

ANTREPRENOR ÎN ECONOMIA SOCIALĂ

CONCEPTUL DE ECONOMIE SOCIALĂ
CONCEPTUL DE ANTREPRENOR SOCIAL
OBIECTIVE ANTREPRENORIALE
ECONOMICE ȘI SOCIALE
ETAPELE ÎNFIINȚĂRII UNEI
ÎNTRERINDERI SOCIALE



Antreprenoriat & proces antreprenorial

Antreprenoriatul - procesul prin care întreprinzătorii creează valoare economică, prin alocarea timpului și efortului necesar, cu asumarea riscurilor financiare, psihice și sociale, în vederea obținerii unor recompense financiare sau morale și a satisfacției personale.

- *Antreprenor/întreprinzător* – persoana.
- *Procesul antreprenorial* - activitatea desfășurată de aceasta.

Antreprenoriat & proces antreprenorial

- Nu este atât de important ca antreprenorul să posedă competențe în toate domeniile, ci mai degrabă să-și creeze o echipă puternică și să se concentreze pe dezvoltarea afacerii oferind recomandări și idei pentru implementarea proiectului său.
- Activitatea antreprenorială implică inovare în cele mai variate forme: ca mod de identificare și abordare a nevoilor pieței, ca mod de mobilizare și utilizare a resurselor, ca mod de servire a clienților, de obținere a produselor/serviciilor și de satisfacere a nevoilor pieței.

Etapele procesului antreprenorial

Identificarea și evaluarea oportunităților - se poate realiza în mod intuitiv sau în manieră științifică, cercetând tipurile cunoscute de oportunități, dintre care unele pot fi accesibile întreprinzătorului care se lansează într-un proces antreprenorial.

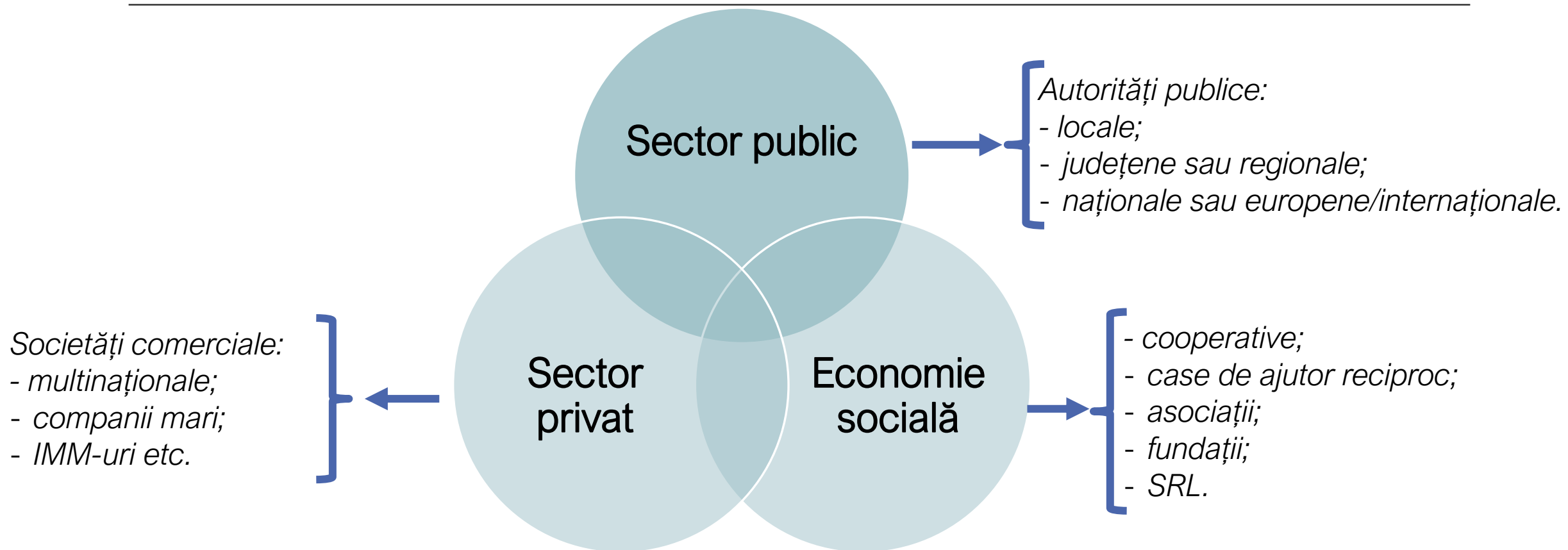
Asigurarea resurselor necesare - se realizează prin combinarea resurselor din surse proprii, atrase și împrumutate, ținând cont de costurile fiecărei surse și de nevoile afacerii.

Elaborarea planului de afaceri - unul dintre cele mai des întrebuințate instrumente antreprenoriale, util atât pentru planificarea afacerii cât și pentru atragerea de finanțare din surse externe.

Înființarea firmei - se alege forma de organizare /tipul de societate și se înființează conform legilor în vigoare

Asigurarea managementului - conducerea de tip antreprenorial, specifică unei companii la început de drum

Economia socială



Economia socială

- Reprezintă o *alternativă la modelul economic tradițional*, prin promovarea unui echilibru între obiectivele economice și cele sociale.
- *Sector economic* ce reunește organizații și întreprinderi care au ca scop principal **crearea de valoare socială și impact pozitiv asupra societății**, în loc de maximizarea profitului financiar.
- *Contribuie la crearea unui impact pozitiv și durabil în societate*, fiind un instrument important pentru combaterea inegalităților și promovarea solidarității și sustenabilității.

Economia socială: caracteristici & rol

Caracteristici cheie ale economiei sociale



- ☐ Scop social prioritar
- ☐ Activitate economică sustenabilă
- ☐ Guvernanță democratică și participativă
- ☐ Reinvestirea profiturilor

Rolul economiei sociale



- ☐ Crearea de locuri de muncă
- ☐ Incluziune socială și echitate
- ☐ Dezvoltare sustenabilă
- ☐ Sprijin comunitar

Economia socială vs. economia tradițională

Nr. crt.		Economia tradițională	Economia socială
1	Scopul principal	Maximizarea profitului	Rezolvarea unei probleme sociale
2	Poziția beneficiilor sociale	Secundare	centrale
3	Proveniența principală a resurselor financiare	Valorificarea bunurilor/serviciilor prestate	Activități economice, donații sponsorizări
4	Rolul banilor	Scop în sine	Instrument
5	Forma de organizare	Organizație economică (SRL, SA)	Variabilă în funcție de scopul urmărit (ex. cooperativă, SRL)

Economia socială – principale dimensiuni

1. Dimensiunea socială

Misiune socială: organizațiile din economia socială au ca principal scop rezolvarea problemelor sociale, reducerea inegalităților și îmbunătățirea calității vieții comunităților.

Incluziune socială: urmăresc crearea de oportunități pentru persoanele vulnerabile sau marginalizate, precum și pe promovarea echității și solidarității în comunități.

Impact comunitar: Organizațiile își desfășoară activitatea cu scopul de a sprijini comunitățile locale și de a crea schimbări pozitive și durabile.

Economia socială – principale dimensiuni

2. Dimensiunea economică

Sustenabilitate financiară: organizațiile din economia socială sunt implicate în activități economice care generează venituri, însă acestea sunt reinvestite în activități sociale sau de mediu, nu distribuite pentru câștig personal.

Autofinanțare: deși urmăresc un scop social, trebuie să fie capabile să se autofinanțeze prin activități economice, asigurând continuitatea proiectelor și inițiativelor sociale.

