

Raportul Național despre Antreprenoriatul Social în România

Cu sprijinul partenerilor noștri de lansare



Partenerul studiului





Întreprinderi sociale. Câte instituții, atâtea perspective

PERSPECTIVA ORGANIZAȚIONALĂ	PERSPECTIVA ECONOMIEI SOCIALE	PERSPECTIVA INOVAȚIEI SOCIALE	PERSPECTIVA COMISIEI EUROPENE
Întreprinderile sociale sunt organizații care îndeplinesc o misiune socială utilizând mijloace comerciale.	Întreprinderile sociale sunt organizații care operează în economia socială și care activează în zona de incluziune, support comunitar pentru persoane din grupuri dezavantajate.	Întreprinderile sociale sunt organizații care dezvoltă soluții inovatoare pentru probleme sociale complexe având o abordare antreprenorială / comercială.	Întreprinderile sociale sunt afaceri care livrează servicii sociale sau bunuri și servicii pentru persoanele vulnerabile și / sau afaceri cu metode de producție de servicii și bunuri ce urmăresc obiective sociale.



Ce sunt antreprenorii sociali în viziunea Ashoka?

Sunt persoane cu soluții inovatoare și sistemice la cele mai mari provocări ale societății: sociale, culturale, economice sau de mediu.





Ashoka este cea mai mare organizație globală de susținere a antreprenoriatului social.

Din experiența ultimilor 38 de ani și prin înțelegerea tendințelor de schimbare socială la nivel mondial, Ashoka conectează și susține comunități de Changemakers pentru a crește impactul soluțiilor în depășirea problemelor sistemice. Ashoka ajută oamenii să vadă lumea în mod diferit și să acționeze în consecință.



Cea mai mare rețea de antreprenori sociali din lume - peste 3600 Ashoka Fellows în 90 de țări



FELLOWS
BY IMPACT SECTOR

17%
CIVIC PARTICIPATION

20%
ECONOMIC DEVELOPMENT

17%
EDUCATION

12%
ENVIRONMENT

16%
HUMAN RIGHTS

18%
HEALTH

Pentru Ashoka, antreprenoriatul social are în centrul său **impactul social**, nu realizarea de profit și are următoarele componente:

1. Identificarea unui context injust care duce la excludiunea, marginalizarea și crearea de probleme sociale unui segment de persoane care nu au mijloacele financiare și politice pentru a obține o transformare benefică lor.
2. Identificarea unei oportunități pentru rezolvarea problemei sociale și dezvoltarea unui social value proposition prin care provoacă contextul injust existent.
3. Crearea unui nou context care adreseză problemele sociale și capacitează resursele persoanelor excluse și marginalizate neutilizate anterior.
4. Crearea unui ecosistem în jurul noului echilibru care va duce la schimbări sistémice permanente în societate.





**RED BULL DĂ ARIPI OAMENILOR ȘI IDEILOR LOR ÎN
SPORT ȘI ZONA CULTURALĂ DE PESTE 30 DE ANI.**



Noua misiune: să dăm aripi și antreprenorilor sociali, care își folosesc talentul, creativitatea și energia ca să aduca o schimbare pozitivă în societate.





RED BULL AMAPHIKO

DA ARIPI ANTREPRENORILOR SOCIALI PRIN INTERMEDIUL PLATFORMELOR:

- RB AMAPHIKO ACADEMY – INSPIRATIE, COLABORARE, DEZVOLTARE
- WORKSHOPS – COACHING, CONTINUT, EXPUNERE
- PLATFORMA DIGITALA – INFORMEaza, CONECTEaza

HARTA INOVATORILOR SOCIALI DIN ROMÂNIA ȘI A SUSȚINĂTORILOR LOR

ASHOKA CHANGEMAKERS MAP

REZULTATE ANALIZĂ

#HartalnovSociali @AshokaRomania

Cu sprijinul partenerilor noștri de lansare



Harta a prins aripi cu



Cu sprijinul științific





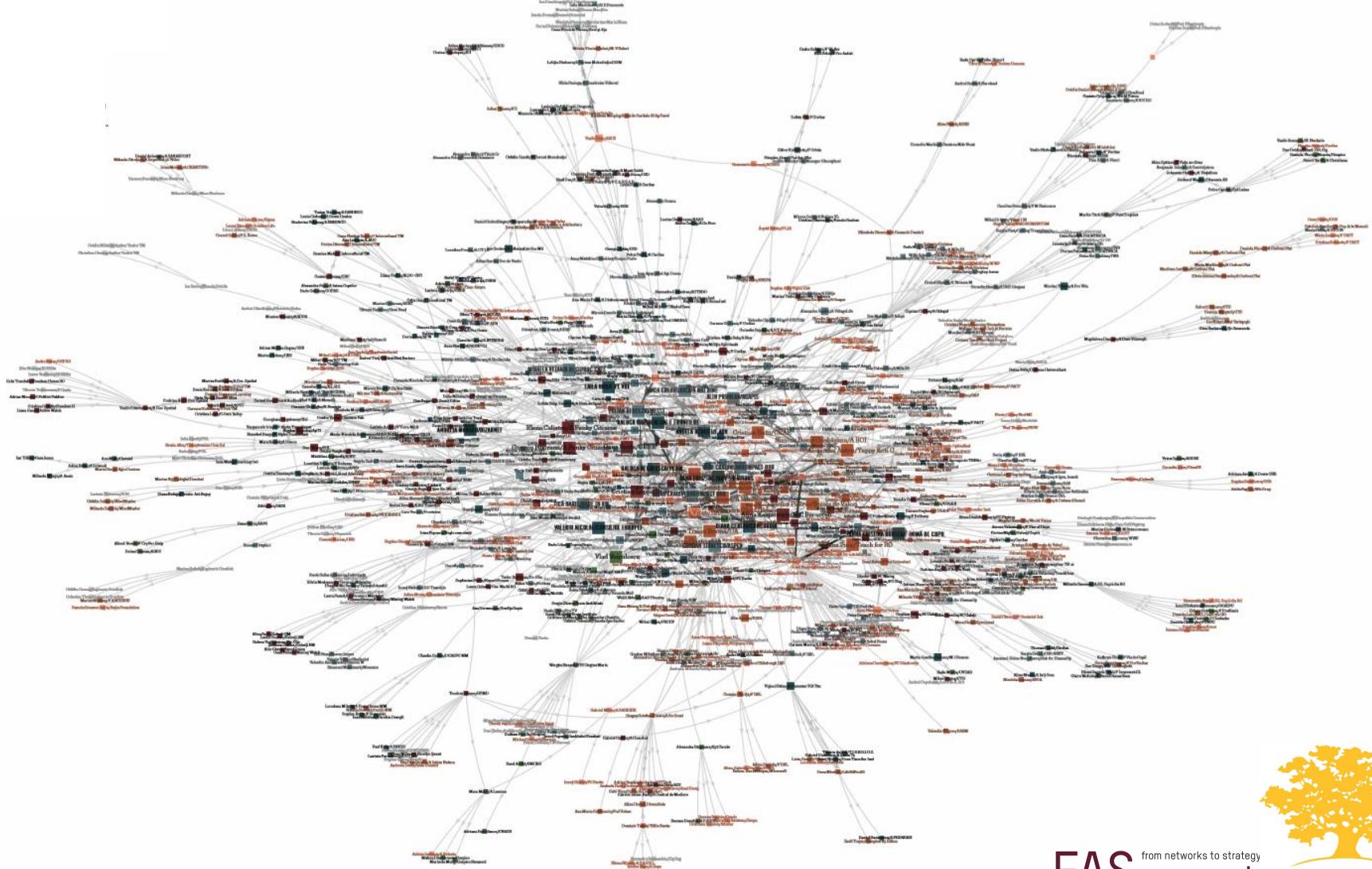
Metodologie

Pentru elaborarea Hărții a fost folosită metoda științifică a bulgărelui de zăpadă, o tehnică eficientă de a identifica actorii cheie, noi-veniții, experții și persoanele mai puțin cunoscute în domeniul inovației sociale.

Trăsătura distinctivă a analizei bulgărului de zăpadă este o abordare completă de jos în sus. Analiza a constat în interviuri sistematice și standardizate care să asigure calitatea datelor și să permită ieșirea din grupul de "suspecți obișnuiți" și nominatorii. Fiecare inovator social inițial a avut ocazia să nominalizeze alți inovatori sociali, care la rândul lor au nominalizat în continuare.

