte ale antreprenoriatului social, printre care:

- ✓ Misiunea socială explicită
- ✓ Furnizarea de produse sau servicii pe piață
- ✓ Implementarea unei soluții inovatoare
- ✓ Reinvestirea profiturilor
- ✓ Efortul de a măsura impactul social al activităților desfășurate.

În ultimul deceniu, interesul pentru antreprenoriatul social a înregistrat o creștere exponențială în rândul practicienilor, factorilor de decizie și mediului academic. Din





perspectiva politicilor, mai multe economii au dezvoltat și implementat programe menite să stimuleze antreprenoriatul social. Organizațiile precum Națiunile Unite și Uniunea Europeană au, de asemenea, inițiative de sprijin pentru antreprenoriatul social.

Abordarea GEM, concentrată pe participarea la nivel individual, ne permite să analizăm diverse date demografice și caracteristici ale antreprenorilor, contribuind la evaluarea nivelului de incluziune într-o economie. Antreprenoriatul social este adesea asociat cu factori de schimbare cu o conotație idealistă.

Unul dintre principalele obstacole pentru antreprenorii sociali este accesul la finanțare pentru începerea activității întreprinderilor sociale. Provocarea tipică în ceea ce privește finanțarea constă în focalizarea lor pe obiectivele sociale, în detrimentul celor financiare, ceea ce nu corespunde întotdeauna intereselor formelor tradiționale de finanțare. Totuși, în ultima perioadă, au apărut diverse modalități de finanțare, inclusiv scheme de ajutor finanțate de state sau Uniunea Europeană, precum și crowdfunding, pentru a satisface nevoile antreprenorilor sociali.

Metodologia GEM - descriere

GEM, sau *Generative Emergent Methodology*, este o abordare care pune accentul pe înțelegerea profundă și detaliată a fenomenelor sociale. Este o metodă ce pune accent pe emersiune și generare, în locul unei structuri predefinite.

În *METODA GEM*, cercetătorii încep cu o abordare deschisă și exploratoare, permițând ideilor să apară în mod natural în timpul procesului de cercetare. Se pune accent pe participarea activă și interacțiunea cercetătorului cu subiecții, și se încurajează emergența de noi teme și direcții în cercetare.

O altă caracteristică importantă a *METODEI GEM* este faptul că se adaptează la schimbările care apar pe parcursul cercetării, permițând cercetătorilor să ajusteze și să redefinească întrebările și obiectivele în funcție de descoperirile făcute pe teren.



Această abordare poate aduce în discuție aspecte neașteptate și complexități pe care alte metode mai rigide ar putea să le negligeze. În final, *METODA GEM* încurajează o înțelegere mai profundă și mai bogată a realităților sociale.

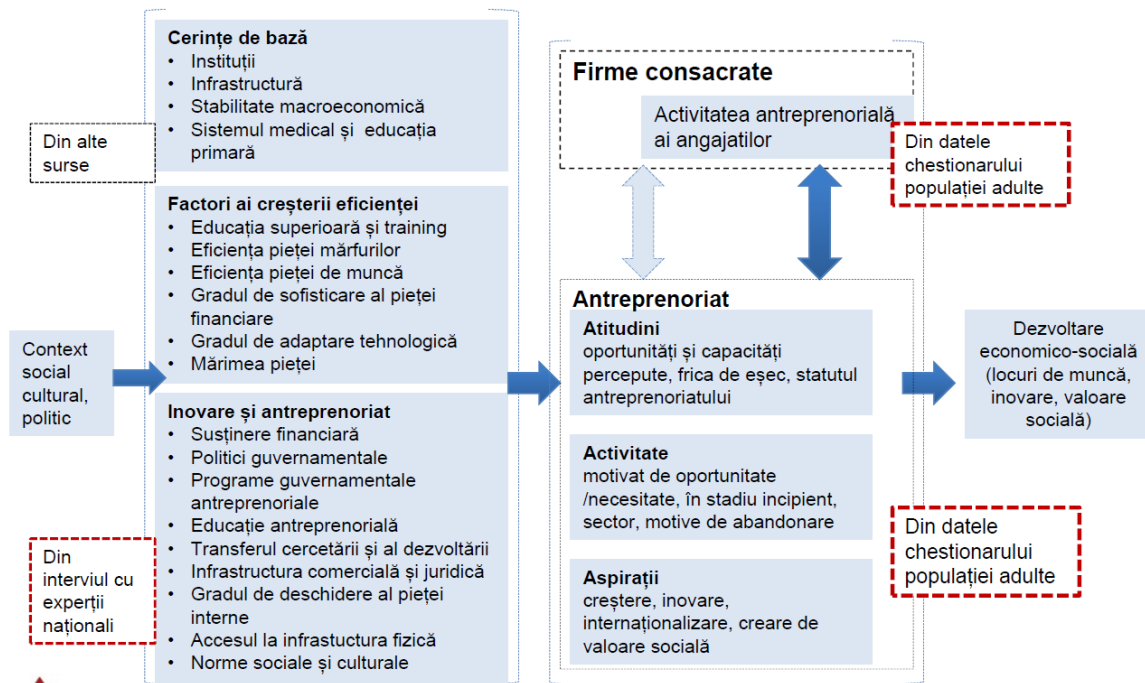


Figure 1



ECONOMIA SOCIALĂ ÎN ROMÂNIA

Economia socială este o filosofie socială transpusă în pragmatismul economic. Spunem acest lucru deoarece antreprenorii sociali sunt acei „visători pragmatici” care au talentul, abilitatea și viziunea de a rezolva problemele sociale, de a dezvolta comunitatea.¹

În general, starea economiei sociale poate fi influențată de diverse factori, cum ar fi creșterea economică, șomajul, inflația, investițiile străine, politica fiscală și alți indicatori economici.

Economia socială este un concept care se referă la un tip de activitate economică și organizațională axată pe valorile sociale și pe satisfacerea nevoilor comunității, în locul prioritizării strict a profitului financiar. Acest tip de economie pune accentul pe solidaritate, sustenabilitate și impact social pozitiv.

ECONOMIA SOCIALĂ ÎN UE



Figure 2 <https://alaturidevoi.ro/economie-sociala>

¹ Economia socială – filosofie sau realitate?, articol scris de Lect. dr. Elena Cristina Dorneanu



ASPECTE CHEIE ALE ECONOMIEI SOCIALE:

- 1. Scop social:** În economia socială, scopul principal nu este doar obținerea de profit, ci și îmbunătățirea calității vieții și rezolvarea problemelor sociale. Organizațiile din acest domeniu își orientează activitățile către beneficiul comunității sau grupului țintă.
- 2. Diversitate de entități:** Economia socială include diverse tipuri de organizații, cum ar fi cooperativele, întreprinderile sociale, asociațiile non-profit, fundațiile și altele. Aceste entități pot activa în diferite domenii, de la agricultură și producție la servicii sociale și cultură.
- 3. Participare și solidaritate:** Participarea membrilor și solidaritatea sunt valori fundamentale în economia socială. Deciziile sunt adesea luate în mod democratic, iar beneficiile sunt distribuite echitabil către membri sau către comunitate.
- 4. Sustenabilitate:** Sustenabilitatea, atât din punct de vedere economic, cât și din perspectiva impactului asupra mediului și societății, este o preocupare importantă în economia socială. Se caută să se creeze modele economice care să poată rezista pe termen lung și să aducă beneficii durabile.
- 5. Responsabilitate socială:** În economia socială, responsabilitatea socială este un element cheie. Organizațiile din acest domeniu își asumă responsabilitatea față de comunitate, mediu și toți cei afectați de activitățile lor.

De ce este nevoie de sectorul economiei sociale?

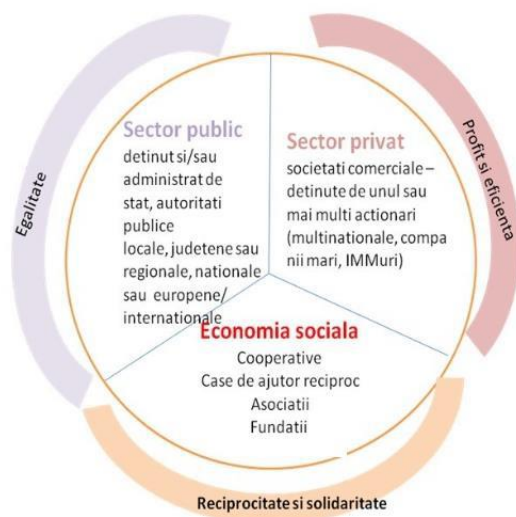


Figure 3 <http://www.ies.org.ro/ce-este-economia-sociala-1>



Economia socială joacă un rol esențial în sprijinirea comunităților marginalizate și a persoanelor defavorizate, oferindu-le posibilitatea de a deveni actori activi în cadrul economiei și al societății. Aceasta favorizează inserția socială și dezvoltarea personală, contracarând impactul sărăciei și marginalizării.

Implicarea celor afectați în soluționarea problemelor sociale poate aduce multiple beneficii, nu doar depășirea sărăciei, ci și transformarea antreprenorilor sociali în contribuitori activi la economie, ilustrând astfel faptul că economia socială poate avea un impact social semnificativ. Economia socială se axează pe valorificarea potențialului uman și dezvoltarea comunităților, substituind dependența de asistența socială cu independența financiară. Adesea, filosofii bune devin realități cruciale atunci când sunt implementate cu atenție și dedicație, punând accent pe implicarea comunității și valorizarea resurselor umane, astfel că devin din ce în ce mai prevalente în gestionarea problemelor sociale.

Economia socială nu se limitează doar la a oferi ajutor celor în nevoie, ea poate evolua într-un context de bunăstare economică, personală și comunitară.

Economia socială devine din ce în ce mai relevantă și recunoscută la nivel global. Rolul său vital în generarea locurilor de muncă și abordarea problemelor sociale în perioadele de criză este o dovadă clară a impactului pozitiv pe care îl poate avea.

Adoptarea unei rezoluții de către ONU în aprilie 2023, recunoscând economia socială ca un mijloc pentru dezvoltare durabilă, consolidează și mai mult importanța sa la nivel internațional. Clasarea țărilor precum Canada, Australia, Franța, Belgia și Singapore în topul celor prietenoase cu antreprenoriul social subliniază diversitatea și extinderea acestui domeniu la nivel global.

În Europa, contribuția semnificativă a economiei sociale, cu peste 2,8 milioane de întreprinderi sociale și 13,6 milioane de angajați, nu doar la PIB-ul UE, ci și în dezvoltarea comunităților, subliniază relevanța sa continuă. Această abordare devine deosebit de





importantă în regiunile și statele cu resurse economice limitate, unde investiția în bunăstarea localnicilor aduce contribuții semnificative la dezvoltarea comunităților.

Întreprinderea socială – concept, legislație, exemple

Întreprinderile sociale sunt acele **întreprinderi de economie socială atestate de către Agenția Județeană de Ocupare a Forței de Muncă**.

Întreprinderile sociale reprezintă o inițiativă inovatoare, având rolul de a aborda probleme sociale prin utilizarea instrumentelor de business, cum ar fi producerea și vânzarea de produse și servicii. În cadrul unei afaceri sociale, investitorul își propune să sprijine și să ajute alte persoane, renunțând la luarea de dividende din profiturile generate. În esență, o afacere socială este gestionată ca o afacere tradițională, generând profituri suficiente pentru a acoperi costurile și pentru a crea resursele necesare atingerii scopului social propus.

Ca forme legale de organizare, întreprinderile sociale pot fi:

- societățile comerciale cu răspundere limitată sau societățile pe acțiuni, atestate ca întreprinderi sociale
- societățile cooperative
- cooperativele de credit
- asociațiile și fundațiile
- casele de ajutor reciproc ale salariaților
- casele de ajutor reciproc ale pensionarilor
- societățile agricole
- cooperativele Agricole



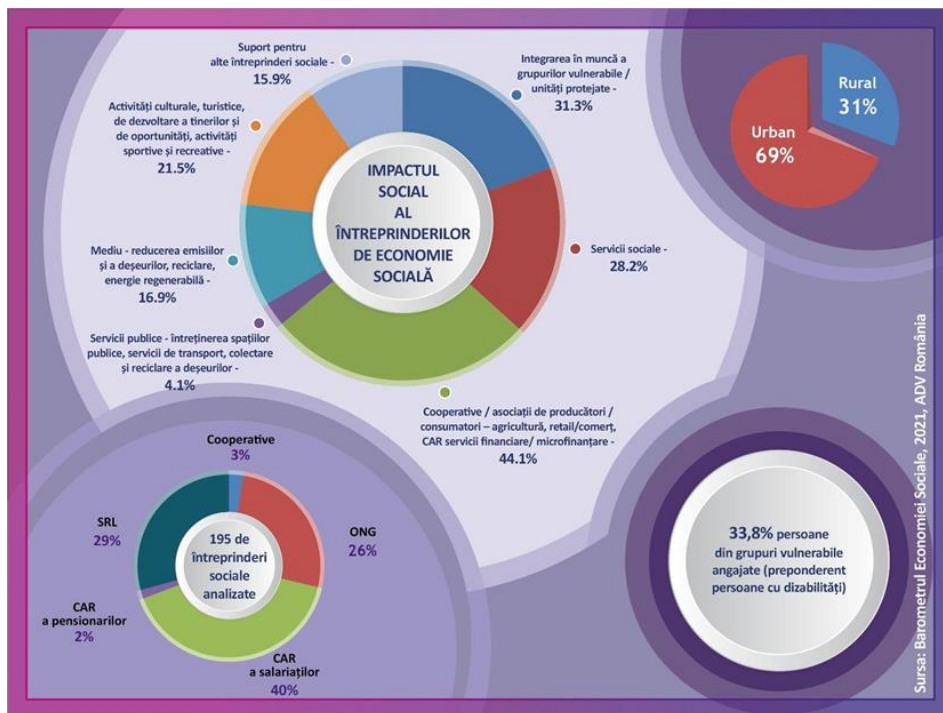


Figure 4 <https://alaturidevoi.ro/economie-sociala>

Atestatul de întreprindere socială

Atestatul se obține la solicitarea entităților din lista de mai sus, dacă prevăd în actele de înființare și funcționare respectarea cumulativă a următoarelor criterii (Art. 8 alin. 4 din [Legea nr. 219/2015 privind economia socială](#)):

- acționează în scop social și/sau în interesul general al comunității;
- alocă minimum 90% din profitul/excedentul realizat scopului social și rezervei statutare;
- se obligă să transmită bunurile rămase în urma lichidării către una sau mai multe întreprinderi sociale;
- alocă principiul echității sociale față de angajați și administrator, asigurând niveluri de salarizare/remunerare echitabile, între care nu pot exista diferențe care să depășească raportul de 1 la 8.

Acest atestat **se acordă pe o perioadă de 5 ani**, cu posibilitatea prelungirii.



Întreprinderi sociale de inserție

Întreprinderile sociale de inserție sunt întreprinderile sociale care au **cel puțin 30% din personalul angajat sau membrii cooperatori aparținând grupului vulnerabil**, iar timpul de lucru trebuie să reprezinte cel puțin 30% din totalul timpului de muncă al tuturor angajaților. Prin urmare, întreprinderile sociale de inserție sunt întreprinderile sociale care angajează persoane defavorizate, persoane care aparțin grupului vulnerabil.

Statutul de întreprindere socială de inserție se certifică prin acordarea mărcii sociale, adică aceluși certificat care atestă acest **statut, care are o valabilitate de 3 ani**.

Întreprinderile sociale, cât și cele de inserție au o serie de **obligații de declarare, comunicare, prezentare a activității lor la Agențiile Județene de Ocupare a Forței de Muncă**, obligații care sunt detaliate în Legea 219/2015, cu modificările și completările ulterioare.

Care sunt mecanismele actuale de finanțare și de încurajare a întreprinderilor sociale și a întreprinderilor sociale de inserție

- Consiliere gratuită la procesul de atestare și/sau certificare oferită de Agenția Județeană de Ocupare a Forței de Muncă de care aparține fiecare întreprindere.
- Atribuirea unor spații și/sau terenuri aflate în domeniul public al unităților administrativ-teritoriale.
- Sprijin în promovarea produselor realizate și/sau furnizate, serviciilor prestate sau lucrărilor efectuate în comunitate și identificarea unor piețe de desfacere a acestora.
- Acordarea de facilități fiscale la scutirea impozitului pe salarii a personalului angajat și netaxarea la normă întreagă a lucrătorilor care au timp redus de muncă, conform legii.
- Primirea de subvenții prin Agențiile Județene de Ocupare a Forței de Muncă pentru angajatorii care angajează tineri cu risc de marginalizare socială, tineri absolvenți sau persoane peste 45 de ani (beneficiază de prevederile art. 80 și 85





din Legea nr. 76/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă, cu modificările și completările ulterioare).

- Întreprinderile sociale care organizează programe de formare profesională, desfășurate de furnizori autorizați în acest sens, pentru angajații proprii care aparțin grupului vulnerabil beneficiază, din bugetul asigurărilor pentru șomaj, de o sumă de până la 50% din cheltuielile cu aceste servicii de formare profesională.
- Întreprinderile sociale și cele sociale de inserție pot beneficia anual de programul pentru stimularea înființării și dezvoltării microîntreprinderilor din sfera economiei sociale (Programe naționale destinate finanțării întreprinderilor mici și mijlocii care se derulează de către autoritatea publică central, cu atribuții în domeniul întreprinderilor mici și mijlocii).

Care sunt politicile de susținere în dezvoltarea acestui sector?

Politica fiscală în legătură cu economia socială în România poate varia în funcție de legi și reglementări specifice, care se pot modifica în timp. În general, există anumite facilități fiscale și sprijin pentru entitățile din economia socială, în scopul de a stimula dezvoltarea lor și de a încuraja contribuția lor la binele social. Iată câteva aspecte care pot fi relevante în acest context:

1. **Scutiri fiscale:** Unele entități din economia socială pot beneficia de scutiri fiscale sau de facilități pentru a reduce povara fiscală. Aceasta poate include scutiri de impozit pe profit sau alte avantaje fiscale.

2. **Reducerea TVA:** În unele cazuri, produsele și serviciile furnizate de entitățile de economie socială pot beneficia de o reducere a cotei de TVA sau pot fi complet scutite de TVA.





3. Acces la finanțare: Există programe și facilități fiscale care facilitează accesul entităților din economia socială la finanțare, inclusiv prin acordarea de facilități pentru donații sau alte surse de finanțare socială.

4. Impozitare avantajoasă pentru membrii cooperativelor: În cazul cooperativelor, membrii acestora pot beneficia de impozitare avantajoasă în legătură cu veniturile obținute prin activitățile cooperativei.

5. Sprijin pentru înființare și dezvoltare: Guvernul poate oferi sprijin financiar sau facilități fiscale pentru înființarea și dezvoltarea entităților din economia socială, pentru a stimula inițiativa în acest domeniu.

Există o serie de inițiative legislative propuse pentru modificarea și completarea legislației existente. Aceste inițiative sunt la stadiul de propunere, fiind în circuit pentru aprobare.

➤ *Achiziții rezervate pentru întreprinderi sociale*

PL-X nr 330/2022 Proiect de lege pentru completarea Legii nr. 98/2016 privind achizițiile publice și a Legii nr. 99/2016 privind achizițiile sectoriale

➤ *Subvenții pentru angajații din grupuri vulnerabile din întreprinderile sociale*

PL-X nr. 336/2022 Propunere legislativă pentru modificarea și completarea Legii nr. 76/2022 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă

➤ *Scutirea impozitării profitului de 90%, profit care este reinvestit obligatoriu de către întreprinderi sociale de inserție pentru atingerea misiunii sociale*

PL-X nr. 601/2022 (nr. Înregistrată la Camera Deputaților) sau 1519/2022 (nr înregistrat la Senat) Propunere legislativă pentru completarea Legii nr. 227/2015 privind Codul Fiscal





Misiunea socială

Misiunea socială a întreprinderilor de economie socială constă în a contribui la rezolvarea problemelor sociale, îmbunătățirea calității vieții comunității și promovarea valorilor sociale și a solidarității. În contrast cu obiectivul principal de profit al întreprinderilor tradiționale, întreprinderile de economie socială au o misiune centrală de a aduce beneficii sociale, alături de sustenabilitate economică. În continuare, enumerăm câteva aspecte cheie ale misiunii sociale a acestor întreprinderi:

- 1. Soluționarea problemelor sociale:** Întreprinderile de economie socială au ca scop principal abordarea și soluționarea problemelor sociale, cum ar fi șomajul, sărăcia, excluziunea socială sau impactul asupra mediului.
- 2. Crearea locurilor de muncă și incluziune socială:** Prin oferirea de locuri de muncă și dezvoltarea competențelor membrilor săi, întreprinderile de economie socială contribuie la incluziunea socială și la creșterea calității vieții comunității.
- 3. Promovarea solidarității și a valorilor sociale:** Aceste întreprinderi promovează principii precum solidaritatea, participarea democratică, transparența și responsabilitatea socială. Ele pot implica comunitatea locală în procesele decizionale și distribuția beneficiilor.
- 4. Dezvoltarea durabilă:** Întreprinderile de economie socială își propun să dezvolte modele economice durabile, care să aibă un impact minim asupra mediului și să contribuie la o distribuție echitabilă a resurselor.
- 5. Inovație socială:** Prin abordări inovatoare, aceste întreprinderi caută să găsească soluții noi și eficiente pentru provocările sociale. Ele pot încerca să introducă schimbări pozitive în comunitatea lor prin modele de afaceri inovatoare.