Activități economice diverse: organizațiile sunt active în diferite sectoare economice (agricultura, educația, serviciile sociale, mediul sau reciclarea).

Economia socială – principale dimensiuni

3. Dimensiunea democratică și participativă

Guvernanță democratică: organizațiile din economia socială adoptă modele de guvernanță participativă, în care membrii, angajații sau beneficiarii au un cuvânt de spus în procesul decizional. Deciziile sunt luate pe baza principiilor de egalitate și transparență.

Control colectiv: întreprinderile sociale sunt deținute și controlate de membrii lor sau de comunitatea deservită, asigurând astfel că deciziile sunt luate în interesul comun, nu în interesul unui grup restrâns de acționari.

Economia socială – principale dimensiuni

4. Dimensiunea de mediu

Sustenabilitate ecologică: se concentrează pe protejarea mediului și implementarea unor practici sustenabile (economia circulară, utilizarea energiei regenerabile sau conservarea resurselor naturale).

Responsabilitate față de mediu: economia socială include organizații care promovează soluții de reducere a impactului negativ asupra mediului și de gestionare responsabilă a resurselor.

Economia socială – principale dimensiuni

5. Dimensiunea culturală și educațională

Promovarea educației și a culturii: organizațiile din economia socială se angajează în activități de educație, formare profesională și cultură, contribuind la dezvoltarea personală și profesională a indivizilor, precum și la păstrarea patrimoniului cultural.

Educație antreprenorială și inovare socială: sprijinirea formării antreprenoriale și încurajarea inovației sociale sunt esențiale pentru crearea de soluții noi la problemele sociale.

Economia socială – principale dimensiuni

6. Dimensiunea legislativă și instituțională

Cadrul legal: În multe țări, economia socială este reglementată prin legislație specifică, care recunoaște și sprijină aceste organizații.

Recunoaștere și sprijin instituțional: Guvernele și instituțiile internaționale oferă sprijin pentru dezvoltarea economiei sociale, prin finanțări, parteneriate sau facilități fiscale.

Economia socială – principale dimensiuni

7. Dimensiunea colaborativă și de rețea

Parteneriate și colaborare: Organizațiile din economia socială lucrează frecvent în parteneriat cu sectorul public și cel privat, precum și cu alte organizații similare, pentru a maximiza impactul și a răspunde mai eficient nevoilor comunității.

Networking: Crearea de rețele și colaborări între diferitele organizații ale economiei sociale este esențială pentru schimbul de bune practici, resurse și inovații.

Principii și valori ale economiei sociale

- ❑ Supremația participării actorilor sociali, a persoanei și a obiectivelor sociale asupra capitalului;
- ❑ Apărarea și aplicarea principiului solidarității și al responsabilității;
- ❑ Comuniunea între interesele membrilor utilizatori și interesul general;
- ❑ Controlul democratic exercitat de membrii organizației/întreprinderii;
- ❑ Adeziunea voluntară și deschisă;
- ❑ Autonomia de gestiune și independența față de autoritățile publice;
- ❑ Alocarea celei mai mari părți a excedentului pentru atingerea obiectivelor de dezvoltare durabilă și de furnizare de servicii membrilor în conformitate cu interesul general.

Economia socială în România

□ Legea nr. 219/2015 privind economia socială:

„Economia socială - ansamblul activităților private cu caracter economic și social, al căror scop este să servească interesul general, interesele unei colectivități și/sau interesele personale nepatrimoniale, prin creșterea gradului de ocupare a persoanelor aparținând grupului vulnerabil și/sau producerea și furnizarea de bunuri, prestarea de servicii și/sau execuția de lucrări.”

Economia socială în România

Criterii specifice pentru ca o organizație să fie recunoscută ca întreprindere socială

- ☐ este o entitate juridică privată (independentă de puterea publică);
- ☐ acordă prioritate obiectivelor sociale și individuale, mai degrabă decât maximizării profitului;
- ☐ dă dovadă de solidaritate și responsabilitate colectivă;
- ☐ interesul membrilor, interesul public și/sau interesul comunității sunt convergente;
- ☐ are o guvernanță democratică;
- ☐ este o asociație voluntară și liberă;
- ☐ alocă cea mai mare parte a profiturilor sale pentru susținerea scopului social și a rezervei statutare (90% din profituri ar trebui să fie alocate scopului social și blocării activelor; doar 10% pot fi redistribuite membrilor);
- ☐ în cazul în care întreprinderea își încetează activitatea, activele sale trebuie să fie distribuite altor întreprinderi sociale similare;
- ☐ aplică principiul echității sociale în cazul angajaților, asigurând niveluri de salarizare echitabile. Raportul dintre cel mai mic salariu și cel mai mare nu poate depăși 1 la 8.

Domeniile principale în care își desfășoară activitatea întreprinderile sociale atestate din România:

- Alte activități recreative și distractive
- Prelucrarea și conservarea fructelor și legumelor;
- Alte activități referitoare la sănătatea umană;
- Facilități de cazare pentru vacanțe și perioade de scurtă durată;
- Restaurante;
- Lucrări de construcții a clădirilor rezidențiale și nerezidențiale;
- Întreținerea și repararea autovehiculelor;
- Fabricarea pâinii, fabricarea prăjiturilor și a produselor proaspete de patiserie;
- Croitorie;
- Tipografie, legatorie, decorațiuni interioare;
- Bunăstare socială sau personală;
- Altele

Activități sociale desfășurate în întreprinderile sociale atestate din România:

- sprijinirea în vederea integrării socioprofesionale a persoanelor aflate în dificultate, persoane cu dizabilități, persoane care provin din centrele de plasament, fără pregătire profesională;
- îngrijirea socio-medicală a persoanelor vârstnice care se confruntă cu deprivare materială severă;
- creșterea nivelului de competențe în rândul populației rurale și a forței de muncă în general, pentru a susține performanța, integrarea, profesionalizarea, dezvoltarea personală sau la nivel de comunitate;
- servicii de informare și consiliere, organizarea de întâlniri, de șezători pentru reînvierea artei populare;
- conservarea mediului înconjurător și schimbarea climatică;
- organizarea de sesiuni de educație și consiliere financiară dedicate persoanelor vârstnice;
- organizarea de activități recreative și de socializare pentru persoane vârstnice;
- donații de haine, încălțăminte, veselă și mobilă persoanelor și familiilor nevoiașе, animație socio-educativă în centrele de plasament;
- colectarea deșeurilor nepericuloase;
- activități specifice de protecție a mediului: împăduriri, curățire de pajiști și pășuni cu persoane fizice și juridice și lucrări de degajare, plantare, replantare, transplantare, rărire și conservare a pădurilor, întreținerea semințișurilor și a plantațiilor forestiere, conservarea mediului înconjurător, educație civică și ocupare a persoanelor marginalizate social, cel puțin ca zilieri;

Întreprinzător și antreprenor social

Dimensiunile majore ale întreprinzătorului

Creativă

- Inovează tehnic, comercial, financiar, managerial, uman.

Financiară

- Riscă propriile resurse;
- Atrage resursele altora.

Acțională

- Induce schimbarea;
- Realizează schimbarea.

Psihologică

- Încredere în sine, luptător, rezistent la efort și presiuni, încredere în viitor.