Analiza rețelei sociale a fost efectuată odată cu colectarea datelor utilizând analiza rețelelor sociale. Aceasta a arătat tipul și direcția conexiunilor în cadrul comunității de inovatori, factori de decizie și lideri de opinie și evaluarea reciprocă între indivizi, zone și domenii. Mai mult, am identificat cu ușurință comunitățile izolate și pe cele deja existente și în plină expansiune. Poziționarea în centrul hărții a inovatorilor sociali a depins de cât de des au fost nominalizați și dacă au fost nominalizați din alte domenii decât cele de care aparțin în principal.

HARTA INOVATORILOR SOCIALI DIN ROMÂNIA ȘI A SUSȚINĂTORILOR LOR



FAS from networks to strategy
research



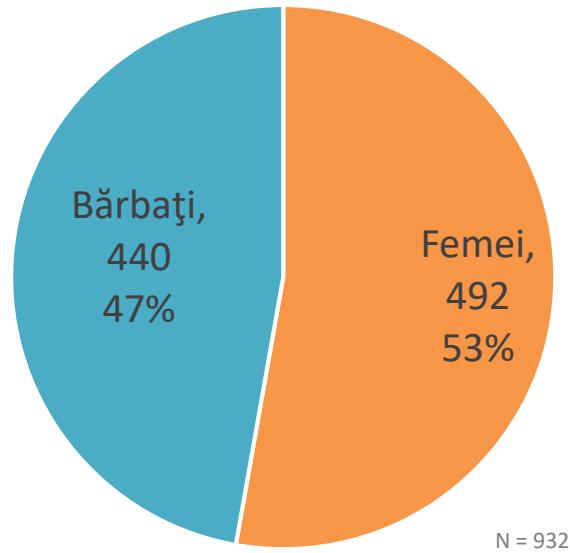
NUMERE CHEIE / BULGĂRELE DE ZĂPADĂ

Persoane contactate	248
Interviuri realizate	202
Rata de răspuns	81,5%
Persoane nominalizate*	932
Instituții nominalizate*	704
Persoane pe harta vizuală	929
Nominalizări	1.580
Număr de nominalizări pe interviu	7,9