Prin urmare, misiunea socială a întreprinderilor de economie socială transcende obiectivul de a realiza profit și își propune să creeze un impact semnificativ și pozitiv asupra societății.





Antreprenoriatul social

Antreprenoriatul social reprezintă o formă de activitate economică care îmbină obiectivele comerciale cu rezolvarea problemelor sociale și de mediu. În esență, antreprenorii sociali dezvoltă și implementează soluții inovatoare pentru a aborda problemele sociale și pentru a crea impact pozitiv în comunitate. Dintre caracteristicile cheie ale antreprenoriatului social evidențiem următoarele:

1. **Scop dual:** Antreprenoriatul social are un scop dual - să genereze venituri prin activități comerciale și să aducă beneficii sociale sau de mediu semnificative.
2. **Inovație socială:** Antreprenorii sociali caută să găsească soluții inovatoare pentru problemele sociale existente. Acest lucru implică adesea abordări creative și neconvenționale pentru a rezolva sau îmbunătăți situații sociale.
3. **Durabilitate:** Antreprenoriatul social are un accent puternic pe durabilitate, atât din perspectiva impactului social, cât și din cea a sustenabilității financiare a afacerii.
4. **Măsurarea impactului:** În antreprenoriatul social, se pune accent pe măsurarea și cuantificarea impactului social. Antreprenorii sociali își evaluează constant performanța în ceea ce privește atingerea obiectivelor sociale stabilite.
5. **Participarea comunității:** Antreprenoriatul social implică adesea colaborarea strânsă cu comunitatea sau grupurile țintă, asigurându-se că soluțiile propuse sunt relevante și eficiente.
6. **Înființarea de organizații non-profit sau sociale:** Antreprenorii sociali pot alege să înființeze organizații non-profit sau sociale pentru a implementa proiectele lor și pentru a avea un impact semnificativ în cadrul comunității.
7. **Parteneriate strategice:** Colaborarea cu diverse părți interesate, inclusiv guvernul, sectorul privat și organizațiile non-profit, poate fi esențială pentru succesul antreprenoriatului social.



8. Cadrul juridic specific: În unele jurisdicții, există cadruri legale specifice care recunosc și reglementează antreprenoriatul social, oferind un cadru legal adecvat pentru activitățile acestor antreprenori.

Antreprenoriatul social poate aborda o gamă largă de probleme sociale, cum ar fi sărăcia, accesul la educație, sănătatea, mediul și multe altele. Este o formă de afacere care pune accent pe generarea de valoare socială în timp ce asigură sustenabilitatea financiară.

Antreprenoriatul social este influențat de o serie de factori care pot varia în funcție de contextul social, economic și cultural. Printre factorii importanți care pot influența antreprenoriatul social regăsim:

- 1. Probleme sociale:** Există o strânsă legătură între antreprenoriatul social și problemele sociale existente. Factori precum sărăcia, excluziunea socială, accesul la educație și sănătate pot stimula apariția inițiativelor de antreprenoriat social.
- 2. Climatul economic:** Starea generală a economiei, nivelul șomajului și accesul la resurse financiare pot influența posibilitatea și succesul afacerilor sociale.
- 3. Cadrul legislativ:** Reglementările și politicile guvernamentale pot facilita sau, dimpotrivă, îngreuna activitatea antreprenoriatului social. Există jurisdicții care au creat cadruri legale specifice pentru a susține acest tip de activitate.
- 4. Accesul la finanțare:** Disponibilitatea și accesul la surse de finanțare, inclusiv granturi, împrumuturi cu dobânzi reduse sau investiții de impact, pot influența dezvoltarea și scalabilitatea afacerilor sociale.
- 5. Conștientizarea și acceptarea socială:** Gradul de conștientizare și acceptare socială a antreprenoriatului social poate afecta susținerea din partea comunității, clienților și partenerilor de afaceri.

6. **Educația și dezvoltarea competențelor:** Nivelul de educație și accesul la programe de dezvoltare a competențelor pot influența capacitățile antreprenorilor sociali de a dezvolta și implementa soluții eficiente.
7. **Tehnologia și inovația:** Utilizarea tehnologiei și inovațiilor poate juca un rol crucial în dezvoltarea și extinderea afacerilor sociale, facilitând atingerea obiectivelor sociale într-un mod mai eficient.
8. **Parteneriate și rețele:** Colaborarea cu alte organizații, instituții și companii poate oferi oportunități de creștere și de multiplicare a impactului social.
9. **Valori și motivații personale:** Motivațiile personale ale antreprenorilor sociali, precum dorința de a face o schimbare socială sau de a rezolva o problemă specifică, pot juca un rol esențial în succesul afacerii sociale.
10. **Mediul cultural și comunitar:** Valori culturale, tradiții și dinamica comunității pot influența modul în care sunt percepute și integrate afacerile sociale.

Prin înțelegerea și gestionarea acestor factori, antreprenorii sociali pot dezvolta afaceri mai eficiente și pot maximiza impactul social pozitiv.

Dezvoltarea antreprenoriatului social poate fi influențată de o serie de factori care să faciliteze mediul în care aceste inițiative pot prospera. Detaliem în continuare factorii reprezentativi care pot juca un rol semnificativ în sprijinirea antreprenoriatului social:

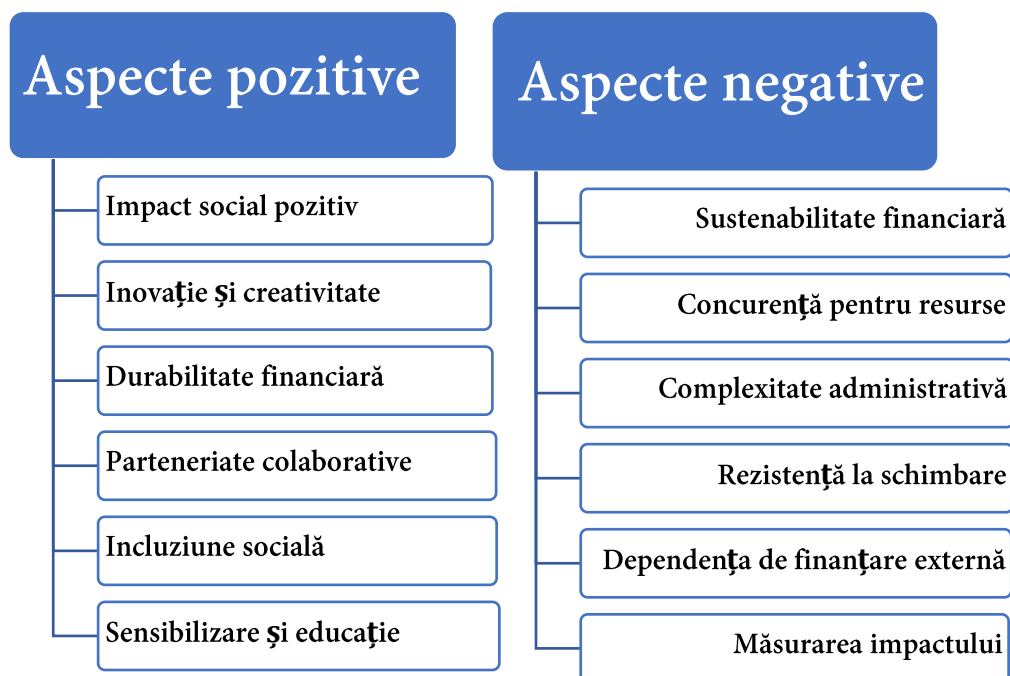
1. **Sprijin guvernamental:** Politici guvernamentale care recunosc și susțin antreprenoriatul social, prin acordarea de facilități fiscale, granturi, programe de finanțare și cadruri legale specifice, pot crea un mediu favorabil pentru dezvoltarea acestui sector.
2. **Acces la finanțare:** Disponibilitatea și accesul la diverse surse de finanțare, inclusiv granturi, împrumuturi cu dobânzi reduse și investiții de impact, sunt esențiale pentru a sprijini antreprenorii sociali în dezvoltarea și extinderea afacerilor lor.



3. **Infrastructură de suport:** Existența unui ecosistem de suport, cum ar fi incubatoare sociale, hub-uri de inovație, programe de mentorat și facilități de formare, poate oferi antreprenorilor sociali resursele și ghidarea necesare.
4. **Parteneriate și colaborare:** Colaborarea cu alte organizații, inclusiv organizații non-profit, instituții de învățământ, sectorul privat și guvernul, poate crea sinergii și sprijin reciproc pentru inițiativa sociale.
5. **Conștientizarea publică:** Creșterea conștientizării și acceptării publicului cu privire la valoarea antreprenoriatului social poate contribui la creșterea sprijinului comunitar și a interesului pentru astfel de inițiativa.
6. **Educație și dezvoltare a competențelor:** Programele de educație și formare care încurajează dezvoltarea competențelor antreprenoriale și sociale pot sprijini antreprenorii în dezvoltarea și gestionarea afacerilor lor sociale.
7. **Cultura antreprenorială:** Promovarea unei culturi antreprenoriale și a valorilor sociale poate încuraja oamenii să abordeze problemele sociale prin modele de afaceri inovatoare.
8. **Rețele și comunități:** Participarea la rețele de antreprenori sociali și comunități profesionale poate oferi oportunități de networking, schimb de idei și sprijin între antreprenorii sociali.
9. **Acces la piețe și clienți:** Oportunitățile de a accesa piețele și clienții pot facilita creșterea și sustenabilitatea afacerilor sociale.
10. **Măsurarea impactului:** Dezvoltarea unor metodologii și instrumente eficiente pentru măsurarea impactului social poate contribui la evidențierea succeselor și la îmbunătățirea performanțelor organizațiilor sociale.



Acești factori pot varia în funcție de contextul local, iar o abordare integrată care implică colaborarea între diverse părți interesate poate crea un mediu propice pentru dezvoltarea antreprenoriatului social.



Aspecte pozitive ale antreprenoriatului social:

- 1. Impact social pozitiv:** Antreprenoriatul social are potențialul de a aduce schimbări semnificative și pozitive în comunitate, abordând probleme sociale și de mediu.
- 2. Inovație și creativitate:** Antreprenorii sociali adesea adoptă abordări inovatoare și creative pentru a rezolva problemele sociale, contribuind astfel la dezvoltarea soluțiilor durabile și eficiente.
- 3. Durabilitate financiară:** Prin aducerea de beneficii sociale, antreprenoriatul social poate contribui la durabilitatea financiară a organizațiilor, prin generarea de venituri sustenabile.

4. **Parteneriate colaborative:** Antreprenorii sociali pot facilita colaborarea între diverse părți interesate, inclusiv guvernul, organizații non-profit și sectorul privat, pentru a aborda probleme complexe.
5. **Incluziune socială:** Antreprenoriatul social poate crea locuri de muncă și oportunități pentru grupurile defavorizate, contribuind astfel la incluziunea socială.
6. **Sensibilizare și educație:** Prin activitățile lor, antreprenorii sociali pot crește nivelul de conștientizare și educație în rândul publicului cu privire la problemele sociale și de mediu.

Aspecte negative ale antreprenoriatului social:

1. **Sustenabilitate financiară:** Unele afaceri sociale pot întâmpina dificultăți în a asigura o sustenabilitate financiară pe termen lung, în special în condiții economice dificile.
2. **Concurență pentru resurse:** Pe măsură ce sectorul antreprenoriatului social crește, ar putea exista o concurență sporită pentru resurse limitate, inclusiv finanțare și atenție publică.
3. **Complexitate administrativă:** Înființarea și gestionarea unei afaceri sociale poate implica complexități administrative, în special în contextul reglementărilor specifice și al măsurătorii impactului social.
4. **Rezistență la schimbare:** Adesea, soluțiile inovatoare propuse de antreprenorii sociali pot întâmpina rezistență din partea sistemelor existente sau a unei culturi care nu este deschisă la schimbare.
5. **Dependența de finanțare externă:** Multe afaceri sociale depind de granturi și finanțare externă, ceea ce le poate face vulnerabile la schimbările în sursele de finanțare.
6. **Măsurarea impactului:** Evaluarea și măsurarea impactului social pot fi dificile și pot întâmpina provocări, iar acest lucru poate afecta capacitatea de a demonstra eficiența activităților sociale.

Este important să recunoaștem că, în ciuda provocărilor, antreprenoriatul social rămâne o forță semnificativă pentru aducerea de schimbări pozitive în societate. Abordarea acestor provocări poate contribui la îmbunătățirea performanței și a sustenabilității afacerilor sociale.



Structurile de economie socială oferă o varietate de servicii care pot acoperi diverse nevoi sociale, culturale și economice ale comunităților, dintre care enumera câteva categorii generale de servicii pe care le pot furniza:

- 1. Servicii sociale:** Acestea includ programe și servicii destinate îmbunătățirii calității vieții și sprijinirii persoanelor vulnerabile sau a celor care se confruntă cu diverse probleme sociale. Exemple includ servicii de asistență socială, îngrijire la domiciliu, consiliere, formare și reabilitare.
- 2. Educație și formare:** Unele structuri de economie socială pot oferi programe educaționale și de formare pentru a dezvolta abilitățile și competențele comunității sau ale anumitor grupuri țintă, precum școli alternative, programe de formare profesională sau cursuri de dezvoltare personală.
- 3. Ocupare și formare profesională:** Întreprinderile sociale pot furniza locuri de muncă și formare pentru persoanele defavorizate sau cu dificultăți de angajare. Acestea pot include ateliere de producție, programe de pregătire pentru reintegrarea pe piața muncii și inițiative care promovează antreprenoriatul social.
- 4. Servicii culturale și recreative:** Organizațiile din economia socială pot desfășura activități culturale, artistice și recreative care să promoveze comunitatea și să îmbunătățească calitatea vieții, precum festivaluri, ateliere artistice și facilitarea accesului la cultură și recreere.
- 5. Servicii de mediu:** Întreprinderile sociale pot aborda probleme legate de mediu prin furnizarea de servicii care promovează sustenabilitatea și protecția mediului. Exemple includ proiecte de reciclare, gestionarea durabilă a resurselor, sau activități de educație ecologică.
- 6. Servicii de sănătate:** Unele organizații din economia socială pot furniza servicii de sănătate, cum ar fi centre de sănătate comunitare, programe de prevenire a bolilor, consiliere medicală și programe de îngrijire a sănătății mentale.
- 7. Locuințe sociale:** O altă categorie poate fi reprezentată de serviciile legate de locuințele sociale, care vizează oferirea de soluții locative accesibile și adecvate pentru persoanele aflate în dificultate sau pentru grupurile defavorizate.





Dinamica Economiei Sociale

Economia socială în România a avut o dezvoltare semnificativă în ultimii ani, cu tot mai multe organizații și întreprinderi care adoptă modele de afaceri orientate către impact social și sustenabilitate. Această creștere a fost susținută de mai mulți factori, inclusiv de sprijinul guvernamental, conștientizarea crescută a importanței responsabilității sociale și a nevoii de a aborda provocările sociale existente.

Guvernul României a implementat diverse programe și inițiative pentru a susține economia socială, inclusiv facilități fiscale, granturi și acces la finanțare. De asemenea, există organizații neguvernamentale și instituții care promovează și susțin întreprinderile sociale și proiectele cu impact social.

Sectorul economiei sociale din România include diverse entități, cum ar fi cooperative, întreprinderi sociale, organizații non-profit și fundații. Acestea activează în domenii variate, de la servicii sociale și cultură la protecția mediului și producție.

Explorarea nevoilor, atitudinilor și percepțiilor cu privire la economia socială și antreprenoriatul social poate implica utilizarea unor metode de cercetare variate pentru a obține o înțelegere comprehensivă a opiniei publice și a mediului socio-economic. Vă prezentăm etapele și metodele utilizate în explorarea nevoilor, atitudinilor și percepțiilor când vine vorba de economia socială și antreprenoriatul social:

- 1. Studii de piață:** Realizarea unor studii de piață pentru a evalua cererea și interesul publicului pentru produse și servicii oferite de antreprenorii sociali. Aceste studii pot include sondaje, interviuri sau focus grupuri.
- 2. Sondaje de opinie:** Realizarea de sondaje de opinie pentru a evalua nivelul de conștientizare și înțelegere a economiei sociale în rândul populației. Sondajele pot aborda subiecte precum cunoștințele despre antreprenoriatul social, atitudinile față de inițiativele sociale și nivelul de sprijin pentru astfel de proiecte.



3. **Interviuri structurate și nestructurate:** Interviurile pot oferi o perspectivă mai detaliată asupra atitudinilor și percepțiilor. Interviurile structurate (cu întrebări fixe) sau nestructurate (mai deschise și exploratorii) pot fi folosite pentru a obține informații calitative.
4. **Focus grupuri:** Organizarea de focus grupuri cu membri ai comunității pentru a explora în profunzime atitudinile și percepțiile. Aceste sesiuni pot stimula discuții și pot evidenția aspecte semnificative.
5. **Analiza mediului online:** Monitorizarea platformelor de social media, forumurilor și blogurilor pentru a identifica conversațiile și sentimentele publicului în legătură cu economia socială și antreprenoriatul social.
6. **Participare comunitară:** Implicarea directă a comunității prin organizarea de evenimente, ateliere sau consultații pentru a colecta feedback și sugestii directe.
7. **Chestionare în cadrul evenimentelor:** Dacă există evenimente sau manifestări comunitare, poți colecta feedback și informații prin distribuirea de chestionare sau prin interacțiuni directe cu participanții.
8. **Analiza documentelor și rapoartelor existente:** Examinarea rapoartelor existente, articole de știri și alte documente relevante pentru a obține o înțelegere a contextului actual și a modului în care economia socială este percepută în prezent.

ECONOMIA SOCIALĂ ÎN ROMÂNIA



Figure 5 <https://alaturidevoi.ro/economie-sociala>



Conform **Registrului național de evidență a întreprinderilor sociale²** – 2023 sunt publice următoarele informații din sectorul de economie socială:

- 2.623 – numărul de întreprinderi sociale active în România, în iunie 2023.
- 2.904 – numărul total de întreprinderi sociale înregistrate în Registru. Din acest total, 248 au atestatul retras, 7 au atestatul suspendat și 26 au atestatul expirat.
- Dintre cele 248 de întreprinderi sociale cu atestatul retras, 77 dintre acestea au avut atestatul retras în primele 6 luni ale anului 2023 – cu mult mai multe decât pe tot parcursul anului 2022, când 63 de întreprinderi sociale au avut atestatul retras.
- 6.648 – numărul total de angajați în cadrul întreprinderilor sociale.
- 560 – numărul total de angajați din grupuri vulnerabile

Distribuția întreprinderilor sociale pe regiuni de dezvoltare

- **Centru 534.**
- Sud-Muntenia 486.
- **Nord-Vest 401.**
- Sud-Est 387.
- Nord-Est 302.
- Sud-Vest Oltenia 291.
- Vest 78.
- București-Ilfov 6.

Top 5 județe după numărul de întreprinderi sociale active (2023)

1. Alba – 313
2. Maramureș – 163
3. Cluj – 155
4. Brașov – 130
5. Dolj – 124

² <https://alaturidevoi.ro/economie-sociala>



Județe cu mai puțin de 15 întreprinderi sociale active în prezent

1. Satu Mare – 15
2. Vaslui – 12
3. Caraș-Severin – 11
4. Sălaj – 10
5. Bistrița-Năsăud – 6
6. București – 4

Harta întreprinderilor sociale din România

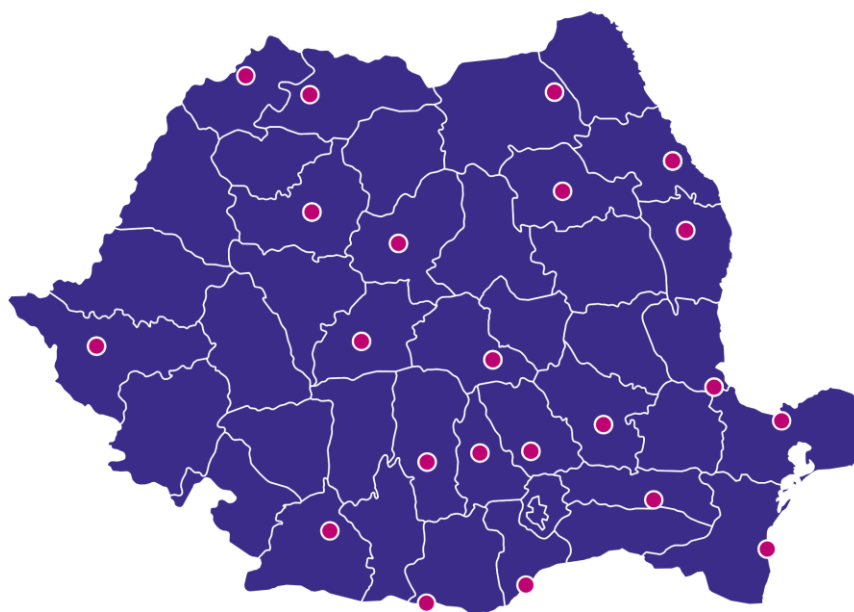


Figure 6 <https://accelerator.alaturidevoi.ro/romania>

Gradul de ocupare și indicatori specifici domeniului forței de muncă

Analiza gradului de ocupare și a indicatorilor specifici domeniului forței de muncă implică evaluarea și interpretarea datelor legate de angajare și ocupare într-un anumit domeniu sau sector.