Antreprenor social – elemente specifice

- a) obiectivele principale, inițiativele și munca sa nu se rezumă numai la cele economice, ci sunt și de natură socială, referindu-se la aspecte sociale individuale, sociale de grup, ecologice etc.;
- b) sensibilitate și deschidere față de problemele sociale ale oamenilor și comunităților;
- c) capacitatea de a comunica și acționa cu persoane sau grupuri de persoane care se confruntă și care se preocupă de rezolvarea unor probleme umane speciale.

Profilul întreprinzătorului (calități profesionale, morale și personale)

❖ Calitățile necesare unui antreprenor de succes:

✓ Viziune ✓ Inteligență și creativitate ✓ Cunoașterea domeniului de activitate / capacitatea de a se documenta ✓ Perseverență și determinare ✓ Charismă și persuasiune ✓ Responsabilitate ✓ Decision-maker (să fie o persoană care ia decizii rapid și eficient)	✓ Problem-solver (să găsească soluții acolo unde sunt probleme) ✓ Fler antreprenorial (simț/intuiție) ✓ Gândire/ atitudine pozitivă ✓ Pasiune pentru propria afacere ✓ Etica personală ✓ Încrederea în sine și în oameni
---	--

Profilul întreprinzătorului (calități profesionale, morale și personale)

❖ Principalele caracteristici ale antreprenorilor:

✓ Determinare și perseverență (ambiiie, insistenta)	✓ Încredere în sine și optimism
✓ Competitivitate (dorița de a câștiga)	✓ Clarviziune/ orientare spre viitor (perceptiv și capabil sa previzioneze)
✓ Capacitate de asumare a riscului	✓ Creativitate și spirit de inovație.
✓ Deschis la sugestii și chiar la critici (în căutarea feedback-ului)	✓ Independență (dorița de a fi propriul stăpân)
✓ Rezolvarea problemelor persistente	✓ Lucru în echipă
✓ Inițiativă și responsabilitate	✓ Abilități manageriale (organizare, planificare și monitorizare)
✓ Orientare spre oportunități	✓ Putere de munca / energic
✓ Orientarea spre rezultate (profit)	✓ Flexibilitate
✓ Toleranță pentru eșec	✓ Abilități de lider
✓ Orientarea spre eficiență și calitate	✓ Spirit de observație

Profilul întreprinzătorului (calități profesionale, morale și personale)

❖ Caracteristici impropriei întreprinzătorilor de succes:

✓ Lăcomia	✓ Neîncrederea în oameni
✓ Necinstea	✓ Necunoașterea domeniului și a mediului de afaceri pot duce la faliment
✓ Acțiunile pripite	

❖ Caracteristici irelevante pentru succesul în afaceri:

✓ Vârsta	✓ Nivelul de educație
✓ Sexul	✓ Religia
✓ Starea civilă	✓ Orientarea sexuala

Profilul întreprinzătorului (calități profesionale, morale și personale)

❖ **Responsabilitatea:** orice antreprenor trebuie să cunoască faptul că, odată ce își deschide o afacere, va fi responsabil pentru multe aspecte, în special pentru remunerarea la timp a angajaților, achitarea datoriilor față de partenerii de afaceri, livrarea produselor în termenele stabilite etc.

De aceea, o persoană care nu-și poate asuma responsabilități și nu este în stare să îndeplinească ceea ce și-a propus, nu are ce căuta în mediul de afaceri.

❖ **Spiritul de observație:** această calitate are un rol important în activitatea unui antreprenor, deoarece posedând un spirit bun de observație, întreprinzătorul se va orienta spre noi perspective, va căuta noi piețe de desfacere, va afla dacă clienții săi sunt sau nu mulțumiți de produsele sau serviciile pe care le prestează firma.

De asemenea, prin observație și analiză, antreprenorul va fi mai bine informat astfel încât să își dezvolte afacerea și să-și întărească poziția pe piață.

Profilul întreprinzătorului (calități profesionale, morale și personale)

❖ **Perseverența:** această calitate este una dintre cele care stau la baza obținerii succesului. A fi antreprenor și a deține funcția de director al unei companii, nu înseamnă în niciun caz liniște și relaxare.

Pentru a-și atinge obiectivele, un antreprenor trebuie să dea dovadă de determinare și sârguință, deoarece uneori afacerea poate atârna de un fir de ață și se poate baza doar pe întreprinzător și munca sa.

❖ **Creativitatea și inovația:** ar fi bine ca fiecare întreprinzător să vină pe piață cu produse noi sau servicii diferite de cele existente, pentru a oferi clienților cât mai multe bunuri utile cu adevărat sau servicii care să le ușureze și să le îmbunătățească traiul.

Creativitatea și inovația sunt calități fără de care nu se știe dacă un antreprenor ar avea succes și acestea fie se moștenesc, fie se pot obține în timp prin experimentare și educare.

Profilul întreprinzătorului (calități profesionale, morale și personale)

❖ **Ambiția:** este o calitate absolut necesară celor care hotărăsc să se lanseze în afaceri.

Aceasta îl va motiva pe un antreprenor care se află în impas și îl va determina să meargă mai departe pentru a obține succesul mult dorit și îl va ajuta să treacă cu brio de problemele ce apar pe parcursul dezvoltării afacerii.

❖ **Insistența:** pentru a deveni un antreprenor de succes, fiecare va trebui să fie în anumite momente destul de insistent.

Aceasta înseamnă că antreprenorul va face tot posibilul pentru a obține rezultatele de care are nevoie.

El va insista ca sarcinile să fie realizate într-un anumit termen, va urmări întreg procesul de lucru, se va asigura că totul decurge conform planului, iar în final va verifica neapărat rezultatele obținute.

Profilul întreprinzătorului (calități profesionale, morale și personale)

- ❖ **Optimismul și încrederea în sine:** chiar dacă dezvoltarea unei afaceri presupune foarte multe dificultăți și probleme, antreprenorul este persoana care ar trebui să aibă încredere permanentă în forțele proprii și să fie convins că în final, prin perseverență, va ajunge să se bucure de succes.
- ❖ **Orientarea spre eficiență și calitate:** fără calitate, nu este posibilă construirea unei baze de clienți loiali, iar fără eficiență, întreprinderea ar putea ajunge la faliment, de aceea antreprenorul are sarcina de a livra clienților produse calitative și servicii prestate la cel mai înalt nivel, și toate acestea cu costuri cât mai reduse.

Profilul întreprinzătorului (calități profesionale, morale și personale)

❖ **Persuasivitate:** o calitate absolut indispensabilă unui antreprenor care dorește să-și atingă toate scopurile.

Antreprenorul se va folosi de abilitățile sale de convingere atunci când va cere un credit bancar sau când va convinge investitorii că afacerea sa are perspective și trebuie finanțată.

De asemenea, având astfel de abilități, unui antreprenor îi va fi ușor să angajeze cei mai buni lucrători, să-și găsească și să beneficieze în permanență de suport din partea partenerilor.

❖ **Cât mai multă energie:** în cele mai multe cazuri, antreprenorii îndeplinesc o muncă colosală, iar acest lucru presupune un consum enorm de energie și un nivel ridicat de stres, și de aceea ei ar trebui să-și asigure un regim alimentar corect, sport și relaxare pe măsură.

Profilul întreprinzătorului (calități profesionale, morale și personale)

❖ **Planificarea și monitorizarea sistematică:** antreprenorii sunt cei care de obicei întocmesc un plan pe termen lung, apoi îl divizează în sarcini mai mici pe o anumită perioadă de timp.

Ulterior nu uită să monitorizeze activitățile angajaților pentru a afla cum decurge procesul de implementare și realizarea obiectivelor.

Numeroase studii au scos în evidență că cele mai bune performanțe se înregistrează în companii în care se face o monitorizare continuă a activităților/performanțelor.