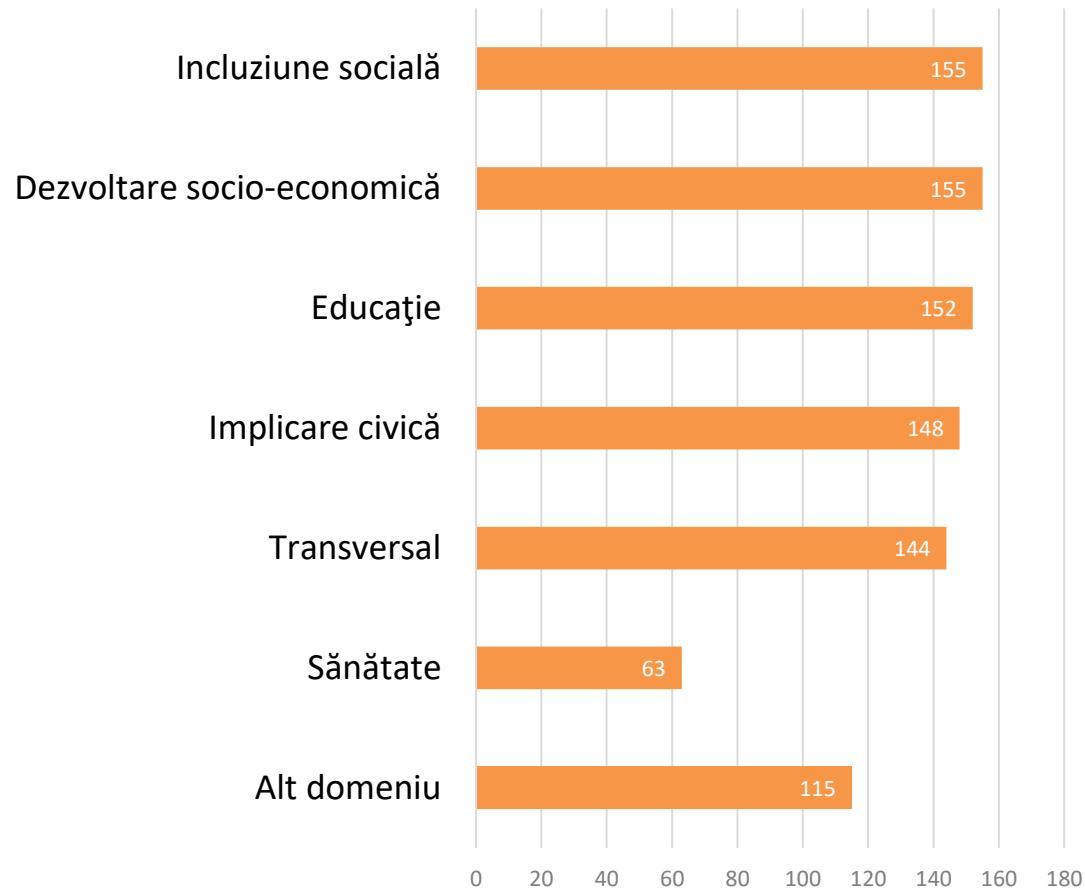
*inclusiv 47 puncte de pornire



DISTRIBUȚIE PE GEN



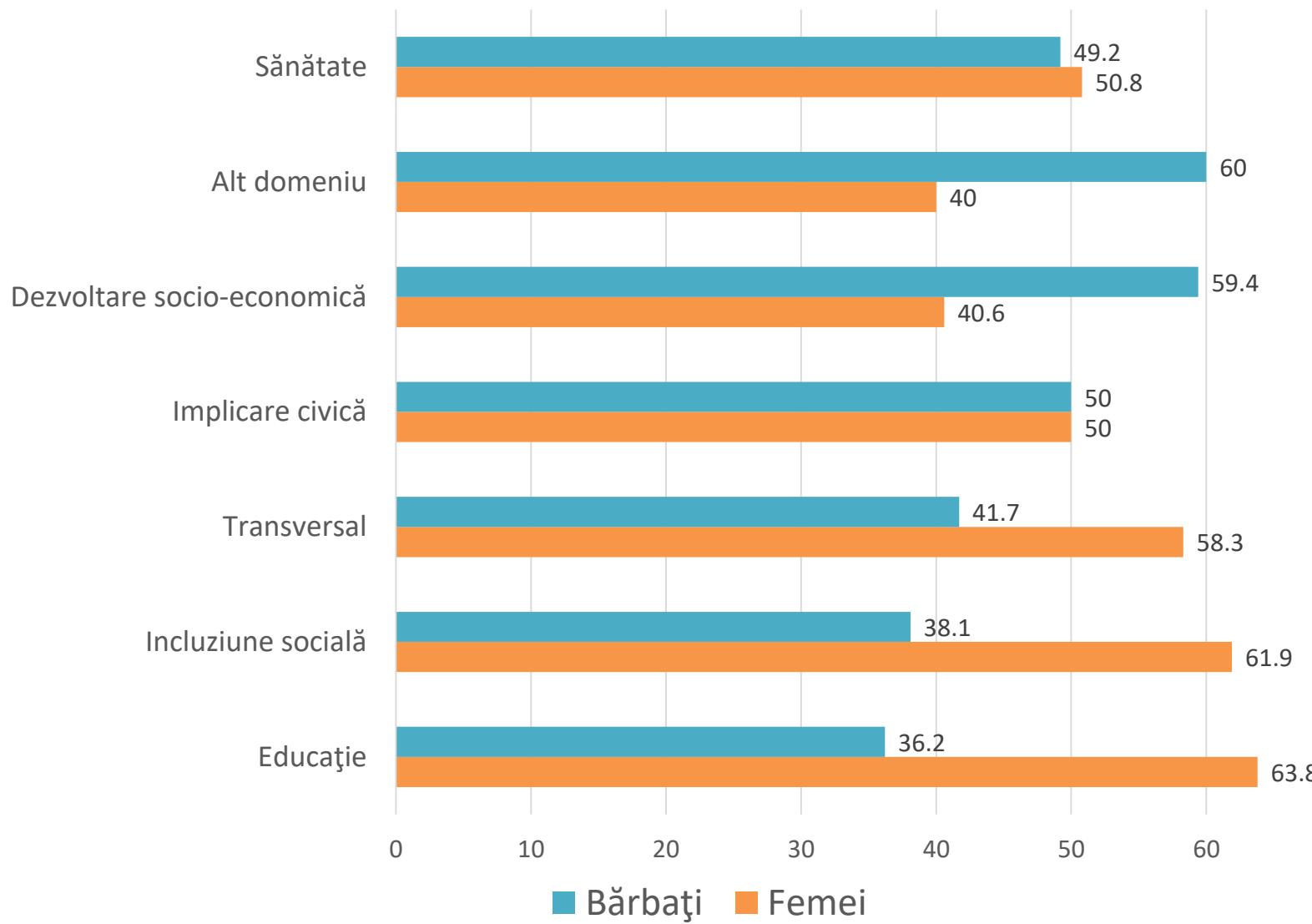
DISTRIBUȚIE PE SECTOARE



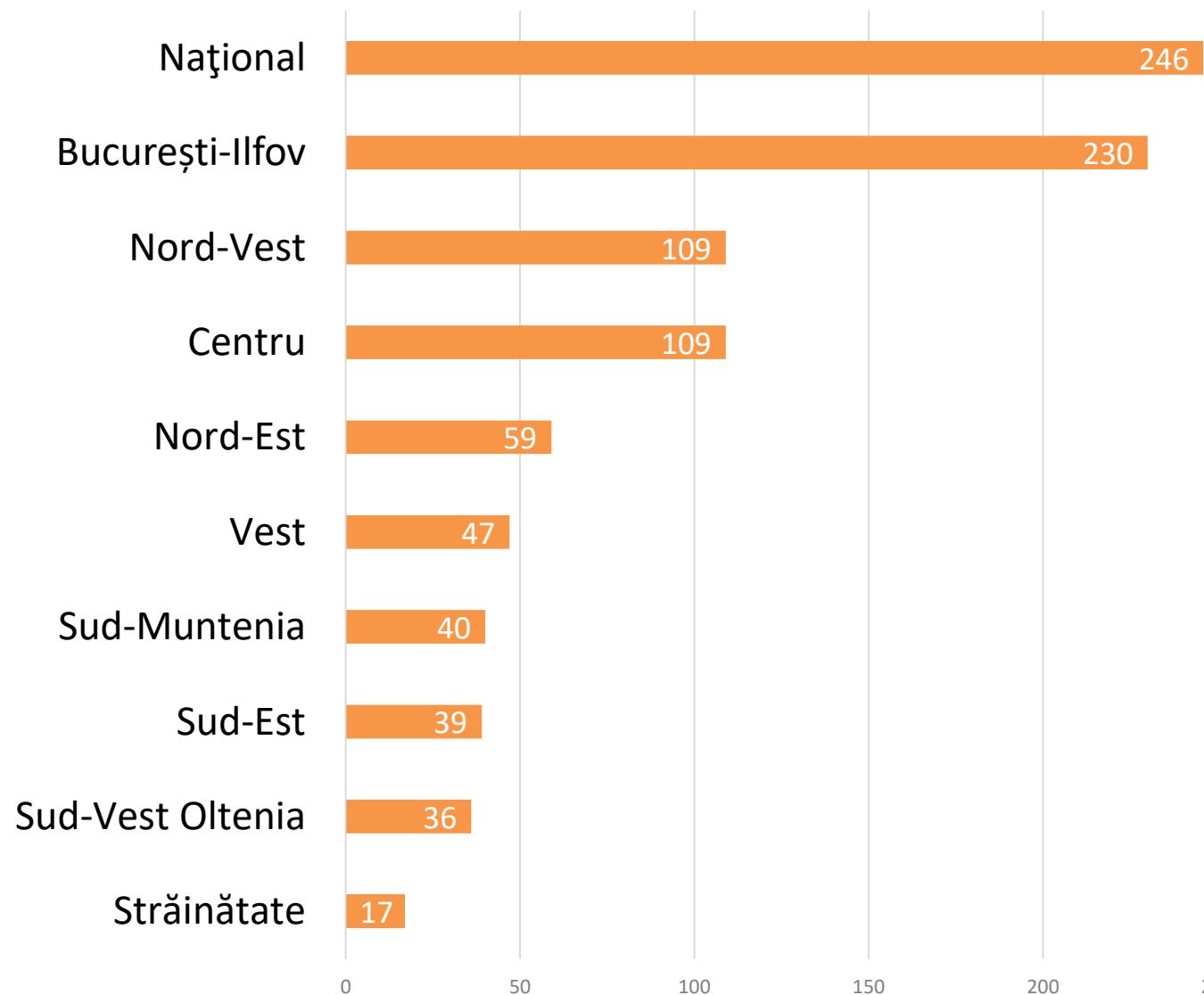
* Dezvoltare socio-economică – include turism și agricultură