Indicatori și metode utilizate pentru analiza gradului de ocupare:



- 1. Rata șomajului:** Este un indicator de bază care indică procentul de persoane active pe piața muncii care nu au un loc de muncă. O analiză a ratei șomajului într-un domeniu poate oferi informații despre nivelul general de ocupare.
- 2. Rata ocupării forței de muncă:** Arată proporția de persoane care au un loc de muncă în raport cu populația activă pe piața muncii. Este important să se analizeze această rată în contextul specific al domeniului de interes.
- 3. Participarea forței de muncă:** Acest indicator evidențiază procentul de persoane care sunt active pe piața muncii, fie că au sau nu un loc de muncă. Scăderea participării poate indica probleme în atragerea oamenilor în domeniul respectiv.
- 4. Rate de ocupare pe grupuri de vârstă sau gen:** Analiza ocupării pe grupuri specifice poate evidenția disproporții sau nevoi specifice de angajare în diverse categorii de vârstă sau între genuri.
- 5. Creșterea sau scăderea numărului de locuri de muncă:** Analiza tendințelor în creșterea sau scăderea numărului de locuri de muncă într-un domeniu poate oferi informații despre dinamica pieței muncii în sector.
- 6. Nivelul de calificare al forței de muncă:** Evaluarea nivelului de calificare al angajaților în domeniul respectiv poate indica dacă există nevoi de formare sau de dezvoltare a competențelor în industrie.
- 7. Salarii și beneficii:** Analiza nivelului salariilor și a beneficiilor oferite în domeniu poate influența atragerea și retenția forței de muncă.
- 8. Tendințe în angajare pe termen lung sau scurt:** Evaluarea dacă locurile de muncă sunt preponderent pe termen lung sau scurt poate oferi informații despre stabilitatea ocupării în sector.
- 9. Indicatori de satisfacție a angajaților:** Colectarea și analiza datelor privind satisfacția angajaților într-un domeniu poate oferi perspective asupra calității forței de muncă și a climatului de muncă.



10. Condiții de muncă și securitate: Evaluarea condițiilor de muncă și a aspectelor de securitate poate influența gradul de atracție a forței de muncă într-un anumit domeniu.

Analiza acestor indicatori oferă o înțelegere mai detaliată a dinamicii forței de muncă în domeniul de interes și permite identificarea unor posibile zone de îmbunătățire sau dezvoltare.

La 01.01.2023, conform Balanței Forței de Muncă³, resursa de muncă a fost de 11986,4 mii persoane, dintre care în Macroregiunea UNU 2976,0 mii persoane (Nord-Vest - 1586,3 mii persoane și Centru - 1389,7 mii persoane).

Din total populație în vârstă de muncă din Macroregiunea UNU, distribuția a fost de 1558,1 mii persoane (bărbați) și 1404,3 mii persoane (femei) iar populația ocupată civilă a reprezentat 70% respectiv 2087,8 mii persoane, respectând distribuția inegală între bărbați, respectiv 56%, și femei (44% din total populație ocupată).

Regiunea de dezvoltare Nord-Vest

În baza documentării privind situația la zi a întreprinderilor sociale și a întreprinderilor sociale de inserție care funcționează în regiunea vizată de proiect, din Registrul unic de evidență a întreprinderilor sociale, publicat în luna octombrie 2023 pe site-ul Agenției Naționale pentru Ocuparea Forței de Muncă, a reieșit un total de 447 entități sociale înființate în regiunea Nord Vest, dintre care 370 de entități au atestatul valabil, 3 entități au atestatul expirat iar unui număr de 74 de entități s-a procedat la retragerea atestatului.

³ https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/balanta_forței_de_munca_la_1_ianuarie_2023.pdf

Comparând datele cu situația la nivel național (2.910 de entități sociale, dintre care 2.536 entități cu atestat valabil), în regiunea Nord Vest se regasesc 15% din totalul întreprinderilor sociale din România.

Numărul întreprinderilor nou create înregistrează o creștere în perioadă analizată cu 26,25%, cele mai multe înmatriculări de persoane fizice și juridice. Cifrele, desigur, sunt puternic influențate de disponibilitatea unor surse de finanțare din bugetul național sau UE, destinate sprijinirii înființării unor firme noi/debutante.

Din datele publice, Balanța forței de muncă din Regiunea Nord-Vest, resursa de muncă este în scădere față de 2022 cu 2 puncte procentuale. Ca și în anii precedenți, domeniile de activitate cu cea mai mare pondere sunt reprezentate de Sănătate și asistență socială și Învățământ urmate de sectorul Informații și comunicații, în care se regăsesc 40,9 mii persoane, în creștere față de anul 2022.

Balanța forței de muncă la 1 ianuarie 2023					
C o d	REGIUNEA NORD-VEST	Efektiv la 1 ianuarie 2023			- mii persoane -
		Total	Bărbați	Femei	Date medii 2022
01	A. RESURSE DE MUNCĂ (02-03-04+05+06=07)	1586,3	821,0	765,3	1610,7
02	POPULAȚIA ÎN VÂRSTĂ DE MUNCĂ ¹⁾	1583,5	831,1	752,4	1590,3
03	Pensionari în vârstă de muncă ce nu lucrează	13,4	5,8	7,6	13,8
04	Persoane în vârstă de muncă cu incapacitate permanentă de muncă	33,8	19,4	14,4	34,5
05	Salariați sub și peste vârsta de muncă	0,1	-	0,1	0,1
06	Alte persoane sub și peste vârsta de muncă aflate în activitate	47,5	13,9	33,6	66,1
07	Soldul mișcării interjudețene (+)	2,4	1,2	1,2	2,5
08	B. POPULAȚIA OCUPATĂ CIVILĂ - TOTAL	1093,5	612,2	481,3	1022,6
09	- din care: salariați	778,7	401,7	377,0	716,7

Figure 7 Prelucrare date INSSE

În regiunea Nord-Vest, la 01.01.2023 erau înregistrați în evidențele publice 23,8 mii persoane șomere, în scădere față de 2022 dintre care 48% femei și 52% bărbați.

Regiunea de dezvoltare Centru

În baza documentării privind situația la zi a întreprinderilor sociale și a întreprinderilor sociale de inserție care funcționează în regiunea vizată de proiect, din Registrul unic de evidență a întreprinderilor sociale, publicat în luna octombrie 2023 pe site-ul Agenției

Naționale pentru Ocuparea Forței de Muncă, a reieșit un total de 678 entități sociale înființate în regiunea Centru, dintre care 573 de entități au atestatul valabil, 6 entități au atestatul expirat iar unui număr de 99 de entități s-a procedat la retragerea atestatului.

Comparând datele cu situația la nivel național (2.910 de entități sociale, dintre care 2.536 entități cu atestat valabil), în regiunea Centru se regasesc 23% din totalul întreprinderilor sociale din România.

Din datele publice, Balanța forței de munca din Centru, resursa de muncă este în scădere față de 2022 cu 3 puncte procentuale. Ca și în anii precedenți, domeniile de activitate cu cea mai mare pondere sunt reprezentate de Agricultură, silvicultură și pescuit Industrie și comerț cu ridicata și cu amănuntul; repararea autovehiculelor și motocicletelor, în creștere față de anul 2022.

În regiunea Centru, la 01.01.2023 erau înregistrați în evidențele publice 31,3 mii persoane șomere, în creștere față de 2022 dintre care 47% femei și 53% bărbați.

Balanța forței de muncă la 1 ianuarie 2023					
C o d	REGIUNEA CENTRU	Efectiv la 1 ianuarie 2023			- mii persoane -
		Total	Bărbați	Femei	Date medii 2022
01	A. RESURSE DE MUNCĂ (02-03-04+05+06±07)	1389,7	723,2	666,5	1425,6
02	POPULAȚIA ÎN VÂRSTĂ DE MUNCĂ ¹⁾	1378,9	727,0	651,9	1396,0
03	Pensionari în vârstă de muncă ce nu lucrează	16,8	7,7	9,1	17,3
04	Persoane în vârstă de muncă cu incapacitate permanentă de muncă	18,9	11,5	7,4	19,4
05	Salariați sub și peste vârsta de muncă	0,1	-	0,1	0,1
06	Alte persoane sub și peste vârsta de muncă aflate în activitate	43,4	13,9	29,5	63,2
07	Soldul mișcării interjudețene (±)	3,0	1,5	1,5	3,0
08	B. POPULAȚIA OCUPATĂ CIVILĂ - TOTAL	994,3	560,5	433,8	935,0
09	- din care: salariați	713,5	372,0	341,5	662,7

Figure 8 Prelucrare date INSSE



Situația statistică a grupurilor vulnerabile (romi, persoane cu dizabilități, tineri NEETs, etc.) la nivel național și în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest)

Conform datelor recensământului din 2021, populația României este de 19.361.320 de locuitori. Dintre aceștia, 3,4% sunt romi, 10,2% sunt persoane cu dizabilități și 16,8% sunt tineri NEETs (nici încadrați în muncă, nici în educație, nici în formare).

Rromi

Romii sunt cea mai mare minoritate etnică din România, reprezentând aproximativ 3,4% din populația totală. Ei sunt concentrați în zone rurale, în special în regiunile de dezvoltare Sud-Vest, Sud-Est și Sud. Romii se confruntă cu o serie de probleme sociale, economice și educaționale. Ei au un nivel de educație mai scăzut decât populația generală, un acces mai redus la locuri de muncă și sunt mai expuși sărăciei și excluziunii sociale.

Persoane cu dizabilități

Persoanele cu dizabilități reprezintă aproximativ 10,2% din populația totală. Ele se confruntă cu o serie de probleme, inclusiv accesul limitat la educație, locuri de muncă și servicii sociale.

Tineri NEETs

Tinerii NEETs reprezintă aproximativ 16,8% din populația totală cu vârsta cuprinsă între 15 și 29 de ani. Ei sunt tineri care nu sunt încadrați în muncă, nici în educație, nici în formare. Tinerii NEETs se confruntă cu o serie de probleme, inclusiv lipsa de oportunități de angajare, problemele de sănătate mintală și de dependență de droguri.

Situația statistică a grupurilor vulnerabile în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest. În regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest, situația grupurilor vulnerabile este asemănătoare cu cea la nivel național.

Rromi

În regiunea de dezvoltare Centru, romii reprezintă aproximativ 2,5% din populație, iar în regiunea de dezvoltare Nord-Vest, romii reprezintă aproximativ 4,1% din populație. În





ambele regiuni, romii sunt concentrați în zone rurale, în special în județele Alba, Sibiu, Mureș și Satu Mare, în cazul regiunii Centru, și în județele Cluj, Sălaj, Bihor și Maramureș, în cazul regiunii Nord-Vest.

Persoane cu dizabilități

În regiunea de dezvoltare Centru, persoanele cu dizabilități reprezintă aproximativ 10,4% din populație, iar în regiunea de dezvoltare Nord-Vest, persoanele cu dizabilități reprezintă aproximativ 10,1% din populație.

Tineri NEETs

În regiunea de dezvoltare Centru, tinerii NEETs reprezintă aproximativ 17,1% din populația cu vârsta cuprinsă între 15 și 29 de ani, iar în regiunea de dezvoltare Nord-Vest, tinerii NEETs reprezintă aproximativ 16,5% din populația cu vârsta cuprinsă între 15 și 29 de ani.

În ambele regiuni, tinerii NEETs se confruntă cu o serie de probleme, inclusiv lipsa de oportunități de angajare, problemele de sănătate mintală și de dependență de droguri.

Situația grupurilor vulnerabile din România este una dificilă. Aceste grupuri se confruntă cu o serie de probleme, inclusiv accesul limitat la educație, locuri de muncă și servicii sociale. Este important să se ia măsuri pentru a îmbunătăți situația acestor grupuri, prin dezvoltarea de programe și politici care să le ofere oportunități de incluziune socială și economică.

Nivel Național:

Recomandări	
Romi	Sărăcie și Excluziune Socială: Comunitatea romă se confruntă adesea cu rate ridicate de sărăcie și excluziune socială.



	<p>Educație: Rata de abandon școlar în rândul copiilor romi poate fi mai mare, iar accesul la educație de calitate poate fi o problemă.</p>
Persoane cu Dizabilități	<p>Ocupare: Persoanele cu dizabilități pot avea rate mai scăzute de ocupare și pot întâmpina discriminare pe piața muncii.</p> <p>Acces la Servicii: Accesul la servicii de sănătate, educație și facilități adaptate poate fi limitat.</p>
Tineri NEETs (Not in Education, Employment, or Training)	<p>Risc de Excluziune Socială: Tinerii NEETs sunt expuși riscului de excluziune socială și economică.</p> <p>Nevoi de Formare și Orientare Profesională: Pot exista nevoi semnificative de formare și orientare profesională pentru a sprijini integrarea lor pe piața muncii.</p>

Regiunea de Dezvoltare Centru:

Recomandări	
Romi	<p>Condiții Socio-Economice: Situația socio-economică a comunităților de romi poate varia, iar accesul la servicii esențiale poate reprezenta o provocare în anumite zone.</p>
Persoane cu Dizabilități	<p>Sprijin Comunitar: Există inițiative pentru furnizarea de sprijin comunitar și facilitarea accesului persoanelor cu dizabilități la servicii.</p>
Tineri NEETs	<p>Programare Vocatională: Programele de formare și orientare profesională pot fi</p>



implementate pentru a sprijini tinerii NEETs să-și găsească direcția în carieră.

Regiunea de Dezvoltare Nord-Vest:

Recomandări	
Romi	Proiecte de Incluziune Socială: Pot exista proiecte și inițiative care vizează incluziunea socială a comunităților de romi.
Persoane cu Dizabilități	Parteneriate cu Organizații: Colaborarea cu organizații și ONG-uri poate contribui la îmbunătățirea accesului la servicii pentru persoanele cu dizabilități.
Tineri NEETs	Colaborare cu Sectorul Privat: Parteneriate cu companii și sectorul privat pentru a oferi oportunități de angajare și formare pentru tinerii NEETs.





ANALIZA STRUCTURILOR DE ECONOMIE SOCIALĂ LA NIVEL NATIONAL ȘI ÎN REGIUNILE DE DEZVOLTARE CENTRU ȘI NORD-VEST

La nivel național și în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest din România, există diverse structuri de economie socială, inclusiv cooperative, întreprinderi sociale, organizații non-profit și alte entități care adoptă modele de afaceri orientate către impact social și sustenabilitate.

Nivel Național:

1. **Cooperative:** Sunt organizații de tip asociativ, în care membrii își unesc resursele pentru a-și satisface nevoile economice, sociale și culturale. Există cooperative în diverse sectoare, inclusiv agricultură, servicii, producție și consum.
2. **Întreprinderi sociale:** Companii care își desfășoară activitatea cu scopul de a genera un impact social sau de mediu pozitiv. Acestea pot fi implicate în diverse domenii, cum ar fi serviciile sociale, reciclarea, formare profesională etc.
3. **Organizații Non-Profit:** ONG-urile desfășoară o varietate de activități în domenii precum asistență socială, sănătate, educație, protecția mediului și dezvoltare comunitară.
4. **Fundații:** Organizații care acordă finanțări și susținere pentru proiecte cu impact social sau de mediu.
5. **Business-uri sociale:** Companii care își desfășoară activitatea cu scopul principal de a rezolva probleme sociale sau de mediu, generând, totuși, venituri și fiind sustenabile financiar.





Regiunea de Dezvoltare Centru:

1. **Cooperative agricole:** Datorită caracterului agricol al regiunii, există cooperative agricole care își propun să consolideze resursele fermierilor pentru a le îmbunătăți condițiile de producție și comercializare.
2. **Servicii sociale locale:** Întreprinderi sociale și organizații non-profit care oferă servicii sociale pentru comunități defavorizate sau pentru persoanele în nevoie.
3. **Turism rural:** Întreprinderi sociale și cooperative implicate în dezvoltarea turismului rural, promovând tradițiile și resursele locale.

Regiunea de Dezvoltare Nord-Vest:

1. **Cooperative în industrie și servicii:** Cooperatives care operează în diverse sectoare, de la producție la servicii, unde membrii își unesc forțele pentru a-și îmbunătăți condițiile de muncă și a beneficia de resurse comune.
2. **Antreprenariat social urban:** Întreprinderi sociale în zonele urbane, cu accent pe furnizarea de servicii și produse cu impact social.
3. **Inițiative de dezvoltare comunitară:** Organizații non-profit și fundații implicate în proiecte și inițiative care vizează dezvoltarea durabilă și îmbunătățirea calității vieții.





CUNOSTINTE ATITUDINI ȘI PRACTICI FAȚĂ DE OBIECTIVELE POCU

Atitudinea față de UE

Atitudinea românilor față de Uniunea Europeană (UE) poate fi variată și influențată de diverși factori, inclusiv contextul socio-economic, evenimentele politice, percepțiile cu privire la beneficiile sau provocările aduse de apartenența la UE și alți factori culturali sau individuali. În general, există diverse opinii și sentimente în rândul populației române față de UE. Un sondaj Eurobarometru realizat în 2022 arată că 51% dintre români au o imagine pozitivă despre UE, iar 12% au o imagine negativă. Perspectivele persoanelor intervievate în legătura cu UE:

1. Optimism și sprijin:

- Mulți români pot privi UE ca pe o oportunitate de dezvoltare economică, modernizare și integrare într-un spațiu european mai larg. Sprijinul pentru UE poate fi susținut de beneficiile aduse de aderare, cum ar fi accesul la fonduri europene și piața comună.

2. Critici și nemulțumiri:

- Există și segmente ale populației care pot exprima critici sau nemulțumiri față de modul în care sunt gestionate unele aspecte ale relației cu UE. Acestea pot include preocupări privind corupția, distribuția inegală a fondurilor europene sau posibilele impacturi asupra suveranității naționale.

3. Incertitudini politice:

- Evenimentele politice și schimbările de guvernare pot influența atitudinea publicului față de UE. Mesajele politice și direcția politică a guvernului pot afecta percepțiile cu privire la rolul și importanța UE.





4. **Generațional:**

- Opiniile față de UE pot varia în funcție de generație. Tinerii, în special, pot avea o perspectivă mai deschisă și pro-europeană, în timp ce anumite segmente mai în vârstă pot fi mai conservatoare sau să aibă rezerve față de integrarea europeană.

5. **Media și informația:**

- Modul în care media prezintă subiectele legate de UE poate influența opinia publicului. O acoperire echilibrată și informativă poate contribui la o înțelegere mai clară a problemelor legate de apartenența la UE.

6. **Evenimente Europene:**

- Evenimente majore la nivel european, cum ar fi crizele economice sau pandemia de COVID-19, pot influența percepțiile și atitudinile publicului față de UE.

Atitudinea față de UE poate evolua în timp în funcție de schimbările din cadrul politic, economie și societate în ansamblu.

Studiul efectuat pentru analiza situației antreprenoriatului social în regiunile de implementare ale proiectului "**PRO RURAL - Consolidarea coeziunii economice și sociale în Regiunile Centru și Nord-Vest**" aduce o perspectivă distinctă. În loc să se concentreze doar pe structurile existente de economie socială, acesta își propune să exploreze economia socială din perspectiva populației generale și a nevoilor și problemelor acesteia.

Presupunerea implicită a acestui studiu este că, pentru a asigura sustenabilitatea economiei sociale, este crucială acceptarea largă a conceptului de economie socială și înțelegerea sa în rândul populației generale. Fără o înțelegere continuă a ceea ce înseamnă "al 3-lea sector" și a diferențelor dintre antreprenoriatul clasic, comportamentul filantropic și antreprenoriatul social, domeniul economiei sociale ar putea să nu fie sustenabil. Fără susținere





economică, obținută prin înțelegerea beneficiilor economiei sociale de către populație, conceptul ar putea să nu se distingă semnificativ de filantropie sau sectorul ONG.

Această constatare subliniază importanța susținerii și investiției în proiecte care promovează economia socială. POCU, prin contribuția sa, a contribuit la modelarea unui cadru propice dezvoltării durabile a economiei sociale, depășind stadiul incipient și oferindu-i consistență și viabilitate. Este un exemplu concret de cum investițiile adecvate pot transforma și întări sectoarele cu impact social pozitiv.

Aprecierea percepției cu privire la direcția României oferă o dimensiune importantă pentru evaluarea optimismului în societate, corelat direct cu antreprenoriatul și comportamentul filantropic. Aceasta servește drept indicator robust, reflectând stabilitatea și sensibilitatea la schimbările din societate.