Motivațiile și riscurile antreprenorilor

Motivație
De ce facem afaceri?



- Oportunitatea de a câștiga mai bine (financiar);
- Oportunitatea de a fi propriul stăpân;
- Oportunitatea de a face ce-ți place;
- Oportunitatea de a lucra cu diferiți oameni pe care poți să-i selectezi;
- Oportunitatea de a avea un program flexibil;
- Oportunitatea de a-ți manifesta liber inițiativa;
- Oportunitatea de a dezvolta ceva util pentru societate etc.;
- Oportunitatea de a face ceva nou (de a renunța la a mai face ce ai făcut până în prezent, mai ales dacă nu te mai regăsești în acea activitate);
- Lipsa sau pierderea locului de muncă;
- Dorința de succes;
- Dorința de afirmare personală și profesională.

Motivațiile și riscurile antreprenorilor

Riscurile ce trebuie asumate și depășite de întreprinzători

- ✓ **Sacrificiul personal**, anume provocările fizice și emoționale asociate pornirii unei afaceri care nu trebuie subestimate.

Pornirea unei afaceri este un demers care poate schimba radical viața și care necesită investiții consistente de timp, bani și energie mentală și chiar fizică.

Raportul dintre timpul liber (disponibil pentru familie, odihnă, distracție etc.) și timpul alocat afacerii/muncii se modifică de cele mai multe ori în mod radical și vei avea nevoie de un bun management al timpului pentru a face față provocărilor.

Nivelul ridicat de stres acumulat după ce se face pasul către antreprenoriat poate afecta și starea de sănătate a antreprenorului, motiv pentru care este recomandat să-și dezvolte abilitați de management al stresului și să nu negligeze eventuale semne ce pot indica o problemă de sănătate.

Motivațiile și riscurile antreprenorilor

Riscurile ce trebuie asumate și depășite de întreprinzători

- ✓ **Instabilitatea financiară:** în funcție de modul în care este finanțată afacerea, există posibilitatea ca situația financiară a antreprenorului să devină precară și acest lucru îl poate afecta negativ atât pe acesta, cât și pe familia sa.

Dacă afacerea este finanțată în principal din surse proprii, se poate întâmpla să apară blocaje financiare, poate fi nevoie de investirea economiilor personale sau chiar folosirea unor bunuri/proprietăți ale familiei ca garanție (casa/mașina) sau altele (bunuri care, uneori, se pot pierde).

Pot apărea cheltuieli neprevăzute și antreprenorul va investi mult timp și bani până va redresa financiar afacerea și până va reveni pe profit și își va recupera investițiile.

Motivațiile și riscurile antreprenorilor

Riscurile ce trebuie asumate și depășite de întreprinzători

- ✓ **Pierderea beneficiilor unui job permanent:** în cazul renunțării la o slujbă stabilă și bine plătită, se pierde salariul și beneficiile adiacente ale actualului job (mașina de serviciu, telefonul mobil, pensia privată, concediu medical plătit, concediu de odihnă plătit, bonuri de masă, serviciile medicale, abonamentul la sală etc.).

Pe lângă pierderea acestor beneficii, vor trebui suportate cheltuielile asociate plății salariilor și taxelor pentru oamenii care vor lucra în firmă.

Dacă nu se renunță la slujbă și se demarează afacerea proprie în timpul liber, este posibilă pierderea slujbei sau scăderea performanței la serviciu din cauza implicării și motivației mai scăzute, pe fondul consumului de energie din zona de antreprenariat.

Motivațiile și riscurile antreprenorilor

Riscurile ce trebuie asumate și depășite de întreprinzători

- ✓ **Presiune asupra relațiilor apropiate:** va fi nevoie de suportul familiei și al prietenilor, suportul emoțional trebuind dublat și de un suport practic, aspect care trebuie discutat în prealabil. Atât familia cât și prietenii apropiați trebuie să fie conștienți de efectele lansării unei noi afaceri, fiind esențial ca aceștia să te sprijine.

Programul de lucru se va modifica și odată cu el și relațiile cu familia și prietenii.

Sfera de contacte se extinde și va exista riscul neglijării familiei și prietenilor.

Trebuie găsit un echilibru și trebuie să se țină cont de semnalele de nemulțumire din partea familiei și/sau prietenilor (însă fără a fi „deraiat” de la obiectivele antreprenoriale, ci mai degrabă încercând câștigarea sprijinului acestora).

Motivațiile și riscurile antreprenorilor

Riscurile ce trebuie asumate și depășite de întreprinzători

- ✓ **Posibila izolare:** întreprinzătorul poate fi atât de absorbit de noul său proiect antreprenorial încât să piardă contactul cu realitatea imediată (să fii propriul tău șef și proprietar de afacere este o experiență care, împreună cu dorința de reușită, va motiva puternic, însă trebuie evitat riscul de izolare - a purta întreaga responsabilitate a succesului sau insuccesului pe umeri poate duce la izolarea de ceilalți).

Motivațiile și riscurile antreprenorilor

Riscurile ce trebuie asumate și depășite de întreprinzători



Atașarea emoțională și pierderea obiectivității și capacității de asumare a eșecului: atașarea emoțională față de afacere și de oamenii implicați în ea (oameni recrutați și „crescuți” de antreprenor) poate duce la lupta din răspuțeri cu dificultățile și la acceptarea cu mare greutate a eșecului în cazul în care afacerea nu se confirmă sau crește mult mai greu și cu eforturi/riscuri mult mai mari decât cele anticipate.

Este recomandat ajutorul familiei și prietenilor în astfel de cazuri și o evaluare obiectivă a șanselor de reușită , iar dacă șansele sunt foarte mici și riscurile foarte mari, este de preferat asumarea eșecului/pierderilor, considerând experiența ca pe o lecție de viață și continuarea drumului mai departe (eșecul nu trebuie să inhibe dorința de a mai încerca lansarea de noi afaceri).

Rata „mortalității” în rândul afacerilor de tip start-up este foarte mare, statistica arătând ca un sfert din firmele înființate dau faliment în primul an de existență, iar după patru ani se ajunge la trei sferturi.

Motivațiile și riscurile antreprenorilor

Cum se pot minimiza / evita riscurile?

- Prin socializare, prin păstrarea rețelei de contacte existente și prin extinderea ei (socializarea este esențială nu numai pentru dezvoltarea afacerii, ci și pentru menținerea unei stări de spirit pozitive).
- Contactarea foștilor colegi de școală/serviciu, este posibil să poată ajuta în caz de nevoie (părerea avizată a unui prieten se poate dovedi foarte utilă).
- Înscrierea în asociațiile profesionale și de suport pentru antreprenori cât și în cele din domeniul de activitate al afacerii (oferă resurse utile cât și noi contacte pentru networking).
- Solicitarea de informații de la cei care au deja o afacere despre provocările pe care le-au înfruntat (discuții cu cât mai mulți antreprenori despre eșecurile cât și succesele lor).

Competențele antreprenorului

- **Un brand personal puternic (o imagine bună /percepție pozitivă asupra întreprinzătorului).**

În cazul micilor afaceri, afacerea este oglinda antreprenorului, nu compania, ideea, proiectele sau produsele sale.

Acest brand se va întrepătrunde la început cu brandul companiei și va reflecta modul în care antreprenorul este perceput de cei din jur (de clienți potențiali, de parteneri, de autoritățile locale etc.).

Antreprenorii de succes sunt vizibili și comunică în permanență valorile propriului brand și elementele care îi diferențiază, iar clienții lor asociază compania cu imaginea persoanei care o reprezintă.