** Alt domeniu – include energie, mediu, obiceiuri și patrimoni

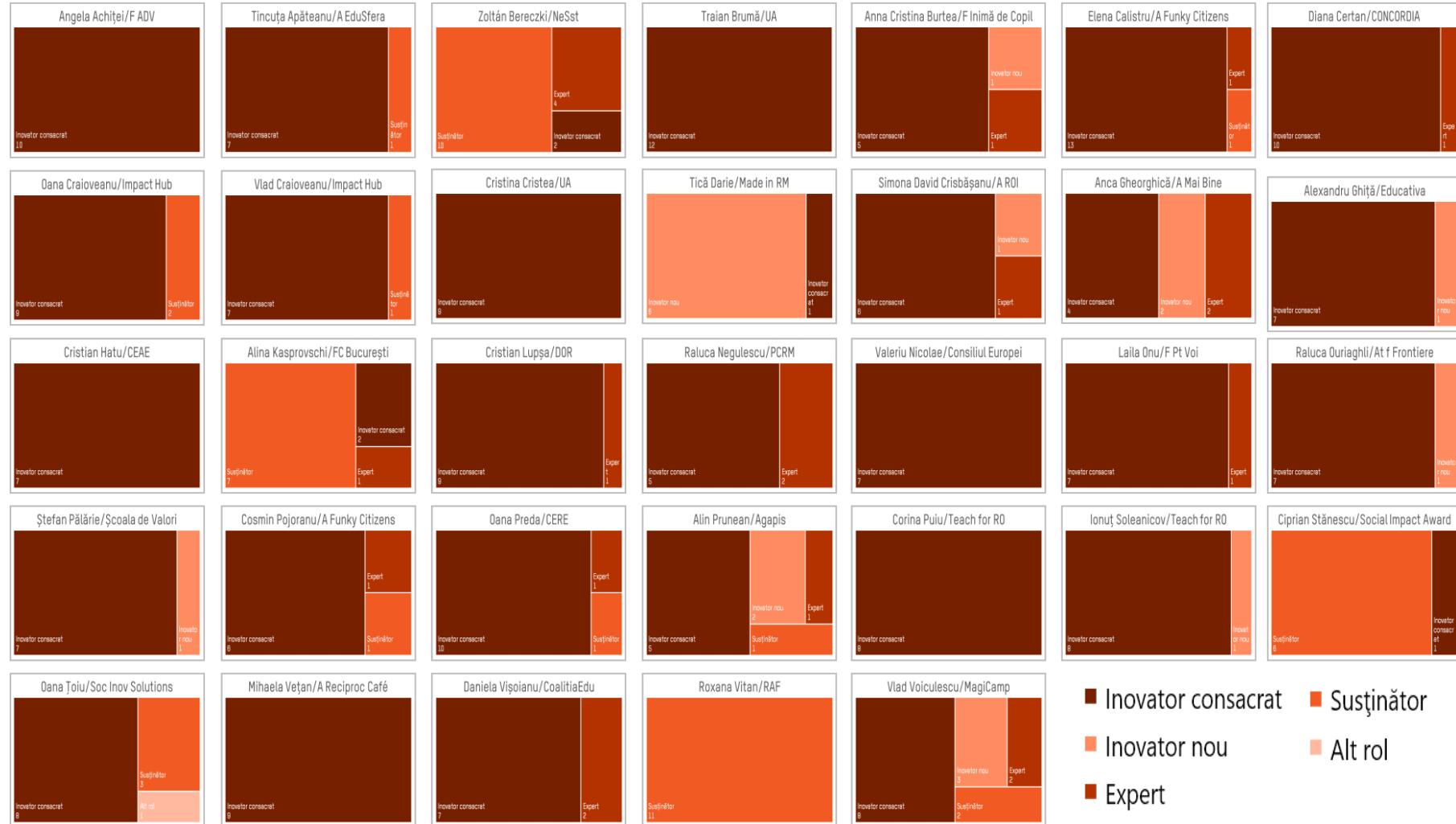
DISTRIBUȚIE PE GEN ȘI SECTOARE %



REGIUNI ȘI NUMĂR DE PERSOANE NOMINALIZATE

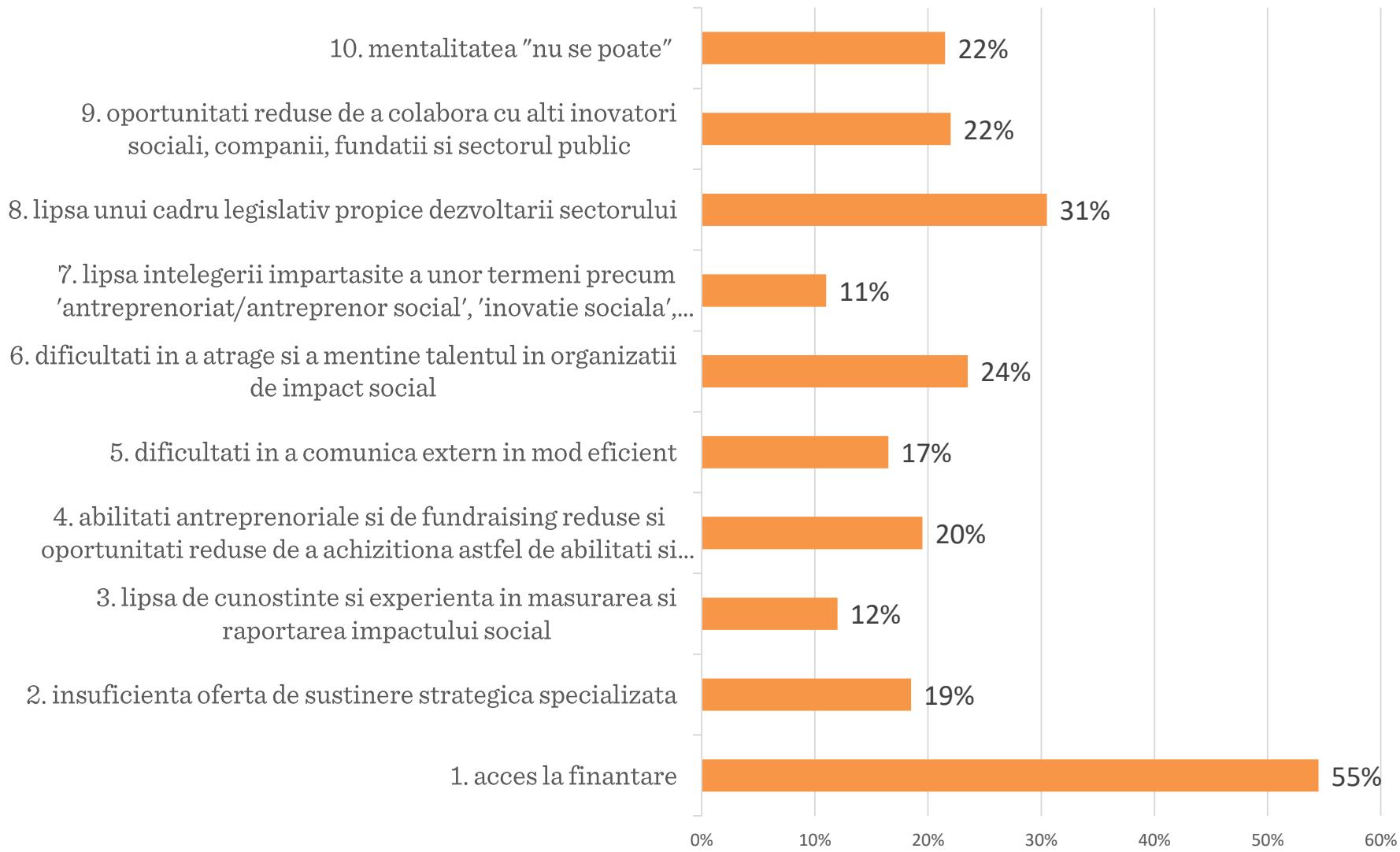


TOP CEI MAI NOMINALIZAȚI INOVATORI SOCIALI ȘI SUSTINĂTORI (ordine alfabetică)



- Inovator consacrat
- Sustinător
- Inovator nou
- Alt rol
- Expert

PROVOCĂRI ȘI BARIERE ÎN CALEA INOVATORILOR SOCIALI



CONCLUZII

- Rețeaua este **dens conectată și prezintă un nucleu bine definit.**
- Există o conectivitate puternică între inovatorii sociali din România și un număr mare de relații între diferite sectoare – **rețeaua este puternică și diversă în același timp.** Fac excepție sectoarele: incluziunea socială, educația și sănătatea care apar relativ izolate în cadrul hărții.
- **Procentul de femei este surprinzător de ridicat,** chiar și în interiorul nucleului. Femeile au un procent ridicat în sănătate și în domenii transversale și tind să fie conectori foarte buni în comunitățile lor și să lucreze într-o manieră trans-sectorială.
- **Inovatorii sociali consacrați** sunt cel mai bine reprezentați în domeniul incluziunii sociale și al educației, în timp ce **inovatorii noi** sunt prezenți în special în dezvoltare socio-economică.
- Deși majoritatea inovatorilor sociali lucrează în domeniul incluziunii sociale, numărul susținătorilor pentru acest domeniu este **destul de scăzut.**
- Printre cei mai cunoscuți inovatori sociali sunt cei din **implicare civică.**



În ultimul an, am stat de vorbă cu **40 dintre antreprenorii și inovatorii sociali din România** pentru a înțelege mai bine cum arată antreprenoriatul social în România.





Metodologie

- 40 de interviuri telefonice în detaliu (permisiune de follow-up) cu persoane identificate în timpul dezvoltării Hărții Inovatorilor Sociali din România și a Sustinătorilor lor (metoda FAS de analiză de rețea), inițiată de Ashoka România.
- Ghidul de interviu construit cu intenția de a clarifica aspecte ce țin de ecosistemul de antreprenoriat social și experiențele personale și profesionale ale celor interviewați.
- Timeline: aprilie – iunie 2017, telefonic sau alte servicii de voce
- Distribuție de gen: 22 femei, 18 bărbați
- Domenii: educație (6), protecția mediului (5), sănătate (3), implicare civică (6), transversal (6), industrii creative (2), regenerare urbană (2), întreprinderi sociale (6), alte domenii (3).
- Multii dintre cei interviewați sunt implicați în mai multe tipuri de domenii (educație și sănătate, de exemplu).



Ghidul de interviu (partea 1)

1. Cum arată ecosistemul antreprenoriatului social în România?
2. Te consideri un antreprenor social? De ce? Preferi termenul de inovator social? Sau orice alt termen?
3. Pe o scară de la 1 la 10, cât de bine cunoscut este termenul de antreprenoriat social în România de către publicul larg? Cum explici scorul dat și ce crezi că ar trebui să existe într-o situație ideală?
4. Există diferențe regionale în ceea ce privește dezvoltarea antreprenoriatului social? Dacă da, de ce, și ce crezi că ar trebui făcut?
5. Care sunt cele mai importante hub-uri de inovație socială sau comunități de antreprenori sociali din țara noastră? Ce fel de interacțiuni aveți cu ei și de ce?
6. Ce fel de susținere există pentru antreprenorii sociali din România? Există suficientă susținere? Dacă nu, ce lipsește în actuala infrastructură?
7. Se poate trăi din antreprenoriat social în România?
8. Care sunt astăzi cele mai interesante oportunități pentru antreprenorii sociali din România și în regiune?



Ghid de interviu (partea 2)

9. Pe o scară de la 1 la 10, cât de fertil este terenul în România pentru antreprenoriat social? Cum explici scorul ales?
10. Ce te motivează în activitatea ta și cum ai început să activezi în această organizație/proiect? Care este povestea ta și cum ai ajuns să faci ceea ce faci?
11. Ce caracteristici, competențe sau abilități crezi că trebuie să ai pentru a avea un impact social cât mai mare în România ca antreprenor social?
12. Cum și de la cine înveți lucruri noi?
13. Cum definești succesul activității sau proiectului tău? Monitorizezi într-un fel impactul avut?
14. Cum asiguri durabilitatea proiectului tău sau instituționalizarea inovației propuse?
15. Cum experimentezi, cum pilotezi noi proiecte și cu cine? Ne poți da un exemplu?
16. Dacă ar fi să încep eu astăzi o astfel de inițiativă, ce sfat mi-ați da: ce să nu fac și ce să fac?