Analiză rezultate studiu cantitativ

Percepția asupra direcției României servește nu doar ca un indicator al stării generale a societății, ci și ca un element crucial în înțelegerea comportamentului filantropic și a potențialului antreprenoriatului social. Este interesant să observăm cum optimismul sau lipsa acestuia pot influența deciziile și acțiunile în domeniul social și antreprenorial.

Analiza optimismului oferă o dimensiune importantă pentru evaluarea potențialului antreprenoriatului social, evidențiind legăturile strânse între atitudine, acțiune și impactul asupra comunității. Faptul că evaluarea percepției privind direcția României este considerată un indicator robust și stabil în timp, dar și sensibil la schimbările sociale, subliniază importanța monitorizării acestei percepții într-o societate în evoluție constantă.

Într-un context în care optimismul poate stimula inițiativele sociale și antreprenoriale, este esențial să se înțeleagă această dinamică și să se exploreze cum schimbările în percepția asupra direcției României pot influența evoluția economiei sociale și a comportamentului filantropic în țară.



	Age - Age		Gender - Gender		Occupatie - Ocupatie								Educatie - Educatie			Regiune - Regiune	
	Total	Barbat	Femeie	Pensionari	Casnice	Someri	Elevi, studenți	Agricultori	Muncitori	Ocupații non-manuale	Funcții conducere / patronat / afilieri proprii	Primara	Medie	Superioara	Nord Vest	Centru	
	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %	Column Valid N %
Directie - In general, considerati intr-o directie buna ca Romania in momentul de fata sa indreptze intr-o directie buna sau intr-o directie greasa?	26.5%	32.0%	21.4%	26.6%	21.7%	50.0%	25.0%	42.3%	20.7%	23.6%	26.0%	16.8%	27.0%	32.0%	26.2%	27.2%	
Intr-o directie greata	66.5%	60.7%	71.8%	70.3%	70.4%	50.0%	72.2%	45.0%	67.3%	70.2%	65.9%	70.8%	67.4%	58.6%	65.2%	67.8%	
Nu stiu	6.8%	7.0%	6.7%	2.8%	7.9%	0.0%	2.7%	12.7%	11.4%	6.2%	8.1%	12.3%	5.3%	8.9%	8.6%	4.9%	
Nu raspund	0.3%	0.4%	0.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.5%	0.0%	0.0%	

Procentul de 26,5% care consideră că direcția este bună oferă o perspectivă asupra sentimentelor generale ale populației, iar observația că această percepție pozitivă crește odată cu nivelul de educație subliniază influența cunoștințelor și informațiilor în formarea opiniei.

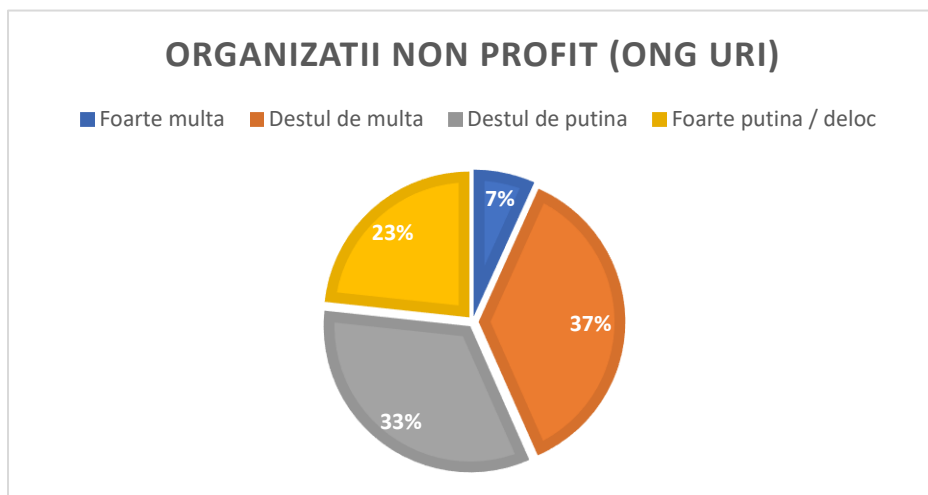
Interesant este și faptul că există diferențe regionale în percepția asupra direcției, cu populația din Centru manifestând un optimism crescut, în timp ce cea din Nord-Vest se arată mai pesimistă. Aceste variații regionale pot oferi insight-uri utile pentru dezvoltarea strategiilor și inițiativelor în domeniul antreprenoriatului social.

Relația strânsă dintre optimismul privind direcția țării și antreprenoriatul social subliniază, încă o dată, importanța contextului social și a percepției individuale asupra schimbărilor și oportunităților.

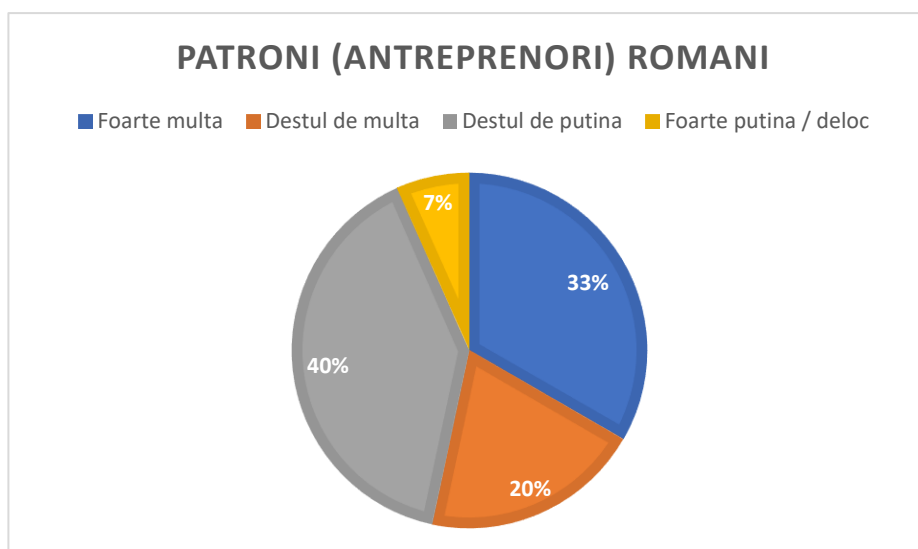
Observația finală despre susținerea economiei sociale în rândul populației subliniază necesitatea de a lega conceptul de economie socială de soluții practice și concrete pentru problemele personale. Este un aspect esențial pentru a câștiga sprijin și înțelegere din partea comunității și pentru a asigura viabilitatea și relevanța economiei sociale în ochii cetățenilor.

Încrederea în organizațiile care prestează servicii sociale reprezintă un factor cheie în determinarea comportamentului filantropic al indivizilor. Legătura strânsă dintre reputație, eficiență și încrederea într-o instituție subliniază importanța construirii și menținerii unei imagini pozitive în ochii donatorilor și ai celor implicați în domeniul serviciilor sociale.

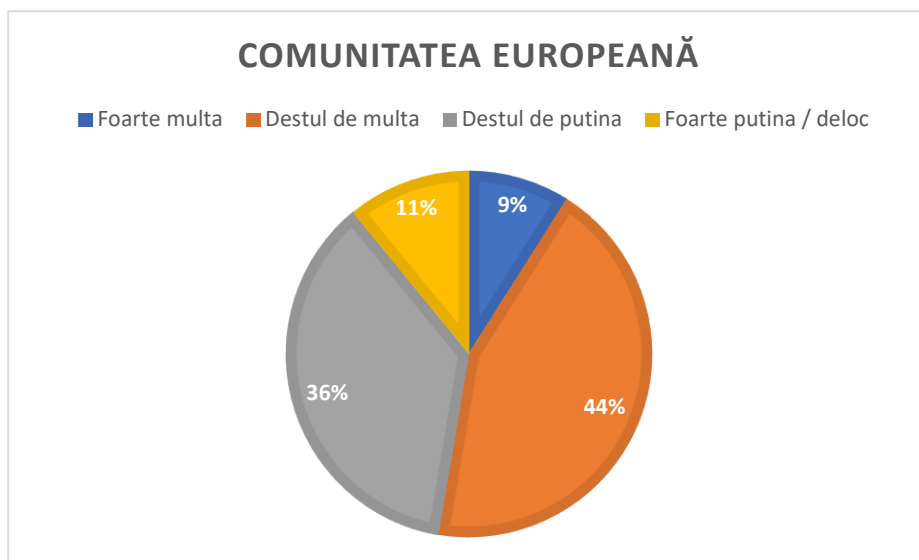
Este interesant de observat cum acest studiu a evaluat nivelul de încredere în diferiți stakeholderi din domeniul economiei sociale, inclusiv ONG-uri, antreprenori români, antreprenori străini și Comunitatea Europeană. Această analiză oferă o imagine detaliată a percepției participanților asupra diverselor entități implicate în economia socială și poate oferi indicii valoroase pentru dezvoltarea strategiilor de comunicare și colaborare în acest domeniu.



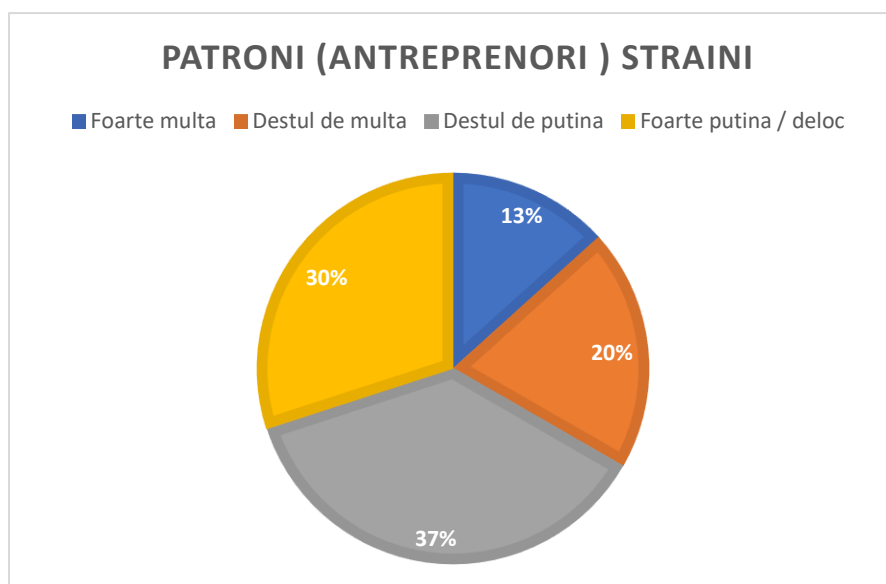
Interesant de observat cum încrederea în antreprenorii români variază în funcție de regiuni, cu o încredere mai mare în Centru (39,7%) și o încredere mai mică în Nord-Vest (38%). Aceste diferențe regionale pot fi influențate de diverse factori, inclusiv experiențele locale, mediul economic și nivelul de dezvoltare a antreprenoriatului în fiecare regiune.



Cu privire la încrederea în Uniunea Europeană, procentul de 53% din populație care manifestă încredere este semnificativ. Totuși, observația că regiunea Centru se arată mai pesimistă poate fi explorată pentru a înțelege mai bine motivele acestui sentiment și pentru a identifica posibilele soluții sau abordări.



Observația privind încrederea mai mică în antreprenorii străini, cu 10 puncte procentuale sub încrederea în antreprenorii români, deschide o perspectivă interesantă. Este adevărat că practicile de CSR (Corporate Social Responsibility) sunt adesea mai accentuate în cadrul companiilor străine, și acest aspect poate influența percepția asupra lor în rândul populației.



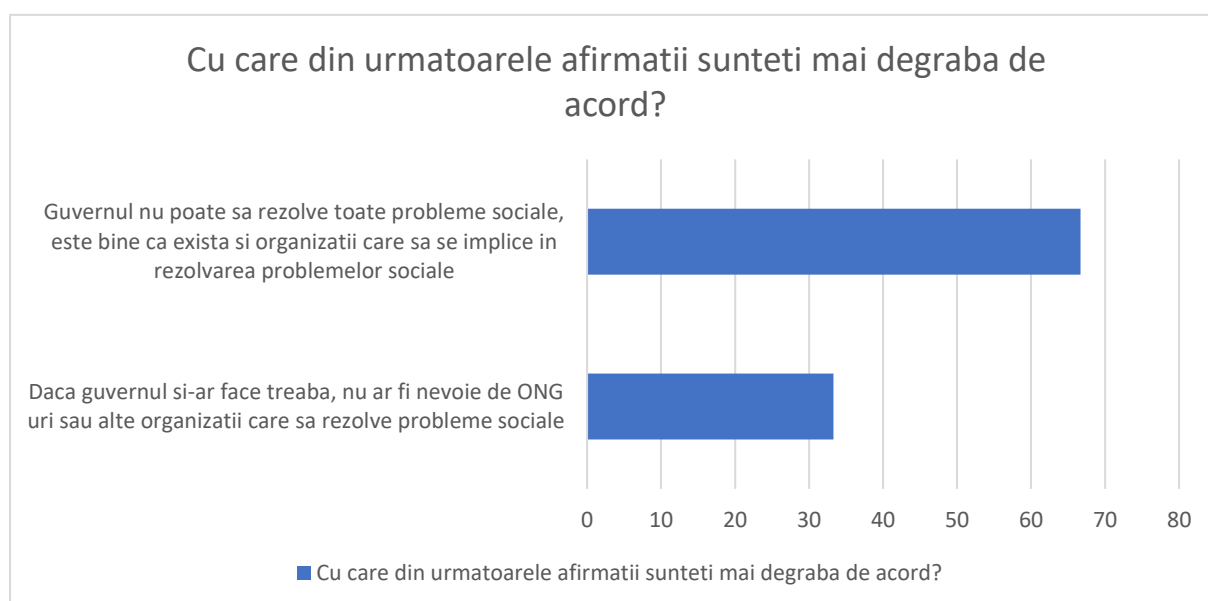
Rezultatele sugerează că antreprenoriatul social poate fi văzut ca o alternativă viabilă la CSR și indică faptul că există o oportunitate de a promova antreprenoriatul social ca un model de afaceri responsabil și orientat către comunitate. Dacă antreprenorii sociali reușesc să își consolideze imaginea ca agenți de schimb social pozitiv, acest lucru poate contribui la creșterea încrederii în antreprenoriatul social și la atragerea de sprijin și implicare din partea comunității.

Acest lucru ne permite să explorăm cum încrederea în diverse grupuri de antreprenori poate influența implementarea practicilor de CSR și, în mod specific, modul în care antreprenoriatul social poate să devină un instrument puternic în această direcție.

Cine trebuie să rezolve problemele sociale?

Explorarea percepției asupra rolului guvernului versus rolul altor organizații în rezolvarea problemelor sociale la nivel regional este o abordare importantă pentru înțelegerea viziunilor și a priorităților în ceea ce privește dezvoltarea economică și socială.

Aprecierea modului în care comunitățile percep implicarea guvernului și a altor organizații în rezolvarea problemelor sociale poate oferi indicii prețioase pentru modul în care economia socială poate fi susținută și dezvoltată în fiecare regiune. Datele sunt prezentate în tabelul de mai jos:





Observația că mai mult de jumătate din respondenți împărtășesc viziunea, indicată de acordul cu afirmația *"Guvernul nu poate să rezolve toate problemele sociale, este bine să existe și organizații care să se implice în rezolvarea problemelor sociale"*, este semnificativă și aduce în prim-plan o dinamică importantă în percepția asupra rolului guvernului și al altor organizații în rezolvarea problemelor sociale.

Implicațiile acestei viziuni asupra economiei sociale sunt esențiale, subliniind necesitatea unei abordări echilibrate care să recunoască importanța și rolul ambelor componente. Sustenabilitatea economiei sociale depinde în mare măsură de susținerea pe termen lung, atât pentru înființarea de noi întreprinderi, cât și pentru consolidarea și dezvoltarea celor deja existente.

De asemenea, acest rezultat indică o schimbare în percepția publică și educarea comunității în privința contribuției și importanței economiei sociale. Abordarea cantitativă trebuie echilibrată cu o atenție specială acordată sustenabilității și impactului social al întreprinderilor sociale existente. Este un aspect complex care necesită o strategie comprehensivă pentru a promova o viziune holistică asupra rezolvării problemelor sociale și a rolului fiecărui actor în acest proces.

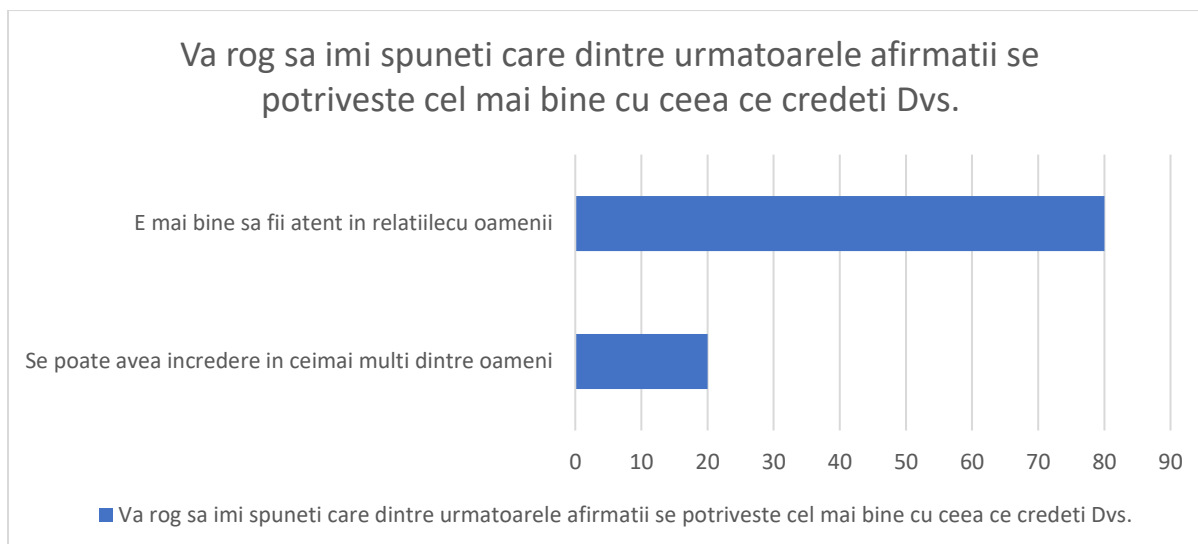
Încrederea în oameni și capitalul social

Măsurarea capitalului social prin intermediul încrederii între oameni este o abordare semnificativă, deoarece capitalul social joacă un rol esențial în succesul sau eșecul proiectelor de economie socială. Încrederea între membrii comunității poate influența colaborarea, participarea și sprijinul reciproc, toate acestea fiind aspecte esențiale pentru proiectele de economie socială.

Evaluarea nivelului de încredere între oameni poate oferi o imagine clară asupra coeziunii și solidarității în comunitate, furnizând informații valoroase pentru proiectele de economie socială.

Datele sunt prezentate în tabelul de mai jos:





Observația cu privire la nivelul redus de încredere în comunitate are o semnificație profundă în contextul economiei sociale. Egalitatea și încrederea reprezintă pilonii esențiali pentru funcționarea eficientă a întreprinderilor sociale și pentru atingerea obiectivelor lor sociale.

Includerea dimensiunii încrederii comunitare în proiectele viitoare este o sugestie importantă și pertinentă. Dezvoltarea încrederii poate implica crearea unor mecanisme și inițiative care să promoveze colaborarea și interacțiunea pozitivă între membrii comunității. Parteneriatele și proiectele care încurajează construirea încrederii pot aduce beneficii durabile atât pentru întreprinderile sociale, cât și pentru comunități în ansamblu.

Acest aspect subliniază importanța unei abordări holistice și incluzive în dezvoltarea proiectelor de economie socială, având în vedere nu doar aspectele economice, ci și cele sociale și relaționale care stau la baza succesului acestor inițiative.

Economia socială

Faptul că aproape 1 din 5 respondenți au auzit vorbindu-se despre economia socială în ultima perioadă indică o conștientizare în creștere în rândul populației cu privire la acest concept. Este un semnal pozitiv că există un interes crescut față de economia socială în rândul respondenților.



Întrebările referitoare la existența structurilor de economie socială în zona și la capacitatea acestora de a rezolva probleme sociale sunt esențiale pentru evaluarea impactului actual al proiectelor desfășurate. De asemenea, este important să se evalueze gradul în care respondenții percep viabilitatea economică și obiectivele sociale ca fiind compatibile.

Studiul sugerează că există o conștientizare în creștere cu privire la economia socială, ceea ce reprezintă un semn pozitiv pentru viitorul dezvoltării acestui domeniu. Evaluarea interesului, percepției și nevoilor în ceea ce privește economia socială în rândul populației poate oferi orientări valoroase pentru proiectele și inițiativele viitoare. Sustenabilitatea locurilor de muncă ca principală nevoie identificată subliniază importanța acordată aspectelor economice și ocupării forței de muncă în contextul economiei sociale.