Competențele antreprenorului

- **Abilități de comunicare excelente (inclusiv de reprezentare și vorbit în public).**

Abilitățile de comunicare sunt esențiale pentru orice antreprenor, deoarece este imperios necesară comunicarea cu echipa, cu partenerii de afaceri, cu clienții, cu investitorii și cu alte categorii de public.

Succesul depinde în mare măsură de abilitatea de a comunica eficient, de exprimare a ideilor în mod clar și concis.

Abilitatea de a vorbi în public va aduce credibilitate și va câștiga încrederea audienței, va ajuta la convingere și la transmiterea mesajelor cu impact.

Competențele antreprenorului

■ **Abilități motivatoare / inspiraționale / de antrenare.**

Pe lângă abilitățile de comunicare, antreprenorul trebuie să aibă și abilități de lider.

Antrenarea echipei în dezvoltarea afacerii depinde de capacitatea antreprenorului de a transmite încredere în viziunea sa și de a motiva oamenii să pună umărul la succesul afacerii (să se simtă ca în familie și să se bucure de oportunitățile de dezvoltare personală și profesională ce vor rezulta din dezvoltarea afacerii).

Un lider credibil dă dovadă de viziune, capacitate de asumare a riscurilor și a responsabilității pentru deciziile luate dar și abilități de gestionare a conflictelor și a situațiilor de criză.

Competențele antreprenorului

- **Abilitați tranzacționale (de a vinde / negocia / contracta).**

Orice antreprenor este un om de vânzări și este pus zi de zi în situația de a vinde, ca de exemplu să își vândă abilitățile de leadership și viziunea în fața echipei, produsele sau serviciile clienților, ideea investitorilor și potențialilor parteneri.

Competențele antreprenorului

- **Abilitați de administrare și organizare (cunoștințe de management al proiectelor).**

La început orice start-up este un proiect, iar competențele de management al proiectelor vor ajuta la conducerea propriei echipe în mod eficient pentru atinge obiectivele prestabilite.

Un antreprenor care este un bun manager de proiect va ști să gestioneze resursele limitate de care dispune (timp, oameni și bani) pentru a-și atinge scopul.

De asemenea, un bun manager de proiect știe să stabilească o succesiune clară a activităților către trebuie desfășurate și să le aloce echipei în funcție de competențele acesteia, estimează corect timpul și costul acestor activități și monitorizează în permanență execuția sarcinilor, ceea ce îi va permite să gestioneze eficient evenimentele neprevăzute care vor apărea.

Competențele antreprenorului

■ **Management eficient al timpului.**

Majoritatea antreprenorilor sunt oameni foarte ocupați, renumiți pentru orele lungi petrecute la birou și weekend-urile lucrătoare.

Realitatea este însă că și ei, la fel ca și celelalte persoane, au același număr de ore zilnic pe care trebuie să învețe să le aloce eficient pentru a duce la capăt tot ceea ce își propun și a construi o organizație sustenabilă pe termen lung.

Un management eficient al timpului este esențial pentru succesul unui antreprenor.

Competențele antreprenorului

- **Orientarea către soluții / rezultate.**

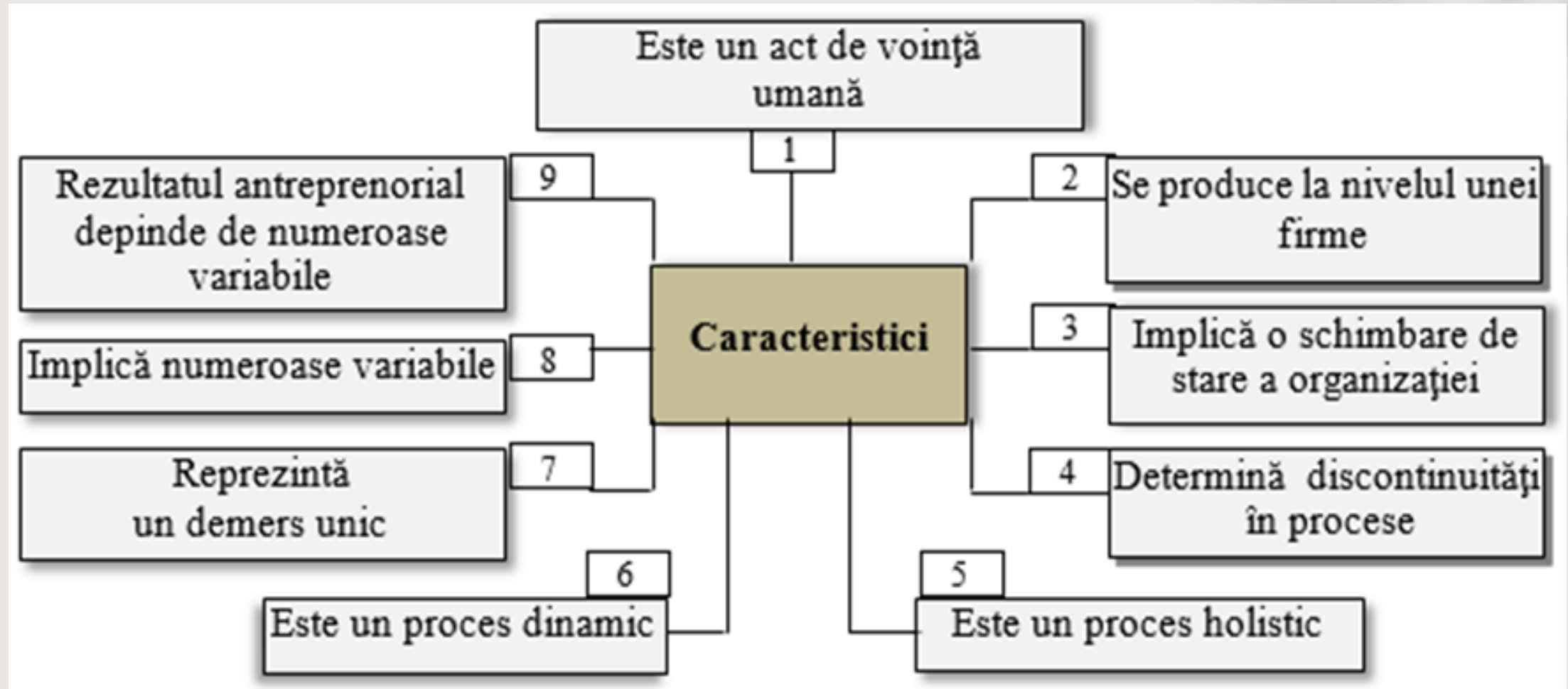
Capacitatea de a vedea soluții și oportunități de profit acolo unde majoritatea oamenilor văd doar probleme este des întâlnită printre antreprenori.

Aceștia au de obicei un simț practic ce le permite să observe probleme/nevoi neacoperite, să găsească soluții și să le monetizeze.