Multumim celor 40 de inovatori sociali pentru cele peste 60 de ore de interviuri

Alexandra Anton - *Yuppy Koti Centre*

Alexandra Stef - *Hey MARIE!*

Alin Prunean - *Agapis*

Alina Floroi - *Asociatia Laborazon*

Alina Ursu - *Asociatia Diversitate*

Ana Bulgar - *Black Button Books*

Anca Stefan - *Asociatia React*

Anca Gheorghica - *Asociatia Mai Bine*

Andreea Lager Tako - *Centrul Cultural Plai*

Andreea Zaharescu - *Asociatia Reversibil*

Andrei Cosuleanu - *Let's do it, Romania!*

Anna Cristina Burtea - *Fundatia Inima De Copil*

Bogdan Dincă - *Documentaria*

Botond Talpas - *Asociatia Igen, tessék!*

Cătălin Teniță - *Geeks for Democracy*

Corina Puiu - *Teach for Romania*

Cristian Hatu - *Centrul de Evaluare si Analize Educationale*

Cristina Cristea - *Universitatea Alternativa*

Diana Certan - *CONCORDIA*

Elena Calistru - *Funky Citizens*

Elida Pacioga - *Asociația Construim Viitorul*

Emanuel Musa - *Asociatia Babele*

Gabi Vicu - *Porția de Cunoaștere*

Irina Breniuc - *Pimp the Garbage*

Iulian Ifrim - *ViitorPlus - Asociatia pentru dezvoltare durabila*

Laura Panait - *La Terenuri Manastur*

Loredana Urzica - *Forumul Tinerilor din România*

Lorena Urse - *Eco Herbal*

Marian Oancia - *Zig Zag prin România*

Marina Neagu - *MKBT: Make Better*

Mihaela Vetan - *Asociatia Ecosens Reciproc Café*

Mihai Ranete - *Asociatia Caravana cu Medici*

Monica Muntean - *Girls Who Code*

Nicolae Cuta - *CERES Centrul de Economie Social*

Radu Murea - *Urban Volunteer Search and Rescue – UVSAR*

Sebastian Hrib - *KultHub*

Stefan Palarie - *Scoala de Valori*

Inovator social care a dorit sa romana anonim - Dezvoltare economică locală

Tudor Brădătan - *De-Clic*

Visinel Balan - *Asociatia Desenam Viitorul Tau*

Starea de spirit: Încrederea optimistă în potențial este întreruptă de confuzie și lipsa scalării.

Creativitate și energie. Acces limitat la resurse.

Confuzie: fondurile europene direcționate către angajarea persoanelor vulnerabile.

Potențial ne-exploatat: consum responsabil, economie circulară.

Pilotare.





”Sunt oameni din alte domenii care au făcut altceva până acum dar care acum își descoperă nevoia de sens. **E spiritul ăla de căutător** care nu vrea să rămână doar cu ce are și împreună cu ceilalți să încerce să creeze ceva mai bun pentru oamenii din jur.”





Cum arată ecosistemul de antreprenoriat social din România?

La început de drum. Fragmentat. Fără rețele puternice. Vulnerabil, în special din cauza cadrului legal.

Incertitudine politico-economică ce împiedică investițiile pe termen lung în inovație socială.





”Vorbim de un domeniu foarte nișat și e normal aşa. Oamenii abia s-au obișnuit cu termenul antreprenor, darămite cu cel de antreprenoriat social. E un stadiu incipient.”





PROVOCĂRILE ANTREPRENORILOR SOCIALI



Cea mai mare barieră: accesul la finanțare (55%)

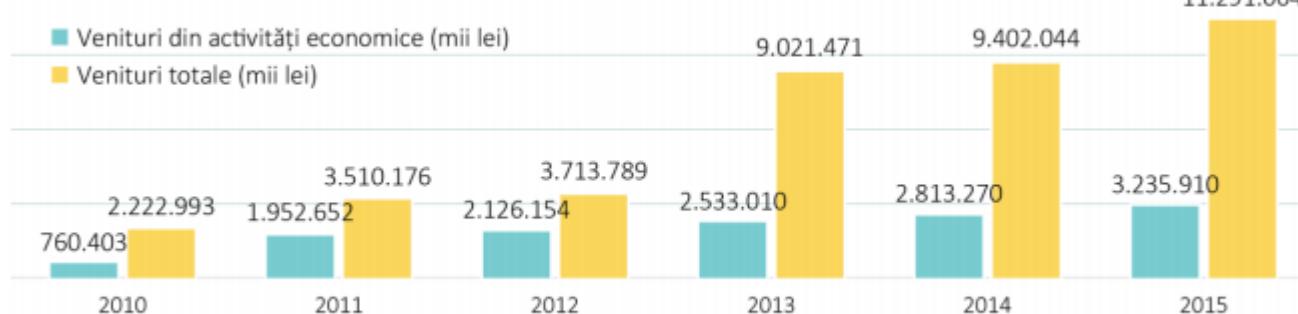
Finanțarea publică: nivel scăzut, ne-strategică și fără continuitate.

Finanțarea privată: adesea plină de incertitudine, posibile schimbări de interes ale finanțatorilor.



SUSTENABILITATEA ECONOMIEI SOCIALE ÎN ROMÂNIA

Fig. 5.4.5: Evoluția veniturilor totale și ale veniturilor din activități economice ale ONG în perioada 2010 – 2015

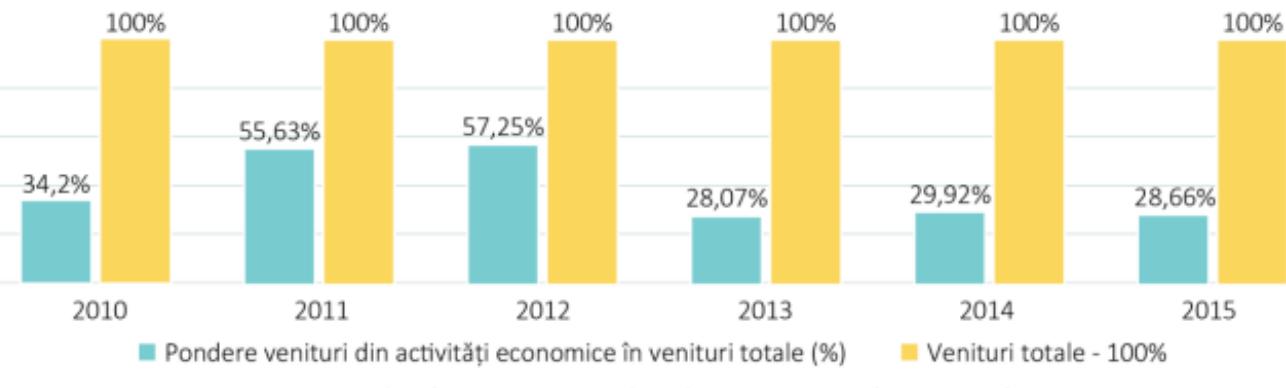


Sursa: *Atlasul Economiei Sociale, ediția 2014, FDSC (2010-2012); Institutul Național de Statistică (2013-2015), prelucrare FDSC*

Conform FDSC ponderea veniturilor din activități economice a avut o evoluție oscilantă pe întregă perioadă, cu vârfuri de creștere în anii 2011 și 2012, și cu o stabilizare în jurul valorii de 29% începând cu 2013.

În 2015 jumătate dintre organizațiile care au desfășurat activități economice au reușit să obțină profit (229.797 mii lei profit brut).

Fig. 5.4.6: Evoluția ponderii veniturilor din activități economice în veniturile totale ale ONG în perioada 2010 - 2015



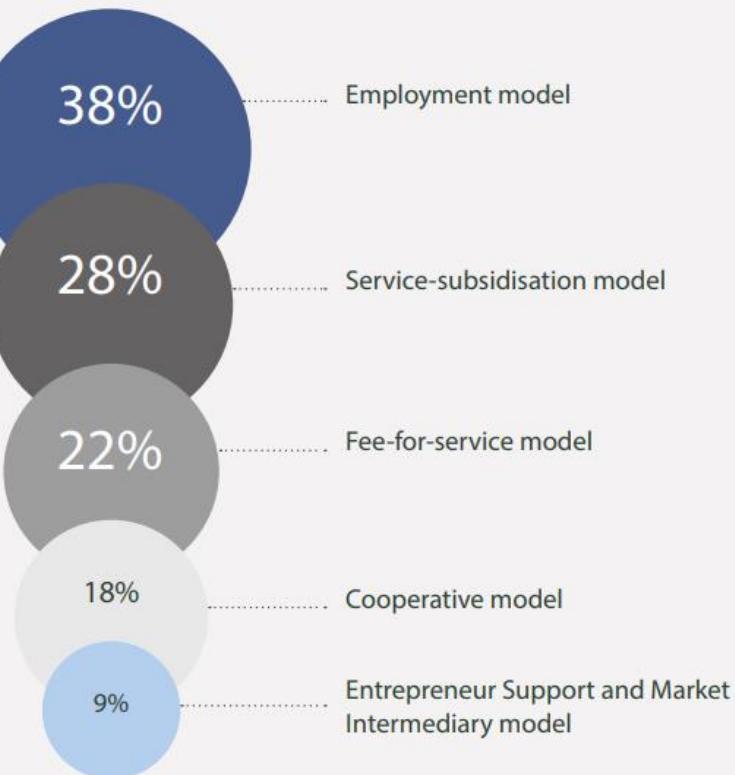
Sursa: *Atlasul Economiei Sociale, ediția 2014, FDSC (2010-2012); Institutul Național de Statistică (2013-2015), prelucrare FDSC*



MODELUL OPERATIONAL SI SURSELE DE FINANTARE



OPERATIONAL MODELS - ROMANIA



În ceea ce privește sursele de finanțare, întreprinderile sociale se bazează pe o combinație dintre veniturile obținute prin vânzarea de bunuri și servicii (28.5%), granturi (26.5% din fonduri) și donații (12% din fonduri).