Aceste informații pot servi ca ghid pentru adaptarea și îmbunătățirea strategiilor și politicilor existente, având în vedere nevoile și așteptările identificate la nivelul comunității. Este un pas semnificativ către construirea unui ecosistem economic și social mai sustenabil și incluziv.

Este esențială evaluarea percepției asupra eficienței și sustenabilității economiei sociale în rândul populației. Rezultatele privind impactul prezenței structurilor de economie socială în zona studiată și compatibilitatea dintre profit și scopul social oferă o perspectivă importantă asupra modului în care comunitatea percepe și valorifică contribuția entităților de economie socială.

Rezultatele furnizează indicii semnificative privind nivelul de acceptare și înțelegere a conceptului de economie socială în rândul populației. Este esențial să se înțeleagă dacă respondenții consideră că prezența structurilor de economie socială aduce beneficii tangibile în comunitate și dacă văd compatibilitate între obținerea de profit și atingerea obiectivelor sociale. Aceste date pot contribui la formularea și adaptarea strategiilor și politicii în domeniul economiei sociale pentru a răspunde mai bine așteptărilor și nevoilor comunității.

În urma analizei rezultatelor observăm că un procent semnificativ dintre respondenți consideră că activitatea întreprinderilor sociale în comunitatea lor contribuie în mare și foarte mare măsură la sustenabilitate. Acest nivel ridicat de recunoaștere și sprijin pentru impactul



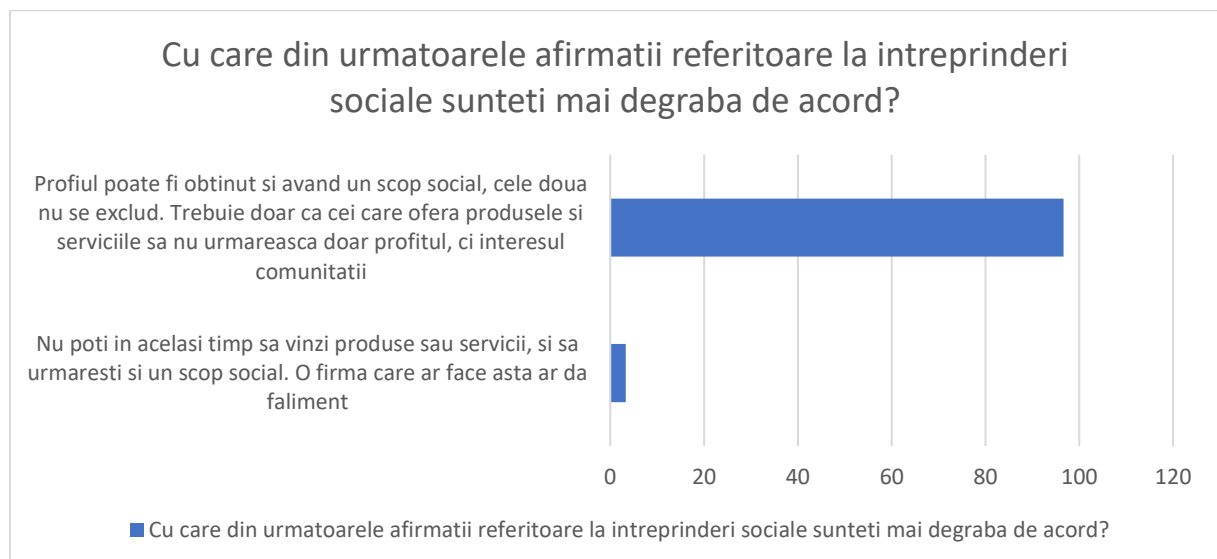
pozitiv al întreprinderilor sociale în comunitate poate reprezenta o bază solidă pentru consolidarea și extinderea acestora.

De asemenea, constatarea că aceste date sunt în concordanță cu atitudinea față de ONG-uri și antreprenori subliniază importanța percepției publice în construirea și menținerea sustenabilității întreprinderilor sociale. Această aliniere a opiniei publice poate servi ca un factor pozitiv pentru continuarea dezvoltării și promovării economiei sociale în regiunile studiate.

Valori, stiluri de viață și opțiuni anteprenoriale

Rezultatele analizei ne permit să observăm că, în contextul relativ recent al apariției antreprenoriatului social în România, există o polarizare evidentă între valori materiale (capitalism pur) și post-materiale (post-capitaliste) în rândul respondenților. Această polarizare reflectă o schimbare culturală din ce în ce mai pronunțată în rândul generațiilor din România.

Faptul că valorile auto-expresiei, precum protecția mediului înconjurător, toleranța față de diversitate și egalitatea de gen, câștigă o importanță crescută, indică evoluția atitudinilor și preocupărilor sociale ale populației. Această schimbare poate influența pozitiv receptivitatea față de concepte precum antreprenoriatul social, care adesea își propune să integreze și să promoveze astfel de valori în practicile sale.



Este semnificativ faptul că, în ciuda faptului că proiectele din regiunile studiate nu au reușit să schimbe fundamental valorile personale, respondenții exprimă valori instrumentale în ceea ce privește antreprenoriatul social. Acest lucru sugerează că, chiar dacă nu s-au produs schimbări fundamentale în sistemul de valori, există o recunoaștere a utilității și beneficiilor practicilor antreprenoriale sociale în abordarea problemelor sociale și economice. Este posibil ca aceste valori instrumentale să servească ca bază pentru viitoare evoluții în gândirea și atitudinile populației față de antreprenoriatul social.

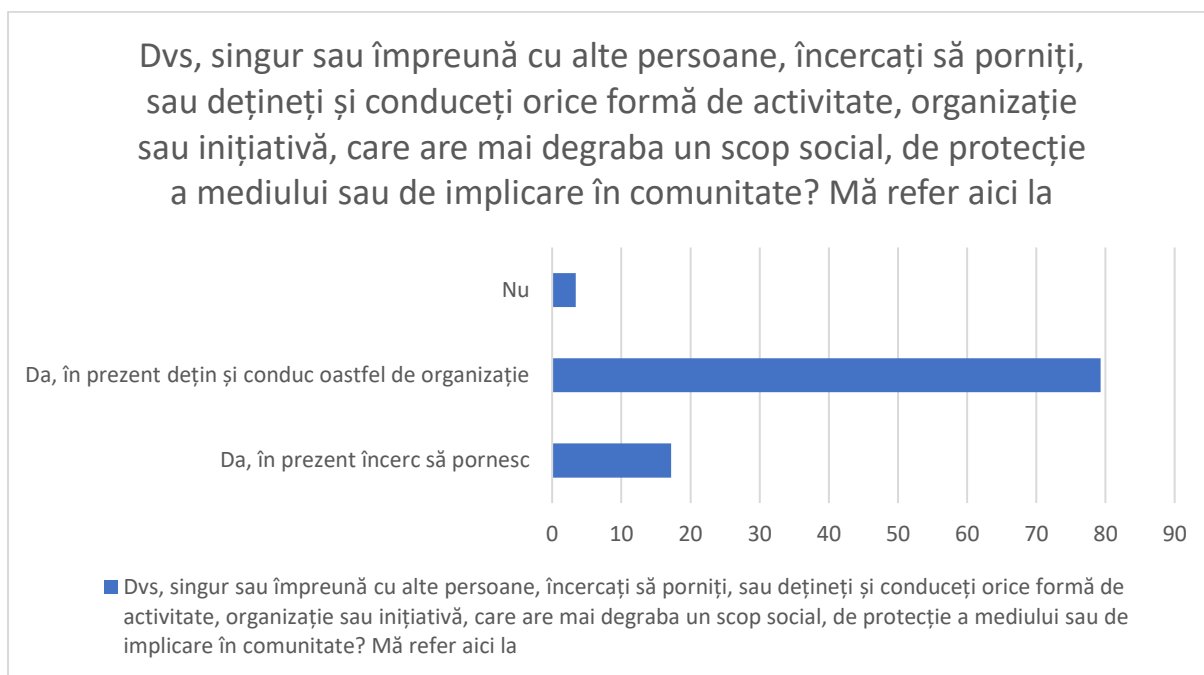
Analiza în rândul anteprenorilor sociali din regiunile de implementare a proiectului (Centru și Nord Vest)

Studiul de față a utilizat o metoda de cercetare dublă (*metoda oversampling*) realizată pe un eșantion reprezentativ din regiunile Centru și Nord-Vest din total populație și un eșantion format din reprezentanți din domeniul economiei sociale, pentru a obține o perspectivă mai detaliată asupra anteprenorilor sociali, cu un chestionar cuprinzător care a abordat aspecte precum anteprenoriatul social, inovarea socială, numărul de posturi create și destinate categoriilor defavorizate, cunoașterea facilităților oferite întreprinderilor de economie socială și recomandarea înființării unor astfel de întreprinderi sociale. Această abordare a permis o analiză independentă a acestui sub-eșantion, evidențiind diferențele de percepție pe toate domeniile studiate între populația generală și anteprenorii sociali.

Studiul a relevat o susținere informală a activităților de anteprenoriat în rândul populației, iar proiectul "*PRO RURAL - Consolidarea coeziunii economice și sociale în Regiunile Centru și Nord-Vest*" s-a integrat armonios în această tendință preexistentă. Complementaritatea dintre fondurile proiectului și susținerea deja existentă în comunitate reprezintă o direcție promițătoare, însă aspectele legate de sustenabilitate merită o atenție specială în continuare. Este un pas important către o comunitate mai solidară și activă din punct de vedere social și economic.

Un procent redus dintre cei care au demarat o întreprindere socială întâmpină dificultăți, indicând că aceștia se află încă în procesul de realizare a obiectivelor sociale. Aceste date

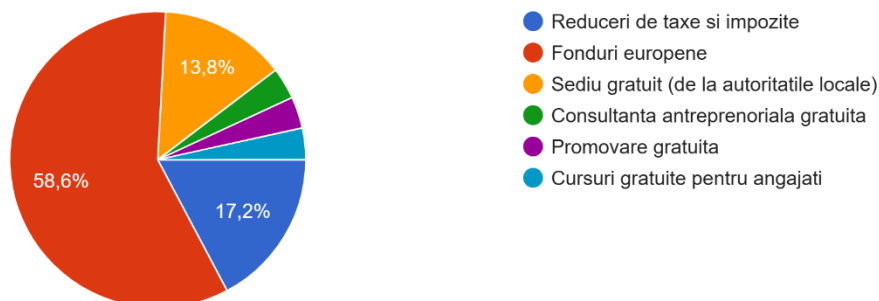
subliniază importanța serviciilor de consiliere și mentorat pentru a sprijini antreprenorii sociali în parcursul lor.



Nu este surprinzător faptul că toți cei chestionați au raportat un nivel înalt de inovații, nișare și abordări creative în cadrul proiectelor lor de antreprenorat social. Acest aspect a fost evident în procesul de selecție a planurilor de afaceri, unde abordările inovatoare au fost punctate suplimentar.

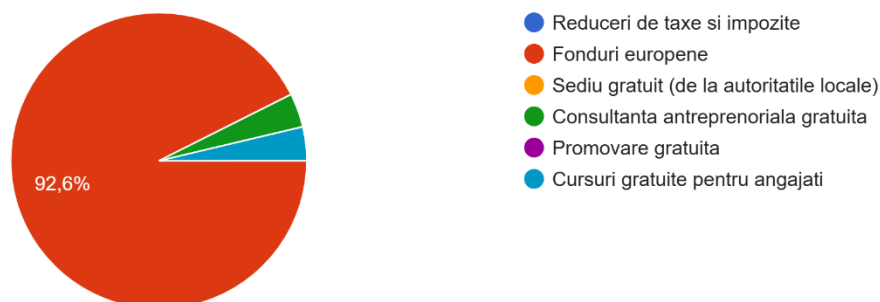
Studiul relevă faptul că există o cunoaștere peste medie a facilităților oferite întreprinderilor sociale, cu excepția unui beneficiu important – posibilitatea de a obține sediu, care pare să fie necunoscută în rândul respondenților. Este evidentă nevoia de popularizare a acestei facilități în rândul autorităților locale, prin prezentarea unor modele de succes. Chiar dacă implementarea efectivă a acestei facilități poate varia între autoritățile locale, în funcție de județ/localitate și contextul pieței imobiliare, este esențială o corelare eficientă între diferitele finanțări și axe operaționale, pentru ca autoritățile să poată accesa, construi sau modifica spații care să fie destinate întreprinderilor sociale. Un exemplu relevant este cel al incubatoarelor de afaceri, care a avut succes în perioada de pre-aderare.

Q: Pentru întreprinderile sociale care sunt recunoscute (au un atestat de economie socială), se pot obține o serie de facilități. Din câte știți dvs, care din următoarele facilități pot fi obținute?



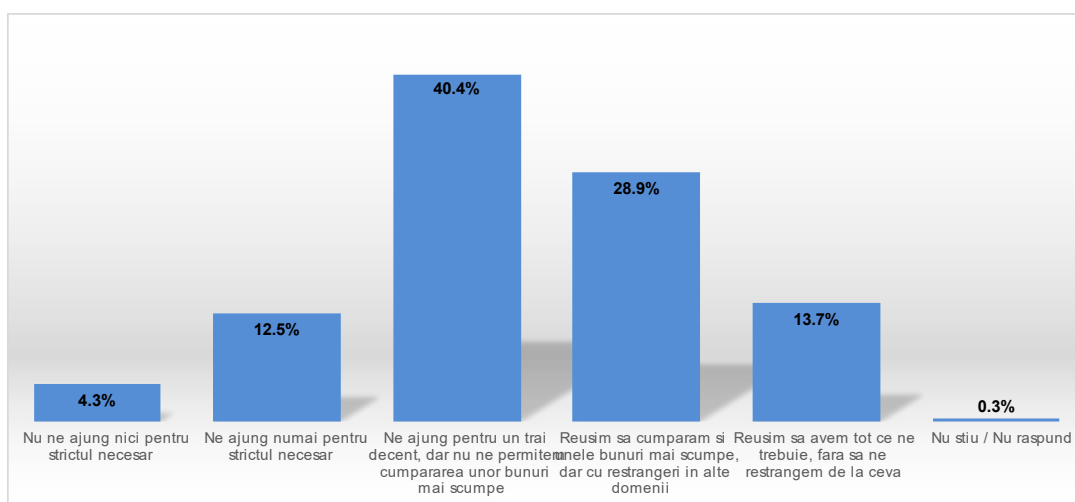
Q: Dintre facilitățile cunoscute de care ați beneficiat în cadrul întreprinderii dvs?

Răspunsurile primite la această întrebare ne arată lipsa conștientizării altor facilități.



Respondenții nu sunt la curent cu alte facilități oferite la nivel local sau național. Lipsa informațiilor sau promovarea insuficientă a programelor și facilităților duce la un accent mai mare pe fondurile europene în rândul antreprenorilor care își doresc să înceapă o afacere în domeniul economiei sociale. Pentru a limita aceste efecte, antreprenorii trebuie să cerceteze politicile naționale, a resursele disponibile și a modul în care întreprinderile sociale sunt informate și ghidate în privința facilităților.

Respondenților le-au fost aplicate întrebări în legătură cu veniturile, rezultatele obținute pot fi vizualizate în graficul de mai jos:



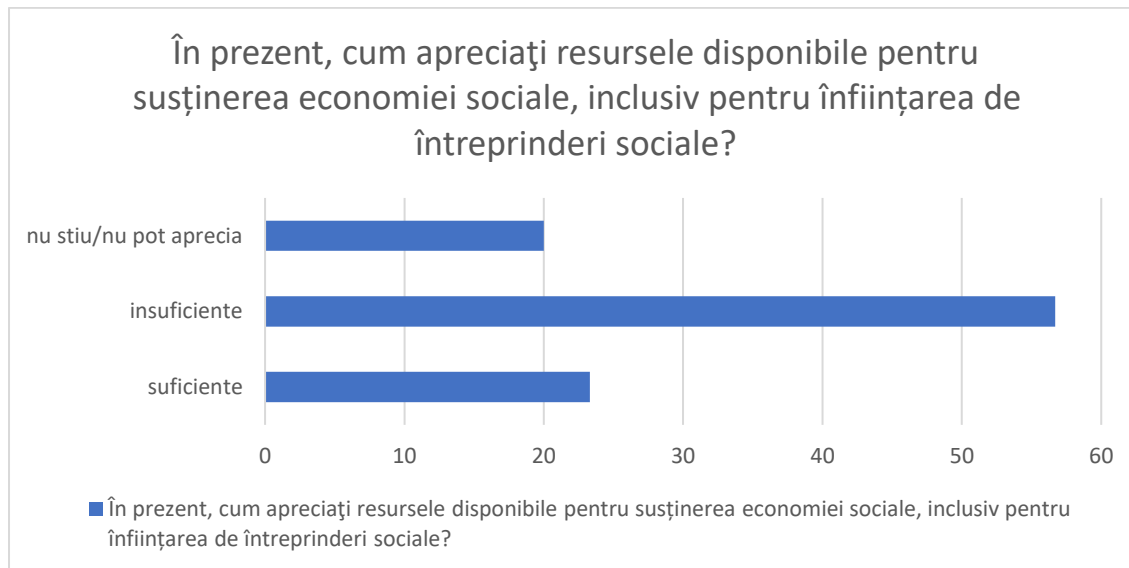
Printre problemele cu care se confruntă în prezent, respondenții au enumerat cel mai frecvent:

- Birocrația și taxele prea mari
- Instabilitatea economică
- Sistemul fiscal
- Lipsa personalului calificat
- Piața de desfacere a produselor este greu de penetrat pentru producătorii mici



Participarea în cadrul proiectelor cu finanțare europeană și implicarea respondenților din regiunile studiate în cursuri de formare profesională în domeniul economiei sociale au contribuit la dezvoltarea atât a persoanelor cât și a comunităților, datele obținute în urma aplicării chestionarului sunt prezentate în continuare:

Răspunsurile la întrebarea *În prezent, cum apreciați resursele disponibile pentru susținerea economiei sociale, inclusiv pentru înființarea de întreprinderi sociale?* susțin rezultatele studiului:



Dintre persoanele participante la studiu din rândul anteprenorilor sociali, aceștia au declarat că au nevoie în continuare de susținere în activitate demarată cu ajutorul fondurilor europene prin crearea și consolidarea de parteneriate cu actorii relevanți de pe piața forței de



muncă. De asemenea, 26% dintre respondenți au declarat că resimt nevoia unor măsuri de monitorizare și susținere a întreprinderii sociale pe care au înființat-o.

Analiză rezultate studiu calitativ

Raportul oferă o perspectivă detaliată și necesară asupra economiei sociale, evidențiind importanța antreprenoriatului social. Subliniază totodată nevoia de o abordare comprehensivă, adaptată specificului fiecărei regiuni, și subliniază importanța unei comunicări continue privind conceptele sociale și măsurile de sprijin.

Scopul este clar: să contribuie la dezvoltarea unei strategii aplicabile, facilitând accesul antreprenorilor și potențialilor antreprenori sociali la beneficiile oferite pentru susținerea economiei sociale. Este un demers important pentru a sprijini și încuraja dezvoltarea durabilă a acestui sector vital.

Colectarea acestor date este esențială pentru a înțelege cu adevărat realitățile și provocările antreprenoriatului social. Cunoașterea experiențelor, dificultăților și abilităților necesare poate oferi o bază solidă pentru îmbunătățirea sprijinului și a mediului în care aceste întreprinderi activează.

În prima etapă a studiului, participanților li s-a cerut să ofere o descriere a activității întreprinderii lor, evidențiind sectorul în care aceasta activează. Acest aspect relevă o diversitate notabilă în privința domeniilor de activitate, dintre care enumerăm: fabricarea produselor lactate și a brânzeturilor, lucrări de construcții a clădirilor rezidențiale și nerezidențiale, comerț servicii de consultanță și consiliere pentru persoanele din mediul rural, prelucrarea și conservarea legumelor și fructelor și fabricarea produselor, fabricarea pâinii; fabricarea prăjiturilor și a produselor proaspete de patiserie, fabricarea uleiurilor și grăsimilor, fabricarea sucurilor de fructe și legume, fabricarea preparatelor pentru hrana animalelor de fermă, activități de închiriere și leasing cu autoturisme și autovehicule rutiere ușoare, activități de asistență socială, fără cazare, lucrări de construcții a drumurilor și autostrăzilor subliniind adaptabilitatea și varietatea economiei sociale. Referitor la motivația înființării acestor structuri de economie socială, majoritatea răspunsurilor au gravitat în jurul ideii de sprijinire a





comunității și crearea de locuri de muncă durabile și stabile, în special pentru persoanele cu dificultăți în ocuparea forței de muncă din comunitatea respectivă.