Principalele domenii de competență necesare

- ✓ **Managementul financiar** (o bună înțelegere a planificării fluxului financiar, a administrării creditelor și menținerii unei relații bune cu banca și cu contabilul)
- ✓ **Dezvoltarea produsului afacerii** (abilitatea de a-ți planifica pe termen lung dezvoltarea produsului afacerii prin identificarea persoanelor/furnizorilor, materialelor și activităților sau proceselor necesare, în strânsă concordanță cu nevoile clienților și cu concurență)
- ✓ **Managementul resurselor umane** (abilitatea de a gestiona recrutarea și formarea profesională, de a rezolva disputele și de a motiva angajații)
- ✓ **Planificarea afacerii** (abilitatea de a evalua oportunitățile și amenințările, punctele tari și slabe ale afacerii, de a anticipa evoluția pieței și de a planifica în consecință)
- ✓ **Marketing** (abilitatea de a cerceta piața / nevoile clienților și de a promova eficient produsul printr-un mix de marketing optim)
- ✓ **Relația cu furnizorii** (abilitatea de a identifica cei mai potriviți furnizori și de a-ți construi o relație cât mai bună cu aceștia)
- ✓ **Vânzări** (abilitatea de a identifica potențialii consumatori și nevoilor lor și de a le prezenta cu succes bunurile sau serviciile oferite pentru a-i transforma în clienți; fără vânzări afacerea nu poate supraviețui și nu se poate dezvolta).

Principalele caracteristici ale procesului antreprenorial



Obiective antreprenoriale economice și sociale

a) *Problemă socială individuală*, care are în vedere o singură persoană (handicap, boală, loc de muncă etc.).

În acest caz determinarea obiectivului se face de către antreprenor cu consultarea persoanei respective. Amploarea obiectivului este limitată.

b) *Problemă socială de grup și/sau comunitate*, care are în vedere mai multe persoane, o zonă sau o comunitate.

În această situație, determinarea obiectivului social se face pe baza consultării comunității respective, eventual și a administrației locale implicate. Obiectivul este de o amploare mult mai mare, serviciile sau produsele oferite având în vedere un număr mai mare sau mai mic de persoane, iar procesele de muncă implicate sunt mai complexe și de amploare mai mare.

Misiune și viziune

Misiunea organizației:

- Misiunea reprezintă scopul fundamental al organizației și motivele pentru care a fost înființată.
- Ea răspunde la întrebarea "*De ce există organizația?*" și "*Ce face organizația pentru a-și atinge scopul?*"
- Misiunea oferă o explicație clară a ceea ce face organizația și pentru cine face acest lucru. Ea descrie serviciile, produsele sau activitățile principale ale organizației și publicul țintă al acestora.

Viziunea organizației:

- Viziunea reprezintă o imagine a stării dorite sau a direcției viitoare pe care organizația dorește să o atingă.
- Ea răspunde la întrebarea "*Cum vrem să arate organizația noastră în viitor?*"
- Viziunea oferă o imagine ideală a viitorului organizației. Aceasta este o declarație care descrie obiectivele pe termen lung și impactul pe care organizația dorește să îl aibă în lume.

Exemple de misiuni ale întreprinderilor sociale

1. Întreprindere socială în domeniul educației

- „Să oferim resurse educaționale accesibile și de calitate copiilor din comunitățile dezavantajate, contribuind la reducerea inegalităților în educație și la dezvoltarea potențialului lor intelectual și personal.”

2. Întreprindere socială pentru protecția mediului

- „Să dezvoltăm soluții sustenabile pentru reducerea poluării și a deșeurilor, promovând reciclarea și educația ecologică, cu scopul de a proteja mediul pentru generațiile viitoare.”

3. Întreprindere socială pentru integrarea persoanelor cu dizabilități

- „Să creăm oportunități de muncă și formare profesională pentru persoanele cu dizabilități, promovând integrarea acestora în societate și pe piața muncii și susținând drepturile lor fundamentale.”

Exemple de misiuni ale întreprinderilor sociale

4. Întreprindere socială din domeniul sănătății

- „Să oferim servicii medicale accesibile și de înaltă calitate persoanelor din comunități vulnerabile, promovând prevenția și educația pentru sănătate.”

5. Întreprindere socială din domeniul agriculturii sustenabile

- „Să susținem fermierii locali în adoptarea practicilor agricole sustenabile și să asigurăm accesul consumatorilor la alimente sănătoase, produse responsabil.”

6. Întreprindere socială pentru dezvoltarea comunității

- „Să facilităm accesul la locuri de muncă, resurse și educație pentru comunitățile marginalizate, prin proiecte care promovează cooperarea, solidaritatea și dezvoltarea economică locală.”

Exemple de misiuni ale întreprinderilor sociale

7. Întreprindere socială pentru reciclare și economie circulară

- „Să reducem impactul deșeurilor asupra mediului prin colectarea, reciclarea și refolosirea materialelor, contribuind la o economie circulară sustenabilă și educând publicul cu privire la reducerea consumului excesiv.”

8. Întreprindere socială pentru tineri marginalizați

- „Să sprijinim tinerii din comunitățile dezavantajate prin programe de educație și mentorat, oferindu-le abilități profesionale și oportunități de carieră, pentru a-și construi un viitor mai bun.”

Exemple de misiuni ale întreprinderilor sociale

9. Întreprindere socială pentru turism responsabil

- „Să promovăm turismul responsabil, care respectă mediul și cultura locală și să oferim experiențe autentice care contribuie la dezvoltarea sustenabilă a comunității.”

10. Întreprindere socială pentru combaterea sărăciei

- „Să contribuim la reducerea sărăciei prin crearea de locuri de muncă și oferirea de sprijin financiar și formare pentru persoanele din comunitățile defavorizate, ajutându-le să devină autonome și să își îmbunătățească nivelul de trai.”

Caracteristici ale obiectivelor organizației sociale

S

- Specific (**S**pecific) - descrierea concretă a obiectivului propus

M

- Măsurabil (**M**asurable) – cantitate, calitate, oportunitate, cost

A

- Accesibil (**A**chievable) – în concordanță cu resursele disponibile (provocator, dar rezonabil)

R

- Relevant (**R**elevant) - îndeplinirea respectivului obiectiv va avea impact la o scară mai largă

T

- Încadrat in timp (**T**ime bound)– fixarea unui interval sau a unui termen limită pentru îndeplinirea respectivului obiectiv

Caracteristici ale obiectivelor organizației sociale

- Să fie *stimulative*, adică prin conținut, nivel cantitativ, eșalonare în timp etc. să motiveze antreprenorul și pe ceilalți stakeholderi să se implice și să contribuie major la îndeplinirea lor;
- Să fie *mobilizatoare*, în sensul determinării, atât a antreprenorului cât și a celorlalți stakeholderi, la eforturi de autodepășire, de progres, de perfecționare, de obținere de performanțe superioare.

Aplicație obiectiv SMART

Pentru a îmbunătăți situația, în anul 2024 șeful departamentului tractări și-a stabilit următorul obiectiv:

„Reducerea numărului de reclamații cu 15% până la sfârșitul anului.”

- *Cerința 1: Analizați dacă obiectivul este SMART;*
- *Cerința 2: dacă Nu este definit SMART, reformulați-l ca să devină SMART*

„Reducerea numărului de reclamații cu 15% până la sfârșitul anului.”

☐ **S, de la Specific:**

Obiectivul este specific, întrucât se referă la ceva concret, punctual: reducerea numărului de reclamații din partea clienților nemulțumiți de serviciile de tractare;

☐ **M, de la Măsurabil:**

Obiectivul NU este măsurabil întrucât nu a fost specificată referința la care se raportează măsurarea. 15% raportat la ce? 15% din cât? Neavând o bază la care se ne raportăm, nu putem măsura realizarea. Deci, obiectivul NU este măsurabil;

☐ **A, de la Accesibil:**

Din moment ce și l-au propus, probabil ca obiectivul este Accesibil și poate fi realizat;

☐ **R, de la Relevant:**

Obiectivul este relevant întrucât reducerea numărului de reclamații va îmbunătăți serviciile oferite, lucru benefic pentru firmă, angajați și clienți.