În 2014 26% dintre întreprinderile sociale participante la studiu aveau câștiguri de peste 500,000 € pe an și 33% aveau câștiguri de sub 80,000 €. Per total 71% dintre organizații au înregistrat creșteri ale veniturilor față de anul precedent.

68% dintre organizațiile participante la studiu spun că în cazul în care s-ar axa doar pe activitatea comercială, în continuare ar genera impact social puternic.

Doar 24% dintre organizațiile participante spun că au introdus cel puțin un serviciu / produs nou în ultimul an și doar 50% au introdus o inovație în piață.



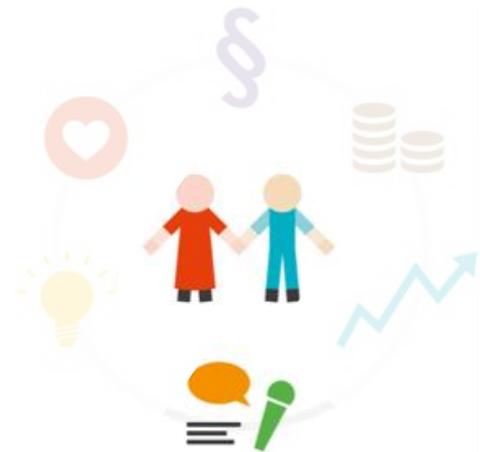
PROVOCĂRILE ANTREPRENORILOR SOCIALI



Lipsa unui cadrul legislativ propice (31%)

Îmbunătățirea cadrului fiscal, definirea termenilor și scăderea birocrației.

Capacitate scăzută de advocacy. Lipsă a suportului din partea statului. Nevoie crescută de dialog deschis cu instituțiile statului.





CADRUL LEGAL DIN ROMÂNIA

Legea Economiei Sociale din 2015 se bazează pe câteva principii:

Prioritatea obiectivelor sociale față de creșterea profitului	Guvernanță democratică	Convergența dintre interesele membrilor asociați și interesul general și/sau interesele unei colectivități	Personalitate juridică distinctă, autonomie de gestiune și independență față de autoritățile publice	Solidaritate și responsabilitate colectivă
---	------------------------	--	--	--

Economie socială	Întreprindere socială	Forme legale	Profesii conform COR
Ansamblul activităților organizate independent de sectorul public, al căror scop este să servească interesul general, al unei colectivități sau al unei persoane nepatrimoniale, prin creșterea gradului de ocupare a persoanelor aparținând grupului vulnerabil, prin producerea și furnizarea de bunuri sau prin prestarea de servicii, prin execuția de lucrări.	Orice persoană juridică de drept privat care desfășoară activități în domeniul economiei sociale, care deține un atestat de întreprindere socială și respectă principiile mai sus menționate.	1. Societățile cooperative de gradul I 2. Cooperativele de credit 3. Organizații non profit: Asociații, fundații și fedații înființate de întreprinderi sociale 4. Case de ajutor reciproc ale pensionarilor și ale angajaților 5. Societăți Agricole	Antreprenor în economia social Specialist în economie social Manager de întreprindere social



SUSTENABILITATEA ECONOMIEI SOCIALE ÎN ROMÂNIA



Cadrul fiscal

Întreprinderile sociale de inserție sunt scutite de la plata impozitului pentru clădirile deținute sau utilizate.

Consiliile locale pot hotărî să acorde scutirea sau reducerea impozitului pe clădirile utilizate pentru furnizarea de servicii sociale de către organizații neguvernamentale și întreprinderi sociale ca furnizori de servicii sociale și clădirile utilizate de organizații nonprofit exclusiv pentru activitățile fără scop lucrative.

Sunt neimpozabile venituri de până la 15.000 euro, într-un an fiscal, dar nu mai mult de 10% din veniturile totale neimpozabile.

Informații conform Legii nr. 227/2015

Distribuția resurselor pe domenii de activitate (2015)

Conform FDSC 21% dintre ONG-uri activau în domeniul social / caritabil, atrăgând 23% din veniturile totale din sector, 24% dintre angajați și 24% dintre activele fixe.

Organizațiile profesionale au generat 17% din veniturile totale din sector, au atras 18% dintre angajați și 19% dintre activele fixe.

Distribuția geografică a resurselor (2015)

Conform FDSC Regiunile București-Ilfov, Nord-Vest și Centru concentrează 55% dintre ONG-urile active, 62% dintre veniturile totale din sector, 54% dintre angajați și administrează 64% dintre activele sectorului

Informații conform raportului *România 2017 Sectorul neguvernamental -Profil, tendinte, provocări*, realizat de FDSC



"Antreprenoriatul social necesită la fel de mult de **timp și resurse ca și un oricare alt job."**





PROVOCĂRILE ANTREPRENORILOR SOCIALI



Lipsă de know-how (peste 20%)

Lipsă de experiență în măsurarea impactului social, strategii pe termen lung sau abilități antreprenoriale și de fundraising.



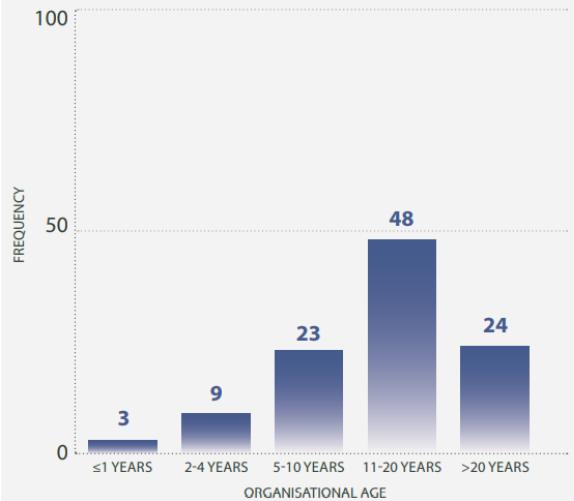
Colaborarea la nivel sistemic, nu doar pe proiecte, rămâne o provocare.



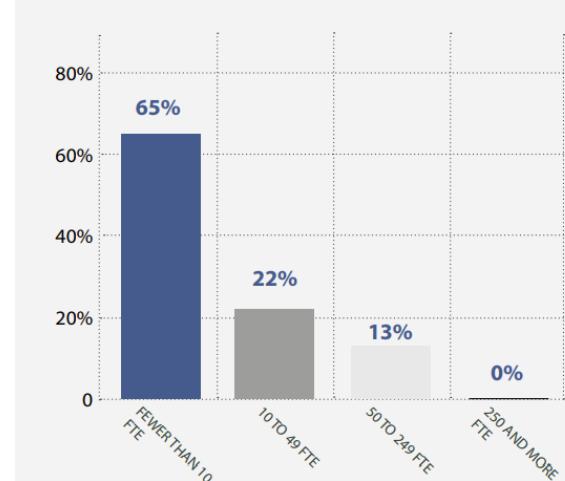
SUSTENABILITATEA ANTREPRENORIATULUI SOCIAL



ORGANISATIONAL AGE DISTRIBUTION - ROMANIA



NUMBER OF FTE - ROMANIA



Conform raportului SEFORIS, 88% dintre organizațiile respondente au cel puțin 5 ani de activitate, ceea ce arată că antreprenoriatul social nu este un fenomen cu totul nou.