Tema abordată	Analiza răspunsurilor
Tema 1: Viața de antreprenor	<p>Emfaza pe ajutorarea comunității și crearea de locuri de muncă este un element esențial al misiunii sociale.</p> <p>Lipsa de informație și educație financiară reprezintă o problemă semnificativă pentru antreprenorii sociali.</p>
Tema 2: Bune practici	<p>Calitățile esențiale ale unui antreprenor de succes includ implicarea, munca asiduă, creativitatea, și educația financiară.</p> <p>Cursurile de dezvoltare profesională au fost apreciate și experiența din domeniu a fost valorificată.</p>
Tema 3: Atitudini față de abilitățile necesare	<p>Familiaritatea cu noțiunile contabile și financiare a fost o provocare inițială, dar cu răbdare și sprijin extern, aceasta a fost depășită.</p> <p>Implicarea familiei este un element pozitiv și benefic pentru antreprenor.</p>
Tema 4: Percepții asupra organizării dezvoltării afacerii	<p>Reinvestirea profitului în dezvoltare și facilitățile oferite de legislație au fost subiecte discutate.</p> <p>Implicarea angajaților în procesul decizional este importantă pentru creșterea performanței și satisfacției lor.</p>



<p>Tema 5: Atitudini față de abilitățile necesare în gestionarea unei afaceri în domeniul economiei sociale</p>	<p>Oamenii sunt resursa crucială pentru o întreprindere socială, iar echipa, învățarea continuă și un mentor creativ sunt esențiale.</p> <p>Misiunea socială este centrală, oferind locuri de muncă și susținere pentru categorii vulnerabile.</p>
<p>Sfaturi finale:</p>	<p>Rabdare, încredere, putere de munca, și creativitate sunt cheile succesului.</p>

Interviurile realizate în cadrul studiului sugerează o abordare pasionată și dedicată față de scopurile sociale, dar și conștientizarea provocărilor specifice antreprenoriatului social. Analizarea acestor răspunsuri poate oferi o imagine clară a experiențelor și perspectivelor antreprenorului intervievat.

Tema abordată	Puncte tari	Puncte de dezvoltare
<p>Tema 1: Viața de antreprenor</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Determinare în asumarea independenței financiare, dorința de a contribui la comunitate. * Participarea activă la cursuri în domeniul economiei sociale, evidențiind o pregătire inițială solidă 	<ul style="list-style-type: none"> * Explorarea impactului social și a modurilor concrete în care afacerea poate servi comunitatea. * Familiarizarea cu legislația în vigoare și o mai bună înțelegere a termenului de economie socială * Abordări strategice pentru a depăși obstacolele * Gestionarea resurselor și echilibrul între muncă și viața personală

<p>Tema 2: Bune practici</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Conștientizarea importanței implicării, creativitate, dorința de a învăța. * Se pune accent pe învățarea continuă și adaptarea la evoluția domeniului, subliniind astfel importanța perseverenței. * Valorificarea sfaturilor primite de la alți antreprenori și importanța rețelelor profesionale 	<ul style="list-style-type: none"> * Accent mai mare pe strategiile și tacticile concrete pentru a deveni un antreprenor mai bun. * Căutarea și alegerea unui mentor sau unei persoane cu expertiză în domeniul economiei sociale în vederea oferirii de consiliere. Această activitate poate aduce perspective valoroase în dezvoltarea afacerii. * Îmbunătățirea adaptabilității la schimbări și inovație pentru a putea răspunde mai bine cerințelor pieței.
<p>Tema 3: Atitudini față de abilitățile necesare în gestionarea unei afaceri</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Deschidere către învățare Implicare în programe de formare în economia socială, înțelegerea nevoilor sociale. * Experiența anterioară în afaceri și participarea la cursuri de formare. * Implicarea echipei în procesul decizional reflectă un climat de echipă și o abordare colaborativă 	<ul style="list-style-type: none"> * Recunoașterea utilității experienței de angajat în gestionarea propriei afaceri. * Oportunități pentru formare suplimentară în domeniul economiei sociale. * Planificare strategică și cercetare

Tema 4: Percepții asupra organizării dezvoltării afacerii	<ul style="list-style-type: none">* Planuri pentru inovare și contribuții sociale, preocupare pentru mediu.* Diversificare, investiții în calitatea materiei prime, implicarea angajaților în procesul decizional.* Inovarea prin introducerea de servicii noi și proiecte* Cultură de afaceri orientată spre oameni	<ul style="list-style-type: none">* Accent crescut pe schimbările în statutul angajaților și implicațiile acestora.* Dependența de o singură sursă de finanțare indică vulnerabilitate* Dezvoltarea unor strategii de motivare în afara banilor poate contribui la creșterea angajamentului și performanței angajaților.* Implementarea de tehnologii noi pentru a îmbunătăți eficiența.
Tema 5: Atitudini față de abilitățile necesare în gestionarea unei afaceri în domeniul economiei sociale	<ul style="list-style-type: none">* Accent pe dezvoltarea durabilă și contribuția socială.* Importanța continuării luptei pentru cauza socială aleasă.* abordare proactivă în dezvoltarea întreprinderii* Se subliniază rolul voluntariatului și participării la evenimente	<ul style="list-style-type: none">* Importanța misiunii sociale a afacerii și cum se reflectă în acțiuni concrete.* Dezvoltarea de abilități de gestionare a problemelor sociale și comunicare.* Dezvoltarea unor abilități mai avansate de marketing și creșterea conștientizării sociale pentru a contribui la creșterea impactului și recunoașterii în comunitate.

În ansamblu, impresionează dedicarea și pasiunea pentru antreprenoriatul social, iar această abordare orientată spre comunitate are potențialul de a face o diferență semnificativă.

Interviurile reflectă o abordare pozitivă și dedicată în dezvoltarea unei afaceri sociale, iar experiența și sprijinul familial par să contribuie în mod semnificativ la succesul afacerilor analizate.



Motivație socială puternică: Se observă o motivație socială puternică în răspunsurile antreprenorilor, evidențiind dorința de a aduce schimbări pozitive în comunitate și de a sprijini grupurile vulnerabile.

Provocări legate de birocrație: Antreprenorii subliniază birocrația și legislația ca principalele provocări în domeniul societăților de economie socială. Este o problemă recurentă și reprezintă o oportunitate pentru îmbunătățiri legislative.

Implicarea familiei: Sprijinul familiei este evident în răspunsurile date. Este o resursă valoroasă în demararea și gestionarea afacerii, și pare să contribuie la succesul acesteia.



Focus pe dezvoltare personală: Antreprenorii au evidențiat dorința de dezvoltare personală și participarea la workshop-uri și cursuri. Aceasta indică o mentalitate deschisă și dorința de a învăța în continuare.

Importanța voluntariatului: Antreprenorii au subliniat importanța voluntariatului în cadrul societăților de economie socială. Atragerea voluntarilor poate aduce beneficii semnificative pentru activitățile sociale.

Rolul finanțării nerambursabile: Finanțarea nerambursabilă a avut un impact semnificativ în demararea afacerilor.

Implicarea angajaților: Antreprenorii care au răspuns la interviu acordă atenție implicării angajaților în luarea deciziilor și au subliniat importanța colaborării între angajați și angajator pentru succesul unei afaceri în economia socială.

Misiunea socială: Studiul a relevat faptul că misiunea socială a întreprinderii este o prioritate. Respondenții au subliniat importanța implicării active în comunitate și sprijinirea diverselor proiecte umanitare.

Concluziile din acest studiu indică necesitatea reducerii scepticismului în rândul persoanelor vulnerabile și al consumatorilor prin diminuarea incertitudinii. Pentru a ilustra acest aspect, putem compara antreprenoriatul social cu rolul crucial pe care "*marca*" îl joacă în reducerea incertitudinii pentru consumatori.

Antreprenorii sociali întâmpină "bariere" similare la intrarea pe piață, indiferent de obiectivele lor inițiale, așa cum se întâmplă și în cazul antreprenorilor clasici. O propunere sugerată, care ar merita să fie explorată în viitoarele programe de finanțare și susținere a antreprenoriului social, constă în dezvoltarea unei campanii sociale de informare adresată întregii populații. Aceasta ar putea fi similară cu campania "*Produce în România*" și ar avea ca scop evidențierea produselor și serviciilor provenite din antreprenoriatul social prin intermediul sloganului "*Produce de un antreprenor în economie socială*".





Analiza SWOT a economiei sociale în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest

Analiza SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) a economiei sociale în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest poate evidenția aspectele cheie care influențează acest domeniu în aceste regiuni specifice.

Forțe (Strengths)

1. Tradiții Meșteșugărești:

- **Centru:** Potențialul de meșteșuguri tradiționale și produse locale de calitate.
- **Nord-Vest:** Tradițiile meșteșugărești bogate, cu posibilități de dezvoltare a industriei creative.

2. Implicare Comunitară:

- **Centru:** Comunități active și implicate în inițiative sociale și economice.
- **Nord-Vest:** Sprijinul comunităților pentru proiecte de dezvoltare locală și economie socială.

3. Resurse Naturale și Agricultură:

- **Centru:** Potențialul pentru proiecte de agricultură durabilă și turism rural.
- **Nord-Vest:** Resursele naturale și oportunitățile din sectorul agricol.

4. Infrastructură Urbană:

- **Centru:** Infrastructură urbană dezvoltată, facilitând accesul la piețe și resurse.
- **Nord-Vest:** Oportunități pentru inițiative de afaceri sociale în mediul urban.



Slăbiciuni (Weaknesses)

1. Sărăcia în Anumite Zone:

- **Centru:** Comunități rurale cu risc crescut de sărăcie și excluziune socială.
- **Nord-Vest:** Diferențe socio-economice între zonele urbane și rurale.

2. Acces Limitat la Finanțare:

- **Centru:** Dificultăți în accesarea finanțărilor pentru inițiativele sociale.
- **Nord-Vest:** Necesitatea de a dezvolta instrumente de finanțare adaptate la nevoile economiei sociale.

3. Conștientizare Redusă:

- **Centru:** Niveluri scăzute de conștientizare a importanței economiei sociale.
- **Nord-Vest:** Nevoia de a crește conștientizarea și înțelegerea conceptului de economie socială.

4. Lipsa Legislației și Suportului Guvernamental:

- **Centru:** Lipsa unui cadru legal clar și a sprijinului guvernamental adecvat.
- **Nord-Vest:** Nevoia de politici care să promoveze și să sprijine activ economia socială.

Oportunități (Opportunities)

1. Turism Durabil și Cultural:

- **Centru:** Dezvoltarea turismului rural și a proiectelor culturale durabile.
- **Nord-Vest:** Promovarea turismului cultural în zonele istorice.

2. Dezvoltarea Cooperativelor Agricole:



- **Centru:** Creșterea cooperativelor agricole pentru a îmbunătăți condițiile fermierilor.
 - **Nord-Vest:** Oportunități pentru cooperarea în agricultură și producție.
- 3. Inovație și Tehnologie Socială:**
- **Centru:** Utilizarea tehnologiei pentru a sprijini inițiativele sociale.
 - **Nord-Vest:** Oportunități de inovare socială și tehnologică în mediul urban.
- 4. Parteneriate cu Sectorul Privat:**
- **Centru:** Colaborarea cu companii pentru proiecte cu impact social.
 - **Nord-Vest:** Parteneriate pentru dezvoltarea unor inițiative de antreprenoriat social.

Amenințări (Threats)

- 1. Competiție Crescută:**
- **Centru:** Creșterea concurenței pentru resurse și finanțări disponibile.
 - **Nord-Vest:** Competiția din sectorul privat poate afecta sustenabilitatea inițiativelor sociale.
- 2. Schimbări Economice Neprevăzute:**
- **Centru:** Vulnerabilitatea la schimbări economice neprevăzute.
 - **Nord-Vest:** Impactul schimbărilor economice asupra pieței muncii și a finanțărilor disponibile.
- 3. Rezistența la Schimbare:**
- **Centru:** Rezistența la adoptarea unor noi modele de afaceri sociale.
 - **Nord-Vest:** Niveluri reduse de încredere și interes în inițiativele sociale.
- 4. Dependență de Fondurile Europene:**





- **Centru:** Riscul de dependență excesivă de fondurile europene, cu impact în absența acestora.
- **Nord-Vest:** Neregularitatea fondurilor europene poate afecta proiectele economiei sociale.

Această analiză oferă o perspectivă generală care poate varia în funcție de evoluțiile specifice și de schimbările intervenite în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest, însă poate oferi o bază pentru dezvoltarea strategiilor și politicilor viitoare. Identificarea punctelor tari și a domeniilor care necesită consolidare poate ghida elaborarea unor inițiative eficiente.

Economia socială are un potențial semnificativ de dezvoltare în regiunile de dezvoltare Centru și Nord-Vest. Există o bază puternică de organizații sociale, care au experiență și expertiză în domeniul economiei sociale. De asemenea, există un sprijin crescut pentru economia socială la nivel național și european.

Cu toate acestea, organizațiile sociale din aceste regiuni se confruntă cu o serie de provocări, cum ar fi lipsa de resurse, concurența din partea sectorului privat și reglementările. Pentru a depăși aceste provocări, este nevoie de sprijin din partea autorităților locale, companiilor private și organizațiilor non-guvernamentale.

Prin crearea unor politici care sprijină și promovează economia socială, aceste regiuni pot beneficia de creștere economică durabilă, inserție socială sporită și dezvoltare comunitară. Implicarea actorilor locali, inclusiv întreprinderile sociale, organizațiile neguvernamentale și autoritățile locale, poate contribui la elaborarea unor soluții adaptate nevoilor specifice comunităților din Centru și Nord-Vest.

Este important ca aceste strategii și politici să fie flexibile și să țină cont de schimbările în dinamica socială și economică, asigurându-se că susținerea pentru economia socială este adaptată la evoluțiile regionale.





Identificarea factorilor decisivi de influență a deciziei de a deveni antreprenor social

Decizia de a deveni antreprenor social poate fi influențată de o varietate de factori, iar aceștia pot varia în funcție de contextul individual și de mediul în care se desfășoară activitatea. Detaliem în continuare factorii decisivi care pot influența decizia de a deveni antreprenor social:

1. Valori Personale:

- **Impact Social:** Persoanele care pun un accent deosebit pe generarea unui impact pozitiv în comunitate sau societate pot fi motivate să devină antreprenori sociali.

2. Experiențe Personale:

- **Conștientizare a Nevoilor Sociale:** Persoanele care au avut experiențe personale cu provocări sociale sau au observat nevoile comunității pot fi motivate să acționeze în direcția soluționării acestor probleme prin intermediul antreprenoriatului social.

3. Dorința de Schimbare:

- **Dorința de a Face Diferență:** Aversiunea față de statu quo și dorința de a contribui la schimbarea și îmbunătățirea aspectelor sociale pot stimula decizia de a deveni antreprenor social.

4. Experiență în Sectorul Non-Profit:

- **Background în Organizații Non-Profit:** Persoanele cu experiență în ONG-uri sau alte organizații non-profit pot fi atrași de antreprenoriatul social ca modalitate de a aborda problemele sociale printr-un model de afaceri sustenabil.

5. Convingeri Etice și Morale:

- **Angajament Etic:** Persoanele cu convingeri etice puternice și cu un sentiment al responsabilității sociale pot vedea antreprenoriatul social ca o modalitate de a integra aceste valori în activitatea lor profesională.





6. Soluționarea Problemelor Personale:

- **Rezolvarea Propriilor Experiențe:** Antreprenorii sociali pot fi motivați de dorința de a rezolva problemele pe care le-au întâmpinat personal sau care au afectat persoane din cercul lor de viață.

7. Inovația și Creativitatea:

- **Dorința de Inovare:** Antreprenorii sociali pot fi motivați de dorința de a inova și de a găsi soluții noi și eficiente la problemele sociale.

8. Susținerea Comunității și a Partenerilor:

- **Sprijinul Resurselor:** Accesul la resurse, sprijin comunitar și parteneriate cu organizații și comunități pot fi factori importanți în luarea deciziei de a deveni antreprenor social.

9. Exemple de Succes:

- **Inspirare din Alte Proiecte de Succes:** Exemplele de afaceri sociale sau antreprenori sociali de succes pot influența pozitiv decizia de a urma aceeași cale.

10. Mediu Legislativ și de Afaceri Favorabil:

- **Suport Legislativ:** Există un mediu legislativ și de afaceri care să sprijine și să faciliteze dezvoltarea afacerilor sociale.

11. Oportunități de Finanțare:

- **Acces la Finanțări Specifice:** Există oportunități de finanțare sau granturi disponibile pentru inițiativele de antreprenariat social.

Acești factori pot interacționa în mod complex și pot varia. Decizia de a deveni antreprenor social este adesea rezultatul unei combinații de factori care țin de convingeri personale, experiențe și oportunități în mediul înconjurător.





Evaluarea percepției populației cu privire la anteprenoriatul social

Percepția populației cu privire la anteprenoriatul social este în general pozitivă. Oamenii cred că anteprenoriatul social este o modalitate de a aborda probleme sociale și de a crea o lume mai bună.

Un studiu realizat în 2022 de Fundația Schwab România arată că 83% dintre români cred că anteprenoriatul social este important. De asemenea, 72% cred că anteprenoriatul social poate avea un impact pozitiv asupra societății.

Acest lucru se datorează faptului că oamenii înțeleg că anteprenoriatul social poate ajuta la rezolvarea unor probleme importante, cum ar fi sărăcia, exclusiunea socială și schimbările climatice. De exemplu, anteprenoriatul social poate crea locuri de muncă pentru persoanele defavorizate, poate furniza servicii sociale esențiale și poate promova o dezvoltare durabilă.

Cu toate acestea, există și unele percepții negative cu privire la anteprenoriatul social. Unele persoane cred că anteprenoriatul social este o modalitate de a face profit de pe urma problemelor sociale. De asemenea, unii oameni cred că anteprenoriatul social nu este suficient de eficient pentru a rezolva probleme sociale complexe. Este important să se demonteze aceste percepții negative, pentru a promova anteprenoriatul social ca o modalitate importantă de a îmbunătăți societatea.

Aspecte care pot influența percepția generală a populației:

1. Conștientizare și Educație:

- **Nivelul de Informare:** Oamenii care sunt bine informați și conștienți despre conceptul de anteprenoriat social au tendința de a avea o percepție mai pozitivă și înțelegere mai clară a beneficiilor acestui tip de afacere.

2. Experiențe Personale:





- **Interacțiuni Anterioare:** Experiențele individuale cu afaceri sociale sau întâlnirile cu antreprenori sociali pot influența percepția personală și pot genera o mai mare apreciere pentru aceste inițiative.

3. Climatul Economic și Social:

- **Necesitatea Soluțiilor Sociale:** În contextul unor provocări sociale sau economice evidente, populația poate să vadă antreprenoriatul social ca o modalitate eficientă de a aborda aceste probleme.

4. Stereotipurile și Stigmatizarea:

- **Percepția Asupra Afacerilor Sociale:** Unele persoane pot avea prejudecăți sau stereotipuri cu privire la eficiența și sustenabilitatea afacerilor sociale. Combaterea acestor prejudecăți poate contribui la o percepție mai pozitivă.

5. Implicarea în Comunitate:

- **Participarea la Proiecte Sociale:** Oamenii care sunt implicați în proiecte sociale sau voluntariat pot avea o înțelegere mai profundă și apreciere mai mare pentru impactul antreprenoriatului social.

6. Media și Comunicarea:

- **Acoperirea Media:** Modul în care media prezintă subiectul antreprenoriatului social poate influența percepția publicului. O acoperire pozitivă și informații corecte pot contribui la o mai bună înțelegere.

7. Beneficii Tangibile pentru Comunitate:

- **Efecte Vizibile:** Proiectele și afacerile sociale care aduc beneficii tangibile și vizibile comunității au mai multe șanse să fie apreciate și susținute.

8. Inovație și Creativitate:

- **Percepția Asupra Inovației:** Oamenii care apreciază inovația și creativitatea în rezolvarea problemelor sociale pot avea o percepție mai pozitivă a antreprenoriatului social.





9. Evaluarea Impactului Social:

- **Măsurarea Rezultatelor:** Organizațiile sociale și antreprenorii care pot măsura și evidenția impactul social al activităților lor pot câștiga încrederea și sprijinul populației.

10. Susținere Guvernamentală:

- **Sprijin Instituțional:** Există un sprijin guvernamental și instituțional pentru afacerile sociale. Aceasta poate influența percepția publicului asupra relevanței și legitimității antreprenoriatului social.

În general, percepția asupra antreprenoriatului social este influențată de multiple aspecte. Educația continuă și eforturile de conștientizare constituie un rol important în promovarea unei percepții mai pozitive și a înțelegerii profunde a valorii antreprenoriatului social în societate.





GHID PENTRU UN ANTREPRENOR SOCIAL DE SUCCES

Legislația din domeniul economiei sociale din România definește actorii economiei sociale în principal ca organizații nonprofit (cu excepția sindicatelor, bisericilor și cultelor), însă întreprinderile sociale sunt limitate la acei actori care obțin un atestat pe baza unor criterii restrictive și specializate.

Obținerea atestatului de întreprindere socială nu asigură automat succesul în antreprenoriatul social. Pentru a deveni un antreprenor social de succes, sunt necesare anumite etape, pe care le vom rezuma în continuare.