☐ **T, de la încadrat în timp (Temporal):**

Formularea „până la sfârșitul anului” NU respectă condiția de temporalitate. Ca să fie temporal trebuiau specificate ziua, luna și anul.

„Reducerea numărului de reclamații cu 15% până la sfârșitul anului.”

Cerința 1:

Obiectivul este Specific, Accesibil și Relevant, dar NU este Măsurabil și Temporal (deci NU este formulat SMART).

Cerința 2:

Reducerea cu 15% a numărului de reclamații comparativ cu 2023, până la 31.12.2024 (baza de calcul 2023 = 130 reclamații).

Obiectivele întreprinderilor sociale

1. Obiective sociale

Incluziune socială: Crearea de locuri de muncă și oportunități pentru persoanele din grupuri vulnerabile (persoane cu dizabilități, persoane marginalizate, șomeri de lungă durată).

Reducerea sărăciei: Implementarea de programe care să ajute persoanele cu venituri mici să obțină acces la resurse, educație sau locuri de muncă.

Îmbunătățirea calității vieții: Promovarea sănătății, educației și bunăstării generale în comunitățile dezavantajate.

Acces la servicii esențiale: Oferirea de servicii educaționale, medicale, sociale sau de locuire la prețuri accesibile pentru persoanele defavorizate.

Obiectivele întreprinderilor sociale

2. Obiective de mediu

Reducerea amprenteii ecologice: Promovarea unor practici sustenabile în producție, transport sau gestionarea resurselor pentru a minimiza impactul asupra mediului.

Reciclare și reutilizare: Crearea unor proiecte bazate pe economia circulară, cum ar fi reciclarea deșeurilor sau reutilizarea resurselor.

Promovarea energiei verzi: Implementarea de proiecte care susțin utilizarea energiei regenerabile și reducerea consumului de energie convențională.

Obiectivele întreprinderilor sociale

3. Obiective economice

Autofinanțare și sustenabilitate financiară: Crearea unui model de afaceri care să genereze venituri suficiente pentru a susține misiunea socială pe termen lung.

Creșterea impactului: Extinderea activității pentru a sprijini un număr mai mare de persoane sau comunități sau pentru a implementa mai multe programe sociale.

Dezvoltarea competențelor antreprenoriale: Sprijinirea dezvoltării abilităților antreprenoriale în cadrul comunităților locale, pentru a facilita auto-susținerea acestora.

Obiectivele întreprinderilor sociale

4. Obiective educaționale și culturale

Educație și formare: Oferirea de programe de formare profesională pentru grupuri vulnerabile sau pentru cei care nu au acces la educație de calitate.

Promovarea culturii și tradițiilor locale: Susținerea unor inițiative care promovează și păstrează patrimoniul cultural și tradițiile comunităților locale.

Promovarea inovației sociale: Dezvoltarea de soluții inovative pentru problemele sociale sau de mediu prin colaborarea cu comunitățile și partenerii locali.

Obiectivele întreprinderilor sociale

5. Obiective comunitare

Consolidarea comunității: Crearea unor proiecte care să implice activ membrii comunității în rezolvarea problemelor locale.

Parteneriate cu sectorul public și privat:
Colaborarea cu alte organizații și instituții pentru a maximiza impactul și a obține resurse suplimentare pentru proiectele sociale.

Exemplu obiective prioritare

Nr.crt.	Tipul obiectivelor		Observații
	Sociale	Economice	
1.	Oferă locuri de muncă pentru persoanele cu handicap	Obține o cifră de afaceri de "x" lei	
2.	Furnizează servicii de asistență la "x" persoane	Furnizează o cantitate de "x" produse	
3.	Desalinizează o suprafață de "x" hectare	Realizează o productivitate a muncii de "x" lei/angajat	
4.	Furnizează o cantitate de "x" produse ecologice de tipul "A"	Obține un profit de "x" lei	

Satisfacțiile activității de antreprenariat social

A. Satisfacții personale

- valorificarea la un nivel superior a calităților și abilităților personale;
- punerea în valoare a informațiilor, cunoștințelor și celorlalte componente ale capitalului intelectual personal;
- valorificarea superioară a resurselor tangibile ale întreprinzătorului și familiei sale (clădire, terenuri, utilaje, sume de bani, mijloace de transport etc.)
- dobândirea de independență asupra vieții profesionale și personale prin inițierea și derularea de activități antreprenoriale proprii;
- obținerea de venituri mai mari decât cele realizate în calitate de angajat într-o organizație;
- dobândirea unei poziții sociale semnificative, generată de statutul și activitatea de antreprenor;

Satisfacțiile activității de antreprenariat social

A. Satisfacții social-economice contextuale

- rezolvarea unor probleme sociale ale unei persoane sau a unui grup de persoane, contribuind la bunăstarea și împlinirea lor umană;
- soluționarea unor probleme ecologice, de mediu, care afectează zona respectivă;
- furnizarea de servicii și produse utile comunității, pe care adesea antreprenorii clasici nu le oferă;
- generarea de locuri de muncă, frecvent și pentru persoane din grupuri vulnerabile, contribuind la împlinirea profesională și umană a respectivilor cetățeni;
- contribuirea prin toate elementele menționate mai sus, la îmbunătățirea coeziunii sociale și la dezvoltarea comunității locale și a zonei respective.

Tipuri de entități sociale

Asociațiile

➤ se diferențiază de întreprinderile comerciale prin faptul că nu activează pentru profit, scopul lor fiind acela de a contribui la satisfacerea interesului general.

- ONG-uri;
- organizații caritabile;
- organizații de ajutor reciproc;
- sindicate;
- societăți profesionale sau academice;
- asociații ale consumatorilor;
- partide politice;
- biserici sau societăți religioase;
- cluburi sportive etc.

Tipuri de entități sociale

Fundațiile

- acționează în interes public, sunt proactive, au obiective și un scop asumat.
- nu au membri sau acționari și sunt, de regulă, organizații nonprofit.
- domenii de acțiune:
 - ✓ protecția mediului;
 - ✓ servicii sociale, sănătate și educație;
 - ✓ știință, cercetare;
 - ✓ artă și cultură.

Tipuri de entități sociale

Organizațiile mutuale

- grupări de persoane cu obiective de bunăstare socială colectivă, fără a fi orientate pe obținerea de profit;
- scopul lor este de a asigura protecția membrilor și a familiilor acestora față de diferite riscuri sociale;
- funcționează conform principiului administrării autonome, independent de autoritățile publice;
- În funcție de activitatea lor principală și de tipul de risc pentru care asigură:
 - ✓ societăți mutuale de tip provident (activitatea lor constă în principal în acoperirea riscurilor de sănătate și bunăstare socială ale persoanelor individuale);
 - ✓ companii mutuale de asigurări.

Tipuri de entități sociale

Întreprinderile cooperative

- asociație autonomă de persoane unite în mod voluntar pentru a-și satisface nevoile și aspirațiile economice, sociale și culturale comune printr-o întreprindere deținută în comun și controlată democratic;
- Principalele tipuri de cooperative:
 - agricole;
 - de intermediere financiară (bănci, asigurări);
 - vânzări cu amănuntul;
 - muncitorești - meșteșugari, comercianți, agricultori etc.
 - construcții de locuințe;
 - de consum;
 - farmaceutice;
 - de producție;
 - sociale;
 - ale femeilor;
 - de pescuit;
 - de sănătate;
 - de educație;
 - de turism etc.