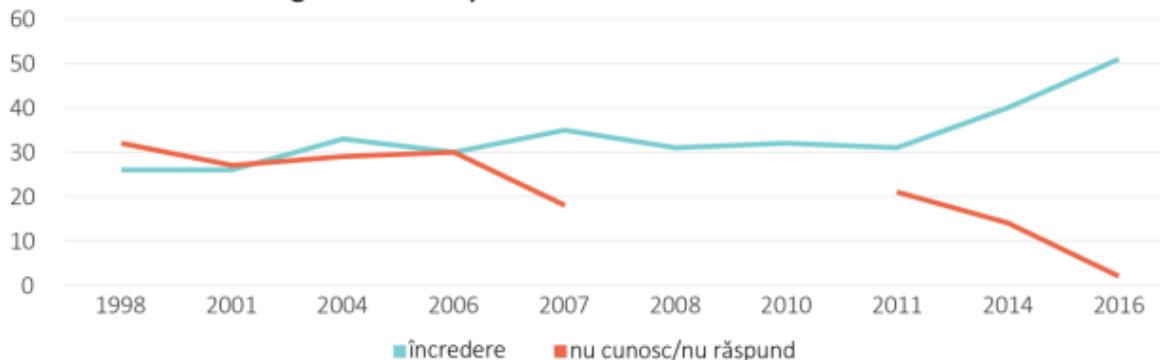
65% dintre organizații au mai puțin de 10 angajați full-time și doar 13% au cel puțin 50 angajați full-time.

Conform FDSC, în 2015 sectorul ONG a creat 99,774 de locuri de muncă. Aceste locuri de muncă au fost generate de 32% dintre ONG-uri (restul de 68% neavând angajat).

Conform Barometrului Liderilor ONG 2016, aproape jumătate dintre angajați aveau vârstă sub 35 de ani.

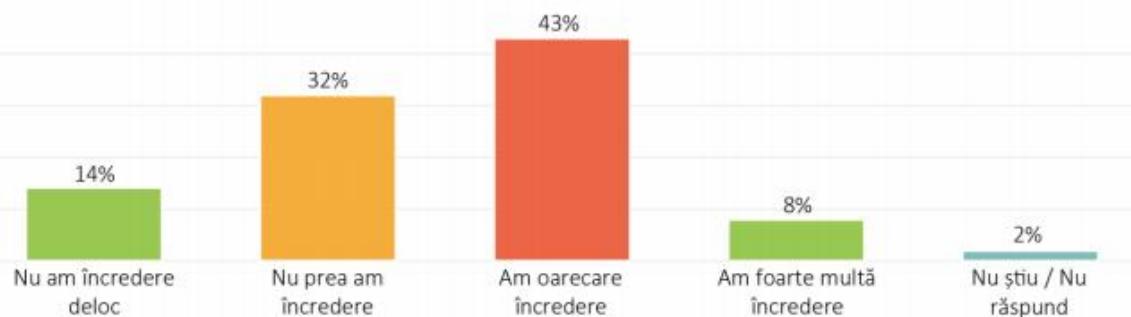
ÎNCREDEREA ÎN ORGANIZAȚIILE NON-PROFIT

Fig. 3.1.1: Evoluția încrederei în ONGuri în România



Sursa: Date electorale românești (1998, 2001, 2004, 2006, 2008, 2011), Omnibus FDSC (2010), sondaj post electoral-UBB (2014), Omnibus 2016; 1998-2011 încrederea în ONGuri adună răspunsurile la variantele "multă" și "foarte multă încredere"; 2014 este suma răspunsurilor de la 6 la 10.

Fig. 3.1.2: Câtă încredere aveți în organizațiile neguvernamentale?

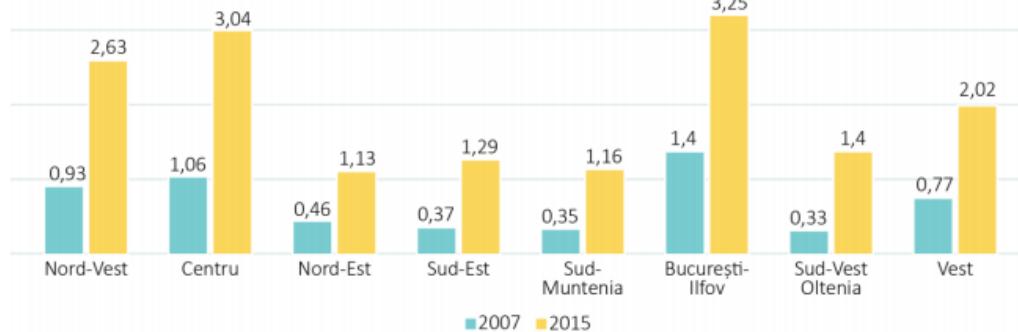


Sursa: Cercetare de tip Omnibus realizată de IMAS la comanda FDSC, 2016

În ultimele 3 decenii încrederea cetățenilor în rolul și utilitatea asociațiilor și fundațiilor a evoluat; dacă în 1998 nivelul de încredere era de 19% și 26% în 2004, în 2010 nivelul a ajuns la 32% și a crescut până în 2016 când a atins nivelul de 51%.

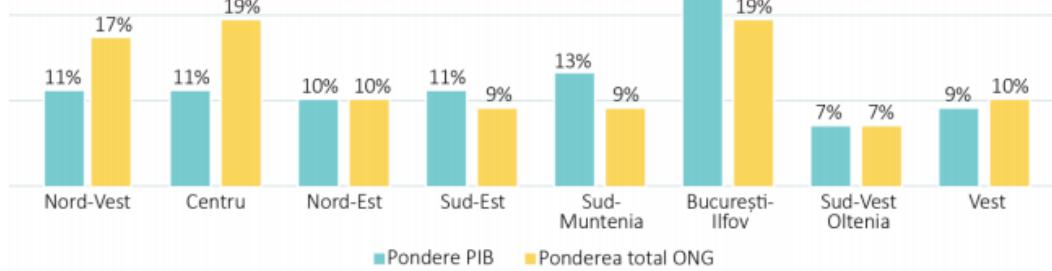
GRADUL DE ASOCIAȚIVITATE

**Fig. 1.3.2: Indexul de asociativitate pe regiuni în 2007 și 2015
(nr. de ONG active la 1000 locuitori)**



Sursa: România 2010. Sectorul neguvernamental – profil, tendințe, provocări, FDSC, 2010 (date pentru anul 2007); Institutul Național de Statistică (date pentru anul 2015), prelucrare FDSC

**Fig. 1.3.3: Relația dintre asociativitate și dezvoltarea economică în anul 2015
(nr. ONG active și PIB)**



Sursa: Institutul Național de Statistică (date financiare ONG); Eurostat (date PIB), prelucrare FDSC

Măsurat ca număr de organizații active la 1000 de locuitori, indexul de asociativitate arată că față de anul 2007 s-a înregistrat o creștere a acestuia pe întreg teritoriul României, cum este de exemplu cazul regiunii Sud-Est, în care activează de 4 ori mai multe ONG-uri în anul 2015.

Regiunile Centru și București-Ilfov - care se numără printre regiunile cu cea mai mare pondere în PIB - au un nivel de asociativitate ridicat, reprezentând 38% din totalul ONG-urilor.

Rată totală de activitate al ONG-urilor a fost de 48,2%, fiind cu 50% mai active din punct de vedere economic comparativ cu sectorul întreprinderilor economice care înregistra în același an o rată de activitate de 32,4%.

AFILIERE ȘI COLABORARE

La începutul anului 2015 erau înregistrate cu 60% mai multe fedații decât la începutul anului 2010 (1.195 față de 758). Conform Barometrului Liderilor ONG 2016, 28% dintre respondenți sunt membri în cel puțin o fedație națională, 25% fac parte din cel puțin o rețea/coaliție informală națională, 12% fac parte din fedații europene și 14% sunt membri în rețele/coaliții informale europene. În schimb, doar 1/3 dintre organizații au avut activități la nivel european prin reprezentare și implicare în rețele.

Fig. 4.3.2: Motivele care au determinat afilierea la structuri naționale și internaționale (beneficii așteptate)