ETAPA 1 - ÎNFIINȚAREA ÎNTREPRINDERII SOCIALE

Pași	Etape	Acțiuni
1. Identificarea problemei sociale	Analiza de piață socială	Investigharea problemelor sociale existente în comunitate.
		Identificarea nevoilor nesatisfăcute sau ineficiențele în serviciile sociale existente.
2. Definirea misiunii și viziunii	Clarificarea Misiunii	Stabilirea misiunii astfel încât aceasta să reflecte scopul principal al afacerii sociale.
	Viziunea de viitor	Viziunea ar trebui să ofere o imagine a impactului pe care dorești să îl ai în viitor.
3. Cunoașterea publicului țintă	Analiza demografică	O mai bună înțelegere a caracteristicilor demografice ale comunității.



		Identificarea grupurilor țintă care ar beneficia cel mai mult de serviciile oferite de afacerea socială.
4. Dezvoltarea unui plan de afaceri solid	Obiective SMART	Stabilirea obiectivelor specifice, măsurabile, atingibile, relevante și limitate în timp.
	Analiza condițiilor de piață	Înțelegerea contextului economic și social în care afacerea va opera.
	Plan financiar	Detalierea costurilor, surselor de venit și proiecțiile financiare.
5. Construirea de parteneriate și rețele	Identificarea de parteneri potențiali	Căutarea unor organizații non-profit, guvernamentale sau alte întreprinderi sociale care să împărtășească aceeași viziune.
	Dezvoltarea unor relații durabile	Construirea de parteneriate bazate pe încredere și colaborare.
6. Impactul Social	Măsurarea impactului	Definirea indicatorilor cheie de performanță pentru a evalua impactul social.
	Monitorizare continuă	Implementarea unor sisteme de monitorizare pentru a urmări evoluția impactului social al afacerii.

ETAPA 2 – FORMAREA ÎN ANTREPRENORIAL/ANTREPREORIAL SOCIAL

Pași	Etape	Acțiuni
1. Dezvoltarea abilităților de leadership și comunicare	Abilități de leadership	Dezvoltarea de abilități de leadership pentru a inspira echipa și a implementa viziunea afacerii.
	Comunicare eficientă	Comunicarea clara și eficienta cu echipa, partenerii și comunitatea.
2. Investește în tine însuși	Educație continuă	Participarea la cursuri și evenimente pentru îmbunătățirea abilităților.
	Dezvoltare personală	Menținerea curiozității și deschiderii pentru a învăța din experiențe noi.

ETAPA 3 – ÎNȚELEGEREA CONCEPTULUI DE ECONOMIE SOCIALĂ

Pași	Etape	Acțiuni
1. Flexibilitate și Inovație	Adaptabilitate	Deschidere la schimbare și pregătire pentru ajustarea strategiilor în funcție de feedback și evoluția pieței.
	Inovație continuă	Cautarea continua de moduri inovatoare de a aborda problemele sociale.
2. Implicarea echipei și a comunității	Implicarea echipei	Încurajarea colaborării și implicarea membrilor

		echipei în procesul de luare a deciziilor.
	Comunitatea ca partener	Implicarea comunității în proiectele afacerii pentru o susținere mai puternică.
3. Raportarea și comunicarea deschisă	Transparență	Abordarea unei comunicări deschise cu privire la progresul și impactul afacerii.
	Comunicare constantă	Menținerea unui canal de comunicare cu toți stakeholderii implicați.

ETAPA 4 – DOBÂNDIREA ATESTATULUI DE ÎNTREPRINDERE SOCIALĂ

Etape	Ațiuni
1. Cererea pentru atestat	Completearea și depunerea cererii pentru acordarea atestatului, semnată de reprezentantul legal.
2. Documente necesare	Asigurarea că documentele necesare, inclusiv actele de înființare și funcționare, sunt certificate conform originalului.
3. Transparență și raportare	Implementarea unor sisteme de raportare transparentă privind utilizarea profitului și impactul social.
4. Pregătire pentru prolongare	Pregătirea pentru posibilitatea prelungirii atestatului și asigurarea că condițiile sunt menținute.



5. Colaborare cu Agenția Județeană	Menținerea unei colaborări constante cu Agenția Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă și respectarea procedurilor necesare.
6. Audit Periodic	Realizarea de audituri periodice pentru a asigura conformitatea continuă cu condițiile de acordare a atestatului.

ETAPA 5: ÎNDEPLINIREA ANUALĂ A CERINTELOR LEGALE ÎN RELAȚIA CU AJOFM

Etapă	Acțiuni
1. Comunicare constantă cu Agenția Județeană	Menținerea unei comunicări deschise și constante cu Agenția Județeană pentru a informa asupra oricăror modificări aduse actelor de înființare sau constitutive.
2. Raportare periodică	Livrarea rapoartelor periodice și situațiilor financiare anuale către Agenția Județeană, evidențiind activitatea desfășurată și impactul social.
3. Publicarea rapoartelor	Asigurarea că rapoartele de activitate și situațiile financiare anuale sunt publicate în Registrul Unic de Evidență a Întreprinderilor Sociale în termen de 3 luni de la încheierea anului calendaristic.
4. Cooperare în timpul controlului	Colaborarea în mod deschis și constructiv în timpul controalelor anuale pentru a demonstra respectarea criteriilor care au stat la baza eliberării atestatului.



5. Adaptarea la schimbări	Pregătirea pentru adaptarea actelor de înființare sau constitutive în concordanță cu schimbările în activitatea întreprinderii.
6. Transparență continuă	Menținerea unui nivel înalt de transparență și deschidere cu privire la activitatea întreprinderii sociale.
7. Angajamentul față de comunitate	Evidențierea în rapoartele anuale a impactului pozitiv asupra comunității și angajamentului față de principiile economiei sociale.
8. Autoevaluare constantă	Realizarea de autoevaluări regulate pentru a identifica și corecta potențialele probleme înainte de controalele oficiale.

ETAPA 6 – CONTINUAREA AFACERII

Pași	Etape	Acțiuni
1. Persistă și fi pasionat	Persistență	Antreprenoriatul social poate avea provocări, așa că rămâi perseverent și optimist.
	Pasiune continuă	Menținerea pasiunii pentru cauza socială și viziunea afacerii.

Prin urmare, pentru a fi un antreprenor social de succes, este important să fii bine pregătit, să ai o viziune clară și să îți aduci contribuția la rezolvarea problemelor sociale.

Succes în călătoria ta ca antreprenor social!



MODELE DE BUNE PRACTICI ÎN ECONOMIA SOCIALĂ

Există numeroase modele de bune practici în economia socială, implementate la nivel global, care au adus beneficii semnificative comunităților și mediului. Prezentăm în continuare câteva exemple de bune practici în acest domeniu:

1. Banca Comunitară Grameen (Bangladesh):

- **Model Microfinanciar:** Grameen Bank oferă împrumuturi mici oamenilor săraci, inclusiv femeilor, pentru a sprijini inițiativele de afaceri la nivel comunitar.

2. Cooperativele Mondragon (Spania):

- **Model Cooperativ:** Mondragon este un grup de cooperative spaniole care operează în diverse sectoare, de la producție la servicii, și aplică principiile democratice și participative în luarea deciziilor.

3. Ecosia (Germania):

- **Motor de Căutare cu Impact Social:** Ecosia este un motor de căutare care folosește veniturile obținute din publicitate pentru a planta arbori. Acest model integrează principiile economiei sociale cu cele ale ecologiei și responsabilității sociale.

4. Asha Handicrafts (India):

- **Comerț Echitabil:** Asha Handicrafts este o organizație non-profit care promovează comerțul echitabil, lucrând cu artizani locali pentru a le oferi oportunități de vânzare a produselor lor la nivel global.

5. BRAC (Bangladesh):

- **Model de Dezvoltare Holistică:** BRAC este o organizație de dezvoltare care abordează provocările sociale și economice din Bangladesh prin intermediul unui set variat de programe, inclusiv microfinanțare, sănătate și educație.

6. Recycling Netwerk (Olanda):





- **Inovație în Reciclare:** Recycling Network încurajează economia circulară prin promovarea practicilor de reciclare responsabile și prin lobby pentru schimbări legislative care să sprijine gestionarea durabilă a deșeurilor.

7. **Triodos Bank (Olanda):**

- **Banca Durabilă:** Triodos Bank se concentrează pe finanțarea proiectelor cu impact social și ecologic pozitiv, canalizând investițiile către organizații care promovează sustenabilitatea.

8. **Fairphone (Olanda):**

- **Producție Responsabilă de Telefoane:** Fairphone abordează problemele legate de extragerea materiilor prime și condițiile de muncă în industria electronică, producând telefoane modulare și etice.

Aceste exemple ilustrează diversitatea practicilor în economia socială, de la modele de afaceri orientate către responsabilitatea socială și mediului, până la inițiative care promovează justiția socială și incluziunea economică. Este important de menționat că succesul acestor modele depinde adesea de angajamentul comunității, parteneriatele eficiente și sprijinul guvernamental adecvat.

Modele de bune practici în economia socială în România

În România, există numeroase inițiative și modele de bune practici în domeniul economiei sociale, care contribuie la dezvoltarea sustenabilă și la abordarea problemelor sociale. Prezentăm în continuare câteva exemple relevante:

1. **Mesteshukar ButiQ (România):**

- **Platformă de Comerț Echitabil:** Mesteshukar ButiQ sprijină comunitățile române prin promovarea și comercializarea produselor tradiționale realizate de meșteșugari locali. Această inițiativă încurajează dezvoltarea economică și promovează cultura română.





2. **Fabrica de Pensule (Cluj-Napoca):**

- **Centru Cultural și Artistic:** Fabrica de Pensule este un spațiu cultural și artistic care oferă un mediu propice pentru artiști, creatori și ONG-uri. Acest model contribuie la revitalizarea comunității și la promovarea culturii.

3. **Asociația "Milioane de Prieteni" (Timișoara):**

- **Proiecte de Voluntariat și Solidaritate:** Asociația desfășoară proiecte sociale și de voluntariat pentru a sprijini persoanele vulnerabile și pentru a promova solidaritatea în comunitate.

4. **Roșia Montană Foundation (Alba):**

- **Dezvoltare Durabilă și Protecția Mediului:** Fundația lucrează pentru protejarea patrimoniului cultural și natural din Roșia Montană, promovând în același timp proiecte care contribuie la dezvoltarea economică locală într-un mod sustenabil.

5. **MagiCAMP (București):**

- **Sprijin pentru Copiii cu Boli Grave:** MagiCAMP organizează tabere de terapie și recreere pentru copiii cu boli grave, oferindu-le oportunitatea de a-și dezvolta abilitățile și de a se bucura de experiențe pozitive.

6. **Ateliere Fără Frontiere (București):**

- **Integrare Socială prin Muncă:** Organizația oferă oportunități de formare și angajare pentru persoanele cu dizabilități, promovând integrarea socială prin activități economice.

7. **Social Impact Hub (București):**

- **Hub pentru Inovație Socială:** Social Impact Hub oferă un spațiu și suport pentru antreprenorii sociali și organizațiile care își propun să rezolve probleme sociale prin inovație și afaceri sociale.

8. **Banca de Alimente (Cluj-Napoca, București, Timișoara, Iași):**



- **Redirecționarea Surplusului Alimentar:** Banca de Alimente colectează și distribuie alimente neutilizate către organizații non-profit și persoane aflate în dificultate, reducând astfel risipa alimentară.

Acestea sunt doar câteva exemple din numeroasele bune practici care există în economia socială din România. Acestea demonstrează că economia socială poate fi o modalitate eficientă de a aborda probleme sociale, cum ar fi sărăcia, excluziunea socială și șomajul.

Caracteristicile comune ale acestor bune practici includ:

- concentrare pe grupuri vulnerabile: Aceste organizații se concentrează pe furnizarea de oportunități de angajare și de incluziune socială pentru persoane care se confruntă cu dificultăți, cum ar fi persoanele cu dizabilități, romii și tinerii NEETs.
- abordare bazată pe parteneriat: Aceste organizații lucrează în parteneriat cu alte organizații, cum ar fi autoritățile locale, companiile private și organizațiile non-guvernamentale, pentru a-și atinge obiectivele.
- orientare către piață: Aceste organizații produc bunuri și servicii care sunt competitive pe piață, ceea ce le permite să fie sustenabile pe termen lung.

Impactul acestor bune practici include:

- Crearea de locuri de muncă: Aceste organizații au creat mii de locuri de muncă pentru persoane din grupuri vulnerabile.
- Îmbunătățirea calității vieții: Aceste organizații au contribuit la îmbunătățirea calității vieții persoanelor din grupuri vulnerabile, oferindu-le oportunități de angajare, de incluziune socială și de dezvoltare personală.
- Contribuții la dezvoltarea economică: Aceste organizații au contribuit la dezvoltarea economică a comunităților în care operează.

Aceste bune practici demonstrează că economia socială are potențialul de a avea un impact pozitiv semnificativ asupra societății.

Aceste exemple evidențiază diversitatea inițiativelor din economia socială din România, de la promovarea comerțului echitabil și a meșteșugurilor tradiționale la proiecte sociale și de protecție a mediului. Aceste modele de bune practici demonstrează impactul pozitiv pe care economia socială îl poate avea în comunități și societate în ansamblu.

Modele de bune practici în economia socială în cadrul proiectului "PRO RURAL - Consolidarea coeziunii economice și sociale în Regiunile Centru și Nord-Vest"

1. SC Lumali Sucuri SRL (Alba):

Viziunea acestei întreprinderi sociale este de a deveni principalul producător de sucuri naturale fără conservanți din județul Alba, punând accent pe creșterea economică și o cifră de afaceri în ascensiune.

Misiunea economică se concentrează pe producerea și comercializarea sucurilor naturale, utilizând producția agricolă locală din comuna Gârbova, oferind calitate la prețuri competitive. Din punct de vedere social, întreprinderea își propune crearea de locuri de muncă pentru tineri și persoane din grupuri vulnerabile, promovând un stil de viață sănătos și contribuind la dezvoltarea comunităților rurale. Inițial, au produs sucuri din mere, struguri și cătină, extinzându-se apoi la alte fructe și oferind ambalaje diverse.

Activitatea este sustenabilă financiar, folosind profiturile pentru dezvoltarea continuă și investiții în echipamente noi.



2. SC Barsan Agrolact SRL (Alba):

Viziunea întreprinderii este să devină una dintre principalele alegeri ale clienților pentru produse lactate în județ și dincolo de acesta, punând accent pe calitate, prospețime și prețuri accesibile.

Misiunea economică a acestei întreprinderi sociale este să dezvolte o unitate de procesare a laptelui în comuna Câlnic, județul Alba, producând o varietate de produse lactate, cum ar fi iaurt, smântână și brânzeturi diverse.

Din punct de vedere social, își propune să combată excluziunea socială,

discriminarea și șomajul, prin integrarea tinerilor și a persoanelor din grupuri vulnerabile în comunitatea locală. Prin valorificarea potențialului agricol local, intenționează să stimuleze economia și agricultura din Câlnic, oferind fermierilor și crescătorilor de animale noi oportunități prin această nouă inițiativă de procesare a laptelui.



3. SC M&G Art Bakery SRL (Maramureș):

Viziunea întreprinderii este grija pentru client și comunitate, cu un accent pe implicare socială și dezvoltarea de soluții pentru problemele comunității. Prin aceasta, întreprinderea aspiră să devină un exemplu de bună practică în domeniul său.



Misiunea economică a întreprinderii din Cernești, Maramureș, este de a deveni un lider în domeniul patiserie-cofetărie, contribuind la dezvoltarea economică și socială a comunității.

Obiectivul său social include crearea de locuri de muncă pentru a reduce șomajul și sprijinirea persoanelor vulnerabile, oferindu-le produse de patiserie și cofetărie gratuit sau la prețuri reduse. Întreprinderea se angajează să ofere produse de calitate, investind în echipamente noi pentru a răspunde cerințelor pieței.



4. SC MAMA LITA SRL (Alba):

Viziunea întreprinderii din Zărieș, Mihalț, județul Alba, este dezvoltarea unei afaceri de prelucrare și conservare a fructelor, legumelor și plantelor medicinale prin uscare, valorificând surplusul local de producție și se urmărește oferirea de produse disponibile pe tot parcursul anului.

Misiunea economică a întreprinderii este de a achiziționa materii prime nevalorificate de la producătorii locali, oferind produsele finite la prețuri accesibile sau gratuit pentru grupurile vulnerabile și instituțiile educaționale. Întreprinderea se focusează pe extinderea clientelei și pe diversificarea produselor, aspirând la producerea de conserve, dulcețuri, siropuri și tincturi bio.

Din punct de vedere social, întreprinderea dorește să contribuie la rezolvarea problemelor sociale locale prin crearea de locuri de muncă, inclusiv pentru tineri NEETs și persoane vulnerabile. Se pune accent pe inovația socială și promovarea unui stil de viață sănătos prin înlocuirea dulciurilor cu zahăr cu fructe deshidratate bogate în vitamine și proteine.





RECOMANDĂRI PENTRU STIMULAREA DEZVOLTĂRII STRUCTURILOR DE ECONOMIE SOCIALĂ

Stimularea dezvoltării structurilor de economie socială poate contribui la creșterea impactului lor asupra comunităților și societății în ansamblu. Vă prezentăm câteva recomandări pentru stimularea dezvoltării economiei sociale:

1. Sprijin Financiar și Fonduri Europene:

- **Acces Facilitat la Finanțare:** Crearea unor mecanisme de acces mai ușor la finanțare pentru organizațiile și întreprinderile sociale poate stimula dezvoltarea sectorului.

2. Formare și Dezvoltare de Competențe:

- **Program de Formare:** Furnizarea de programe de formare și dezvoltare a competențelor pentru antreprenorii sociali și membrii organizațiilor sociale pentru a-și îmbunătăți abilitățile de gestionare și sustenabilitatea afacerilor.

3. Hub-uri de Inovare Socială:

- **Sprijinul pentru Hub-uri:** Crearea de hub-uri sau centre de inovare socială unde antreprenorii sociali pot colabora, împărtăși resurse și beneficia de sprijin.

4. Politici Favorabile Economiei Sociale:

- **Crearea unui Cadru Legislativ Clar:** Adoptarea de politici și reglementări care să recunoască și să sprijine specificitățile economiei sociale poate crea un mediu propice pentru dezvoltare.

5. Parteneriate Public-Private:

- **Colaborare cu Sectorul Privat:** Încurajarea colaborării între organizații sociale și sectorul privat pentru proiecte comune și dezvoltarea unor parteneriate benefice.

6. Rețele de Sprijin și Consultanță:





- **Rețele Regionale și Naționale:** Crearea de rețele care să ofere sprijin, consultanță și mentorat pentru antreprenorii sociali și organizațiile sociale.

7. **Promovarea Culturii Antreprenoriale Sociale:**

- **Campanii de Conștientizare:** Inițiative de promovare pentru a crește conștientizarea publicului cu privire la economia socială și beneficiile acesteia pentru comunitate.

8. **Achiziții Sociale și Sustenabile:**

- **Politici de Achiziții Responsabile:** Implementarea de politici la nivel guvernamental sau corporativ care să favorizeze achizițiile sociale și sustenabile.

9. **Monitorizare și Evaluare a Impactului Social:**

- **Instrumente de Măsurare a Impactului:** Dezvoltarea și promovarea instrumentelor de măsurare a impactului social pentru a evidenția contribuția pozitivă a structurilor de economie socială.

10. **Programe de Incubare și Accelerare:**

- **Incubatoare și Acceleratoare:** Crearea de programe care să ofere spații de incubare și accelerare pentru start-up-uri sociale, facilitându-le accesul la resurse și suport.

11. **Inițiative de Responsabilitate Socială Corporativă (CSR):**

- **Colaborare cu Companii:** Promovarea colaborării dintre structurile de economie socială și companiile care implementează programe de CSR.

12. **Promovarea Diversității și Incluziunii:**

- **Acces Egal:** Asigurarea unui acces echitabil și incluziv la oportunități și resurse pentru toate categoriile de antreprenori sociali, inclusiv grupurile vulnerabile.

Implementarea acestor recomandări poate contribui la dezvoltarea durabilă a economiei sociale și la consolidarea rolului acesteia în abordarea diverselor provocări sociale și economice.





Economia socială se profilează ca o oportunitate solidă pentru abordarea inegalităților socio-economice din prezent. Susținută de un corp extins de cercetări ce acoperă multiple decenii, aceasta demonstrează în mod repetat potențialul sectorului de a cataliza o dezvoltare incluzivă și durabilă.

Raportul subliniază capacitatea distinctă a economiei sociale de a contracara inegalitățile prin inovare socială, de a promova dezvoltarea incluzivă a comunităților locale, de a configura modele de tranziție digitală și ecologică incluzivă, și de a crea sisteme socio-economice reziliente în timpul crizelor.

În conformitate cu strategia de țară asumată de România, economia socială devine crucială și merită susținere pentru potențialul său extraordinar de a contribui la dezvoltarea comunităților la nivel regional și național într-o perspectivă pe termen lung.