Tipuri de entități sociale

- a) *Întreprinderea socială* desemnează organizația nonprofit care a înlocuit formele tradiționale de venit, cu abordări mai apropiate de domeniul afacerilor pentru a obține resurse financiare.
- b) *Întreprinderea socială de inserție* sau unitate protejată. Această categorie de întreprindere socială se caracterizează prin faptul că cel puțin 30% din personalul angajat aparține unui grup vulnerabil, recunoscut prin legislația în vigoare.

Caracteristicile întreprinderilor sociale

A. Caracteristici economice

- Activitate continuă de producere de bunuri și/sau vânzări de servicii.
- Grad ridicat de autonomie.
- Nivel semnificativ de risc economic.
- Volum minim de muncă plătită (ceea ce presupune inclusiv un nivel ridicat de voluntariat).

Caracteristicile întreprinderilor sociale

B. Caracteristici sociale

- Scop asumat explicit în beneficiul comunității.
- Inițiativă lansată de către un grup de cetățeni sau de o organizație a societății civile.

Atestatul de întreprindere socială

- ❑ *activitatea desfășurată are scop social;*
- ❑ *respectă principiile economiei sociale;*
- ❑ *respectă următoarele criterii:*
 - a) acționează în scop social și/sau în interesul general al comunității;*
 - b) alocă minimum 90% din profitul realizat scopului social și rezervei statutare;*
 - c) se obligă să transmită bunurile rămase în urma lichidării către una sau mai multe întreprinderi sociale;*
 - d) aplică principiul echității sociale față de angajați, asigurând niveluri de salarizare echitabile, între care nu pot exista diferențe care să depășească raportul de 1 la 8.*

Etapele înființării unei întreprinderi sociale

- Actele de identitate ale viitorilor asociați.

1.

Înscrișuri
necesare

- În cazul persoanelor juridice se depune copia actului de înregistrare a acestora (certificat de înmatriculare/certificat de înregistrare, act constitutiv etc).

- persoanele fizice și juridice străine care nu sunt înregistrate fiscal în România, trebuie să prezinte o declarație autentică pe propria răspundere a persoanei fizice sau a reprezentantului persoanei juridice, după caz, din care să rezulte că nu au datorii fiscale.

Etapele înființării unei întreprinderi sociale

2.

Alegerea
formei
juridice a
societății

- societatea în nume colectiv (**SNC**).
- societatea în comandită simplă (**SCS**).
- societatea în comandită pe acțiuni (**SCA**).
- societate pe acțiuni (**SA**).
- societate cu răspundere limitată (**SRL**).

Etapele înființării unei întreprinderi sociale

3. Alegerea denumirii
4. Alegerea obiectului de activitate al societății, potrivit clasificării CAEN - <https://caen.ro>
5. Asigurarea sediului societății
6. Asigurarea capitalului social al societății
7. Stabilirea administratorilor societății
8. Redactarea actului constitutiv
9. Dobândirea cazierului fiscal
10. Stabilirea regimului fiscal
11. Depunerea specimenului de semnătură
12. Înregistrarea societății comerciale
13. Finalizarea procedurii

Etapele înființării unei întreprinderi sociale

A. Procedura de obținere a atestatului de întreprindere socială

a) [Cerere](#) pentru acordarea atestatului completată conform modelului prevăzut în anexa nr. 2 la normele metodologice de aplicare a prevederilor [Legii Nr.219/2015](#) privind economia socială sau, după caz, în anexa nr. 6, în situația în care se solicită concomitent și acordarea mărcii sociale.

b) Actele de înființare și funcționare, în copie, certificate pentru conformitate cu originalul de către reprezentantul legal sau de către persoana împuternicită în acest scop, care să conțină o serie de prevederi din care să reiasă faptul că întreprinderea are scop social și respectă principiile și criteriile economiei sociale, iar activitatea desfășurată servește scopului social ales.

Termen de soluționare a cererii: 30 de zile calendaristice.

Termen de valabilitate: 5 ani, cu posibilitate de prelungire succesivă pentru încă 5 ani.

Etapele înființării unei întreprinderi sociale

B. Procedura de obținere a mărcii sociale de către întreprinderea socială de inserție

a) Marca socială cuprinde certificatul care atestă statutul de întreprindere socială de inserție, cu o valabilitate de 3 ani de la data emiterii, precum și elementul specific de identitate vizuală, care se aplică în mod obligatoriu asupra produselor realizate sau a lucrărilor executate ori a documentelor care demonstrează prestarea unui serviciu.

b) Instrucțiunile de utilizare a elementului specific de identitate vizuală sunt prevăzute în manualul de identitate vizuală, în conformitate cu [Ordinul nr. 1986 din 04.10.2016](#) al Ministerului Muncii, Familiei, Protecției Sociale și Persoanelor Vârstnice.

Obligații ale întreprinderilor sociale atestate

- ❖ să comunice agenției județene de ocupare orice modificări ale actelor de înființare sau constitutive, în termen de 15 zile de la modificare;
- ❖ să comunice agenției de ocupare rapoartele de activitate și situațiile financiare anuale;
- ❖ să publice, în extras, în termen de 3 luni de la încheierea anului calendaristic, raportul social anual privind activitatea desfășurată și situațiile financiare anuale în Registrul unic de evidență a întreprinderilor sociale;
- ❖ să se supună controlului cu privire la respectarea condițiilor legale de desfășurare a activității, anual, pentru a se verifica respectarea criteriilor care au stat la baza eliberării atestatului de întreprindere socială.

Precizări suplimentare

1. Prelungirea valabilității atestatului de întreprindere socială – necesită depunerea sau transmiterea prin poștă cu confirmare de primire, cu cel puțin *45 de zile calendaristice* înainte de data expirării atestatului, dar *nu mai mult de 60 de zile calendaristice*, la agenția județeană pentru ocuparea forței de muncă, respectiv a municipiului București, în a cărei rază teritorială Î.S. își are sediul, a următoarelor documente:

- *Cererea* pentru prelungirea atestatului, completată conform anexei nr. 4 din normele metodologice de aplicare a prevederilor legii nr.219/2015 privind economia socială;
- *Actele de înființare și funcționare* (prevăzute în normele metodologice), în copie, certificate pentru conformitate cu originalul de reprezentantul legal sau de persoana împuternicită în acest scop;
- *Atestatul de întreprindere socială*, în original.

Precizări suplimentare

2. *Suspendarea sau retragerea* atestatului de întreprindere socială este efectuată de către agențiile de ocupare în următoarele situații:

- a) La *solicitarea* întreprinderii sociale;
- b) În situația în care întreprinderea socială *nu a comunicat agenției de ocupare* orice modificare ale actelor de înființare sau constitutive, în termen de 15 zile de la modificare;
- c) În situația în care *nu respectă cumulativ următoarele obligații*:
 - de a comunica agenției de ocupare orice modificări ale actelor de înființare sau constitutive, în termen de 15 zile de la modificare;
 - de a comunica agenției de ocupare rapoartele de activitate și situațiile financiare anuale;
 - de a publica, în extras, în termen de 3 luni de la încheierea anului calendaristic, raportul social anual privind activitatea desfășurată și situațiile financiare anuale în Registrul unic de evidență a întreprinderilor sociale;
 - nu permit accesul personalului cu atribuții de control al agențiilor de ocupare, precum și al altor instituții și organe de control, în vederea exercitării de către aceștia a atribuțiilor de control potrivit prevederilor legale și să prezinte la *solicitarea acestora toate informațiile, datele și documentele necesare în vederea exercitării controlului.*