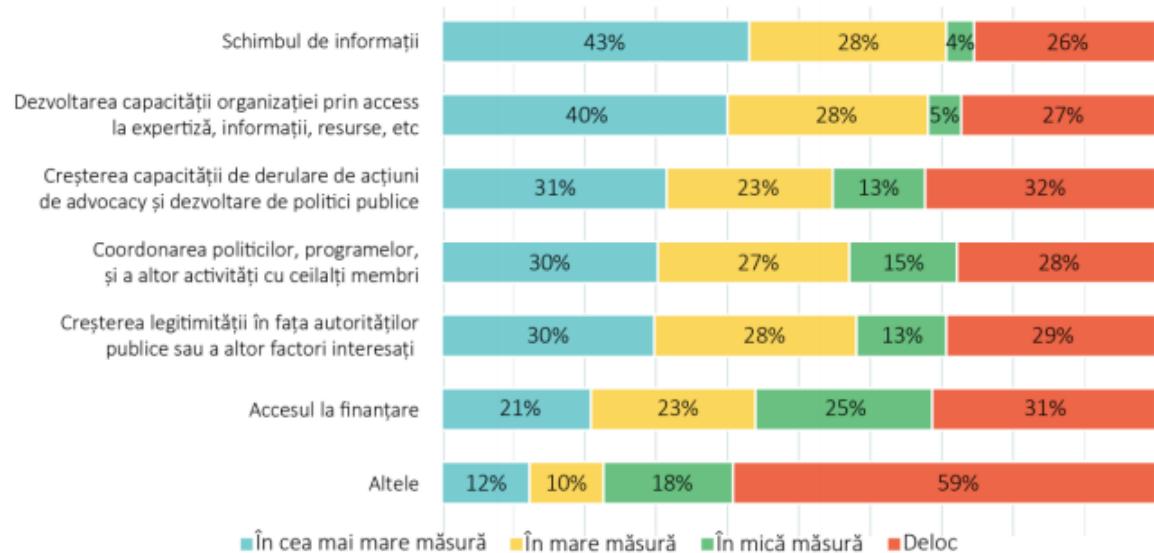
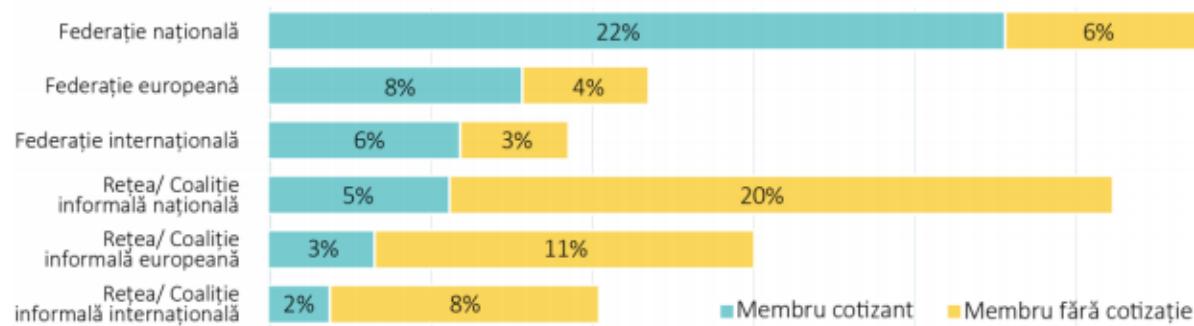


Fig. 4.3.1: Afilierea organizațiilor neguvernamentale românești la structuri naționale și internaționale

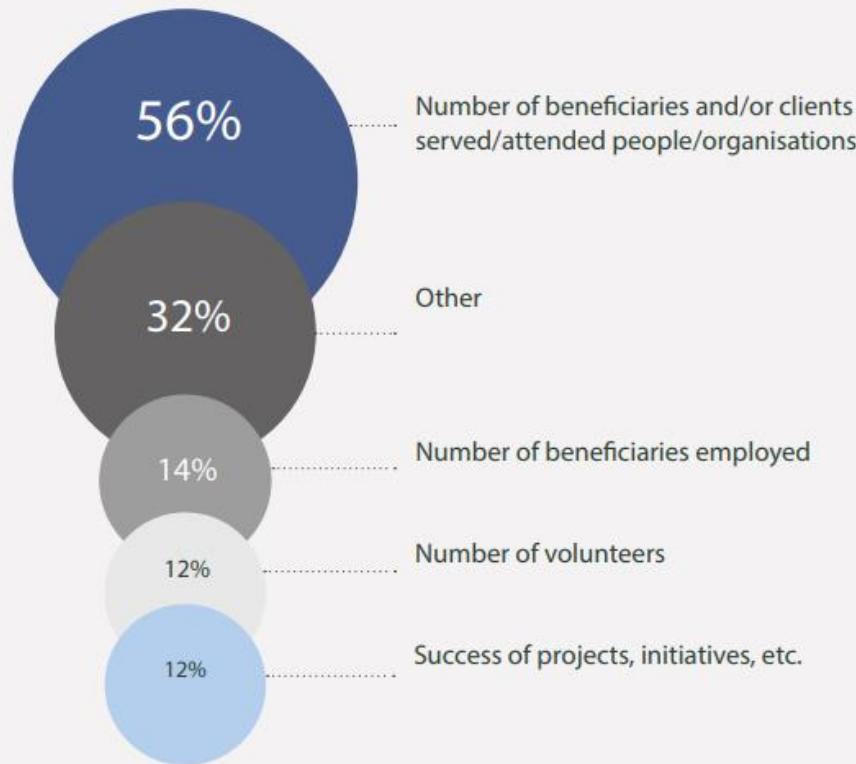




KNOW-HOW ÎN MĂSURAREA IMPACTULUI



SOCIAL PERFORMANCE INDICATORS - ROMANIA



În măsurarea impactului, majoritatea întreprinderilor sociale calculează de cele mai multe ori outputs (nr. de activități, nr. de beneficiari), uneori măsoară outcomes (feedback de la participanți, impactul asupra beneficiarilor – abilități, cunoștințe deprinse).

Impactul văzut drept schimbări produse în mediul beneficiarilor și la nivel sistemic, este dificil de măsurat și foarte rar calculat.

Top 3 bariere în calea inovației sunt legate de cadrul legal, finanțare și piață.

Beneficiarii aparțin de cele mai multe ori următoarelor grupuri țintă: personae cu dizabilități fizice sau psihice (35%), cetățeni (27%), copii și tineri (17%).



Cum învață antreprenorii sociali?



ÎNVĂȚAREA ESTE O EXPERIENȚĂ INDIVIDUALĂ, ÎN AFARA CADRELOR FORMALE



- | | | |
|---|--|------------------------|
| “văzându-i pe alții” | “făcând” | “din podcast-uri” |
| “de la oameni cu background-uri total diferite de al meu” | “din practici similare din afara României” | ”de la alte generații” |
| “de la profesorul meu” | “de la fratele meu” | “de la beneficiari” |
| “citind cărți” | | |



Ce nevoi au antreprenorii sociali din România?

Cadru legal clar și predictibil - modele hibride de business.

Suport de know-how în diferite stagiile de dezvoltare.

Mai multă colaborare cu instituțiile statului.

Creșterea capacitatei de influențare a politicilor publice.

Resurse pentru promovare, comunicare și analize de marketing.





”Cazurile de antreprenoriat social sunt cele de excepție. Sistemul nu pregătește olimpici, olimpicii sunt excepția. Antreprenorii sociali și ei sunt excepția și nu îi pregătește nimeni.”



Oportunități?

- Tendințe socio-economice noi (rural, wellbeing, etc.)
- Cooperare și transfer inter-regional al inovațiilor.
- Interes din partea unor companii de a investi în provocări sistémice și de a co-crea soluții.
- Economie circulară, laboratoare urbane.
- Know-how individual și organizațional.





Ce fel de sprijin concret există?



Spații de inovare:

CUIB
NOD
RBL
Decat o Revista
Alaturi de Voi
"La firul ierbii"
Babele
Laborazon
Universitatea
Alternativa

Competiții:

Social Innovation Award
Socially Bank Award
Erste
NESsT
Tara lui Andrei
ING, Ikea (dedicated funds
for winners)

Marii conectori:

Impact Hub
NESsT

Finanțare și sprijin

Romanian
American
Foundation
Nesst



Recomandări

Flexibilizarea cadrului legislativ și fiscal pentru încurajarea modelelor hibrid.

Contexte de colaborare antreprenori sociali – antreprenori din lumea de business clasică.

Sprijinirea accesului la rețelele regionale și internaționale de antreprenori sociali, ca sursă de inspirație și colaborare.

Scalare în România a soluțiilor care funcționează din afara Ro și scalare inter-regională.

Cooperare și acțiune colectivă în cadrul diferitelor sectoarelor.



**"Antreprenoriatul social nu este
despre ierarhie, ci despre o echipă
care trage împreună."**





Oportunități Ashoka

- 2018: primii Ashoka Fellows.
- Suport și consultanță pentru ecosistemul inovației sociale în România.
- Transfer de inovație socială din afara României și susținerea organizațiilor locale ce adaptează modele inovatoare.



CUM II SUSTINEM PE ASHOKA FELLOWS



IDENTITATE SI
RECUNOASTERE



BURSA 3 ANI



KNOW-HOW



LOCALIZER



GLOBALIZER



ARTICOLE
IN MEDIA



SPEECH-URI
& TALKS



VIZIBILITATE IN
EVENIMENTE



COMUNITATE



ACCES LA FINANTARI



Multumim pentru realizarea interviurilor și analiză: Mădălina Mocan

**Multumim pentru realizarea interviurilor:
Valentina Tomescu
Corina Murafa
Laura Catană**





Contact:

Corina Murafa

cmurafa@ashoka.org

Ciprian Stănescu

cstanescu@ashoka.org