GHID DE INTERVIU ÎN PROFUNZIME

TEMA 1: Viața de antreprenor

1. Povestiți-mi puțin, vă rog, despre activitatea întreprinderii dvs? Cum ați decis să înființați o întreprindere socială?
2. Care sunt, în opinia dvs principalele probleme ori dificultăți pe care le întâmpină anteprenorul care înființează o întreprindere socială astăzi în România?
3. Ce v-a tentat cel mai mult la cariera de antreprenor în economie socială? A fost independența financiară sau posibilitatea ca activitatea întreprinderii să răspundă unei probleme sociale?
Detaliați.
4. Ați simțit că există piedici în dezvoltarea unei afaceri în economia socială? Dacă da, puteți să ne dați exemple? Ce ați făcut pentru a depăși aceste probleme?
5. Considerați că educația formală (liceu, facultate, master) pe care ați primit-o v-a ajutat în pregătirea carierei dumneavoastră de antreprenor? În ce fel?
6. Ați primit încredere din partea oamenilor din jur (familie și prieteni/cunoscuți)? V-a fost mai dificil decât i-ar fi fost unui anteprenor clasic în aceeași situație? Puteți să îmi dați exemple de situații sau discuții?

TEMA 2: Bune practici



1. Ce considerați dumneavoastră că înseamnă să fii un antreprenor de succes în general? Dar un antreprenor în economie socială în România?
2. Ce faceți ca să deveniți un antreprenor mai bun? Puteți să îmi spuneți în ce mod vă ajută aceste lucruri? *Ați apelat la cursuri de dezvoltare profesională, de specializare/ perfecționare? Aveți un mentor ale cărui sfaturi le urmăriți/ le puneți în practică?*
3. Există sfaturi sau recomandări ce nu se potrivesc deloc antreprenorului din România? Dar antreprenorului în economie socială?
4. Cui cereți sfaturi/cu cine discutați despre afacerea dumneavoastră? Preferați să discutați cu colegii de muncă sau cu familia? Considerați că discuțiile vă ajută să vă gândiți la lucruri noi sau vă oferă posibilitatea de a vă limpezi gândurile?
5. Când ați început activitatea în economia socială, aveați un plan de afaceri bine pus la punct? Cu cine v-ați sfătuit înainte de a lua decizia de a începe afacerea?
6. Finanțarea nerambursabilă oferită prin intermediul proiectului a contribuit/ a fost un factor decisiv în demararea afacerii? Cât de mult a contribuit finanțarea nerambursabilă la dezvoltarea ideii de afacere? Fără finanțarea nerambursabilă oferită prin intermediul proiectului ați fi apelat la alte modalități de a vă finanța ideea de afacere? *(ex. apelarea la un credit garantat de FNGCIMM)*

TEMA 3: Atitudini față de abilitățile necesare în gestionarea unei afaceri

1. La ce vârstă v-ați început cariera de antreprenor? Este prima afacere în care v-ați implicat? Credeți că există o vârstă la care este mai ușor să începi o afacere?
2. Privind în urmă, care sunt lucrurile pe care ați vrut să le știți de la început, când ați devenit antreprenor? Există cunoștințe care se potrivesc numai antreprenorului în economie socială? Mi-ați putea spune în ce fel v-ar fi ajutat aceste cunoștințe?





3. Ați parcurs programe de formare profesională destinate domeniului economiei sociale? (*ex. Anteprenor în economie socială, Manager întreprindere socială, etc.*) Cât de utile au fost informațiile pe care le-ați primit în cadrul acestor programe de formare profesională? V-ați fi dorit să obțineți și alte informații? Ce fel de informații?
4. Cum ați acumulat experiență de lucru înainte de a porni afacerea? A fost educație formală, ați lucrat anterior în același domeniu în care ați dezvoltat afacerea, ați căutat singur informații într-un domeniu nou?
5. Considerați că experiența de angajat este utilă înainte de a deveni antreprenor? Care este diferența cea mai importantă între antreprenor și angajat? Puteți să ne dați exemple?

TEMA 4: Percepții asupra organizării dezvoltării afacerii

1. Cum veți inova afacerea dvs. în viitor? Ce acțiuni v-ați propus?
2. Care considerați că sunt cele mai importante acțiuni pentru a crește gradul de implicare și performanța angajaților?
3. În afară de bani, care este modalitatea de motivare a angajaților? Îmi puteți spune în ce fel funcționează această tactică?
4. Cum s-a schimbat statutul angajaților din întreprinderea dvs. față de momentul angajării? Cât de implicați sunt în procesul decizional, în direcțiile de dezvoltare ale afacerii?
5. Cum ați reinvestit/ veți reinvesti profitul și care sunt direcțiile de dezvoltare ale întreprinderii? Cât de implicați sunt angajații în deciziile pe care le luați cu privire la activitatea întreprinderii?
exemplificaț





6. Ați beneficiat de facilitățile oferite întreprinderilor sociale de legislația în vigoare? Dacă DA, va rugăm să menționați ce facilități, care a fost procesul pentru a ajunge să beneficiați de facilități, ați primit ajutor din partea instituțiilor publice/ ați apelat la un profesionist care să vă ajute în proces, procedura s-a desfășurat într-un mod ușor sau greu?

TEMA 5: Atitudini față de abilitățile necesare în gestionarea unei afaceri în domeniul economiei sociale

1. Care este modalitatea de dezvoltare a unei întreprinderi care activează în domeniul economiei sociale?
2. Cât de importantă este misiunea socială a întreprinderii? Care este misiunea socială a întreprinderii dvs? Cum ați hotărât să vă implicați/ să alegeți această misiune socială? Ce v-a motivat?
3. Care au fost problemele pe care le-ați întâmpinat în dezvoltarea afacerii sau în îndeplinirea misiunii sociale? Cum ați reușit să le depășiți?
4. Având în vedere experiența dvs, dacă ar fi să dați un singur sfat, unui antreprenor la început de drum, care ar fi acela? Dar unui antreprenor în economie socială?

Vă mulțumim!



CHESTIONAR ANALIZĂ ECONOMIE SOCIALĂ

Acest chestionar face parte din Analiza economiei la nivel regional si este realizat in cadrul proiectului ID 148806 "PRO RURAL - Consolidarea coeziunii economice si sociale în Regiunile Centru si Nord-Vest".

Vă mulțumim pentru interesul acordat completării acestui chestionar !

In general, considerati ca Romania in momentul de fata se indreapta intr-o directie buna sau intr-o directie gresita?

- Intr-o directie buna
- Intr-o directie gresita
- Nu știu/ Nu răspund

In prezent, care este cea mai mare problema cu care va confruntati dvs ?

Răspunsul tău

În ultimul an, credeți că situația Dvs economică s-a îmbunătățit sau s-a înrăutățit?

- S-a îmbunătățit
- A rămas la fel

Credeți că anul viitor veți trăi mai bine, la fel sau mai prost decât anul acesta?

- Mai bine
- La fel
- Mai prost

Gospodăria dumneavoastră poate să acopere o cheltuială neprevăzută de 450 lei din propriile sale resurse, fără a apela la ajutorul financiar al altor persoane, gospodării sau instituții?



- Da
- Nu

Din punctul de vedere al veniturilor din familia Dvs., în ce categorie credeți că vă încadrați cel mai bine

- Banii nu ne ajung nici pentru strictul necesar
- Banii abia ne ajung de la o lună la alta
- Reușim să ne descurcăm cu banii pe care îi avem
- Banii pe care îi avem ne permit să trăim bine
- Banii pe care îi avem ne permit să avem tot ce ne dorim

Comparativ cu majoritatea romanilor, considerați ca Dvs aveți un nivel de trai mai bun, mai rău sau la fel ca ei?

- Mult mai bun decât majoritatea romanilor
- Ceva mai bun
- Ceva mai rău
- Mult mai rău decât majoritatea romanilor
- Aproximativ la fel

Cat de greu sau de ușor considerați ca este acum în România pentru o persoană să ajungă să atingă un nivel de trai superior celui pe care îl are?

- Foarte ușor
- Destul de ușor
- Destul de greu
- Foarte greu

Este vreo persoană din gospodăria Dvs care în momentul de față să fie plecată în străinătate, pentru o perioadă mai lungă de timp (minim 3 luni de zile), în afară de călătorii de turism, pelerinaj sau îngrijirea sănătății?

- Da
- Nu

Dacă DA, Câte persoane sunt plecate?

Cata încredere aveți în: *Patroni (antreprenori) romani*





- 1 Foarte putina
- 2
- 3
- 4
- 5 Foarte multa

Cata incredere aveti in: *Organizatii Non Profit (ONG uri)*

- 1 Foarte putina
- 2
- 3
- 4
- 5 Foarte multa

Cata incredere aveti in: *Sindicate*

- 1 Foarte putina
- 2
- 3
- 4
- 5 Foarte multa

Cata incredere aveti in: *Patroni (antreprenori) straini*

- 1 Foarte putina
- 2
- 3
- 4
- 5 Foarte multa

Cata incredere aveti in: *Comunitatea Europeana*

- 1 Foarte putina
- 2
- 3
- 4
- 5 Foarte multa

Cu care din urmatoarele afirmatii sunteti mai degraba de acord?





- Daca guvernul si-ar face treaba, nu ar fi nevoie de ONG uri sau alte organizatii care sa rezolve probleme sociale
- Guvernul nu poate sa rezolve toate probleme sociale, este bine ca exista si organizatii care sa se implice in rezolvarea problemelor sociale

Va rog sa imi spuneti care dintre urmatoarele afirmatii se potriveste cel mai bine cu ceea ce credeti Dvs.

- Se poate avea incredere in cei mai multi dintre oameni
- E mai bine sa fii atent in relatiile cu oamenii

Dvs personal, sigur/a sau impreuna cu altcineva, incercati in prezent sa porniti o noua afacere, inclusiv liber profesionist, sau sa vindeti catre alte persoane bunuri sau servicii?

- Da
- Nu

Dvs personal, sigur/a sau impreuna cu altcineva, ati fost implicat PENTRU ANGAJATORUL DVS in lansare unei noi afaceri (vanzare de noi produse) sau a unei noi filiale?

- Da
- Nu

Dvs personal, sigur/a sau impreuna cu altcineva, detineti o afacere in care sa vindeti bunuri sau servicii catre altii , pe care o conduceti, sau sunteti angajat pe cont propriu?

- Da
- Nu

Daca va ganditi la aceasta afacere, care a fost primul AN in care actionarii acestei afaceri au primit salariu, dividende, sau orice alt fel de plata? (mentionati anul, ex. 2022)

Răspunsul tău

În prezent, fără să luați în considerare pe cei care dețin afacerea, dar incluzand PFA-urile, angajații sau voluntarii, câte persoane lucrează pentru organizația dvs?

Răspunsul tău





Câte din acestea lucrează ca voluntari?

Răspunsul tău

Câte din acestea lucrează part-time?

Răspunsul tău

Câte persoane, fără să luați în considerare pe cei care dețin afacerea, dar incluzând PFA-urile, angajații sau voluntarii, estimați că vor lucra pentru aceasta organizație peste 5 ani

Răspunsul tău

Dvs, singur sau împreună cu alte persoane, încercați să porniți, sau dețineți și conduceți orice formă de activitate, organizație sau inițiativă, care are mai degrabă un scop social, de protecție a mediului sau de implicare în comunitate? Mă refer aici la orice activitate care oferă servicii sau pregătire pentru persoane dezavantajate sau cu dizabilități, sau folosirea profitului pentru scopuri sociale, sau organizarea de grupuri de suport pentru acțiuni în comunitate, etc.

- Da, în prezent încerc să pornesc
- Da, în prezent dețin și conduc o astfel de organizație
- Nu

Pentru organizația sau inițiativa pe care în prezent o dețineți și conduceți, vreo parte din veniturile acesteia vin și din vânzarea de produse sau servicii ?

- Da
- Nu

Estimativ, ce procent din venituri provine din vânzarea de produse sau servicii?

- între 1% și 15%
- între 16% și 30%
- peste 30% dar mai puțin de 50%
- peste 50%
- Nu pot aprecia





Organizatiile – fie firme, organizatii non profit sau altele – pot sa aiba ca obiectiv fie sa genereze profit pentru actionari (*adica sa genereze valoare economica*), fie sa genereze valoare sociala (*adica sa presteze servicii sociale*), fie sa genereze valoare pentru mediul inconjurator (protectia mediului).

Pentru organizatia dvs, va rog sa alocati 100 de puncte pentru aceste 3 obiective.

De exemplu, scopul unei organizatii poate fi 80% pentru profit, 10% pentru activitati sociale si 10% pentru protectia mediului.

Răspunsul tău

Activitatea, organizatia sau initiativa dvs ofera:

	DA	NU
Un nou tip de produs sau serviciu		
O noua modalitate de a produce un produs sau serviciu		
O noua modalitate de a livra un produs sau serviciu		
O noua modalitate de a promova sau vinde un produs sau serviciu		
Produse sau servicii care o nisa de piata noua / noi clienti		
Un nou tip de produs sau serviciu		
O noua modalitate de a produce un produs sau serviciu		
O noua modalitate de a livra un produs sau serviciu		
O noua modalitate de a promova sau vinde un produs sau serviciu		
Produse sau servicii care o nisa de piata noua / noi clienti		



Este aceasta activitate sau initiativa serviciul dvs zilnic, part time sau in afara serviciului obisnuit ?

- Serviciu zilnic
- Part time
- In afara serviciului
- Nu raspund

O intreprindere sociala vinde bunuri sau servicii la fel ca o firma obisnuita, dar principalul scop al acesteia nu este obtinerea de profit pentru actionari, ci are mai degraba un scop social - cum ar fi protectia mediului , grija fata de persoane dezavantajate, sau folosirea intregului profitu pentru scopuri sociale.

In general, considerati ca activitatea unor intreprinderi sociale in zona in care locuiti ar ajuta sau nu ?

- Da, ajuta in foarte mare masura
- Da, ajuta in destul de mare masura
- Nu, nu prea ajuta
- Nu, nu ajuta deloc

Cu care din urmatoarele afirmatii referitoare la intreprinderi sociale sunteti mai degraba de acord?

	DA	NU
Nu poti in acelasi timp sa vinzi produse sau servicii si sa urmaresti si un scop social. O firma care ar face asta ar da faliment		
cele doua nu se exclud. Trebuie doar ca cei care ofera produsele si serviciile sa nu urmareasca doar profitul ci interesul comunitatii		

In ce masura considerati ca intreprinderile sociale pot sa contribuie la imbunatatirea nivelului de dezvoltare din zona dvs?



- În foarte mare masura
- În destul de mare masura
- În destul de mica masura
- În foarte mica masura

În opinia Dumneavoastră, ce acțiuni o considerați prioritară pentru sprijinirea economiei sociale în România?

- Formarea profesională în domeniul economiei sociale
- Sprijinirea întreprinderilor sociale
- Campanii de informare și conștientizare
- Consiliere în dezvoltarea sectorului economiei sociale
- Identificare de piețe de desfacere pentru întreprinderile sociale
- Consultanță în anteprenoriat social

În prezent, cum apreciați resursele disponibile pentru susținerea economiei sociale, inclusiv pentru înființarea de întreprinderi sociale?

- suficiente
- insuficiente
- nu știu/ nu pot aprecia

Vă rugăm să vă exprimați opinia cu privire la beneficiile formării profesionale în domeniul economiei sociale?

- Dobândirea de competențe pentru elaborarea unui plan de afaceri
- Acces la metode alternative moderne de formare profesională continuă în domeniul economiei sociale
- Îmbunătățirea nivelului de competențe în domeniul economiei sociale
- Dezvoltarea de competențe utile în plan personal (comunicare, munca în echipă)
- Îmbunătățirea relațiilor cu grupurile vulnerabile
- Valorificarea certificării obținute prin înființarea și operationalizarea unei întreprinderi sociale

Pentru întreprinderile sociale care sunt recunoscute (au un atestat de economie socială), se pot obține o serie de facilități. Din câte știți dvs, care din următoarele facilități pot fi obținute?

- Reduceri de taxe și impozite
- Fonduri europene





- Sediul gratuit (de la autoritățile locale)
- Consultanța antreprenorială gratuită
- Promovare gratuită
- Cursuri gratuite pentru angajați

Dintre facilitățile cunoscute de care ați beneficiat în cadrul întreprinderii dvs?

- Reduceri de taxe și impozite
- Fonduri europene
- Sediul gratuit (de la autoritățile locale)
- Consultanța antreprenorială gratuită
- Promovare gratuită
- Cursuri gratuite pentru angajați

În ce măsură considerați că aveți nevoie de următoarele acțiuni de sprijinire a întreprinderii sociale pe care ați intenționa să o înființați/ ați înființat-o?

	în foarte mare măsură	în mare măsură	într-o oarecare măsură	în mică măsură	în foarte mică măsură
Crearea și consolidarea de parteneriate cu actorii relevanți de pe piața forței de muncă, din sistemul de învățământ/de asistență medicală/de asistență socială/servicii de ocupare sau din administrația locală/centrală, în vederea creșterii implicării în furnizarea de servicii pentru grupurile vulnerabile					
Crearea unor rețele de sprijin și stabilirea de parteneriate, în vederea diseminării de bune practici și informații, precum și activități de consolidare a capacității și transferul de know-how cu alte comunități					
Dezvoltarea instrumentelor pentru o mai bună cunoaștere a sectorului și					



îmbunătățirea vizibilității economiei sociale - inclusiv inițiative de promovare a mărcii sociale și de conștientizare a formelor specifice de acțiune ale economiei sociale.					
Crearea și consolidarea de parteneriate cu actorii relevanți de pe piața forței de muncă, din sistemul de învățământ/de asistență medicală/de asistență socială/servicii de ocupare sau din administrația locală/centrală, în vederea creșterii implicării în furnizarea de servicii pentru grupurile vulnerabile					
Crearea unor rețele de sprijin și stabilirea de parteneriate, în vedere diseminării de bune practici și informații, precum și activități de consolidare a capacității și transferul de know-how cu alte comunități					
Dezvoltarea instrumentelor pentru o mai bună cunoaștere a sectorului și îmbunătățirea vizibilității economiei sociale - inclusiv inițiative de promovare a mărcii sociale și de conștientizare a formelor specifice de acțiune ale economiei sociale.					

În ce măsură aveți nevoie de aplicarea unor măsuri de monitorizare a întreprinderii sociale pe care vizați să o înființați/ ați înființat-o?

- în foarte mare măsură
- în mare măsură
- într-o oarecare măsură
- în mică măsură
- în foarte mică măsură



SEX

- Barbat
- Femeie
- Altele:

VARSTA (în ani împliniți)

ETNIA

- Roman
- Maghiar
- Rrom / Tigan
- Altele:

ȘCOALĂ

- Fără școală
- Școală primară (4 clase)
- Gimnaziu
- Șc. de ucenici / Șc. profesională / Școală de meserii
- Liceul (12 clase, bacalaureat)
- Școală postliceală
- Studii universitare (colegiu / facultate)
- Studii postuniversitare (master, doctorat, aprofundate)
- Altele:

Care e OCUPAȚIA Dvs. în momentul de față?

Care din următoarele situații se potrivește cel mai bine situației Dvs. de acum sub aspect profesional?





- Angajat cu norma întreagă
- Angajat cu norma parțială
- Elev / Student
- Casnic(ă)
- Șomer
- Pensionar
- Altele:





Bibliografie

- Documentare electronică
 - www.accelerator.alaturidevoi.ro
 - www.alaturidevoi.ro
 - www.eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A52021DC0778
 - www.insse.ro
 - www.anofm.ro
 - www.ec.europa.eu/info/departments/eurostat-european-statistics_ro
 - www.ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=7996&furtherPubs=yes
 - www.ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1537&langId=ro
 - www.romania.representation.ec.europa.eu/news/raportul-eurostat-prezinta-progresele-inregistrate-de-ue-ceea-ce-priveste-obiectivele-de-dezvoltare-2023-05-25_ro
 - www.gemconsortium.org
- Balanța forței de muncă 2023 – Institutul Național de Statistică
- Proiectul de raport comun privind ocuparea forței de muncă din 2023, astfel cum a fost finalizat de Comitetul pentru ocuparea forței de muncă și Comitetul pentru protecție socială în cadrul reuniunii lor comune din 27 ianuarie 2023.
- Barometrul economiei sociale din România – 2022
- Articol ”Factors influencing social entrepreneurship intentions in Romania”, autori Anica Iancu, Luminita Popescu, Virgil Popescu – 2019
- Social enterprises and their ecosystems in Europe – Country report – Romania, autori Mihaela Lambriu, Claudia Petrescu
- Starea economică și socială a României – Date statistice - Institutul Național de Statistică





Titlul proiectului: "PRO RURAL - Consolidarea coeziunii economice și sociale în Regiunile Centru și Nord-Vest"

Proiect finanțat de Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
Axa Prioritară 6 REACT EU

Componenta 1 Sprijin pentru înființarea de întreprinderi sociale în mediul rural

Operațiunea Măsuri de investiții și relansare economică prin antreprenariat pentru limitarea efectelor pandemiei COVID-19

Schema de ajutor de stat Sprijin pentru înființarea de întreprinderi sociale în mediul rural.

Data publicării: 2023

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Uniunii Europene.

