



 UniCredit Foundation

 Bank Pekao

WIEDZA WARTA MILIONY

CZYLI REKOMENDACJE I WNIOSKI Z PROGRAMU SPOŁECZNY STARTUP
WSPARCIE DLA INNOWACYJNYCH PRZEDSIĘBIORSTW SPOŁECZNYCH W POLSCE

Warszawa, maj 2016

Spis treści:

- 1 Społeczny StartUp – główne dane
- 2 Przedmowa: Agata Stafiej – Bartosik, Dyrektor Ashoki w Polsce
- 3 Cele programu Społeczny StartUp: Beata Kenig, koordynatorka programu Społeczny StartUp, Ashoka
- 4 Razem na rzecz silniejszej przedsiębiorczości społecznej w Polsce - wspólna droga UniCredit Foundation, Banku Pekao S.A. i Ashoka Polska: Maurizio Cararra, Prezes UniCredit Foundation
- 6 Rola Banku Pekao S.A. w programie Społeczny StartUp: Grzegorz Piwowar, Wiceprezes Zarządu Banku Pekao S.A
- 7 O przedsiębiorczości społecznej
- 8 Co to jest przedsiębiorstwo społeczne
- 9 Przebieg programu Społeczny StartUp – streszczenie
- 10 Przegląd przedsiębiorstw społecznych – uczestników programu
- 20 Wnioski i rekomendacje płynące z programu Społeczny StartUp z perspektywy doradców biznesowych: Aleksandra Stanek-Kowalczyk, Deloitte; Elżbieta Rosiak, Bank Pekao S.A.; Tomasz Kierzkowski, Bank Pekao S.A.; Marek Śliboda, Marco Sp. z o.o.; Maciej Iwankiewicz, Broad-Reach; Marek Niedźwiedź, Polkomtel Sp. z o.o.
- 23 Wnioski i rekomendacje ze strony przedsiębiorców społecznych – dlaczego warto wziąć udział w programie?: Dorota Poślednia, Dalej Razem Edu; Magdalena Kępka, Fundacja Samodzielni Robinsonowie; Krzysztof Łagodziński, Fundacja Sławek
- 25 5 umiejętności, których potrzebują przedsiębiorcy społeczni, a ludzie biznesu mogą im pomóc je zdobyć: Agata Stafiej-Bartosik Dyrektor Ashoki w Polsce
- 31 Przedsiębiorczość społeczna i jej znaczenie z perspektywy przedstawicieli środowiska akademickiego: Profesor Anna Merta, Akademia Leona Koźmińskiego; Dr Andrzej Juros, Katolicki Uniwersytet Lubelski
- 33 Dlaczego Ashoka wspiera przedsiębiorców społecznych: Marie Ringler, Dyrektor Regionalna Ashoki w Europie Środkowej i Wschodniej

Spółeczny StartUp – główne dane

- 10 przedsiębiorstw otrzymało wsparcie doradcze i finansowe
- 40 doradców pro bono pracowało z uczestnikami
- 23 osoby uczestniczyły w szkoleniach zaoferowanych uczestnikom oprócz współpracy z doradcami
- Pojawiło się ponad 50 materiałów medialnych na temat programu.
- Dzięki pracy doradców pro-bono każde 1 EUR zainwestowane w program, przynosiło uczestnikom korzyść o wartości 6,3 EUR.
- Uczestnicy programu we współpracy z doradcami stworzyli oferty, które mogą przyciągnąć nawet 1 000 000 EUR grantów i inwestycji.
- W przedsiębiorstwach uczestników pracuje ponad 80 osób, które bez ich działalności byłyby oddalone od rynku pracy.

Przedmowa

Cesarz indyjski Ashoka dzięki swojej przedsiębiorczości zbudował podwaliny dzisiejszych wielkich Indii. Ten „indyjski Kazimierz Wielki”, tak jak nasz król, potrafił planować, organizować, budować zespoły, osiągać cele. I choć metody utrzymywania dyscypliny i motywacji, zmieniły się od tamtych czasów, nadal nie ma nic potężniejszego niż dobry pomysł w rękach przedsiębiorczej osoby. A jeśli jeszcze pomysł ten jest nastawiony na działanie na rzecz wspólnego dobra, wzmacnianie innych, rozwiązywanie problemów społecznych, wtedy rzeczywiście może nastąpić prawdziwa zmiana. Takie rozumienie przedsiębiorczości społecznej przyświeca nam w Fundacji Ashoka, która jest największym na świecie zrzeszeniem innowatorów społecznych. Od wielu lat wspieramy ich w realizacji pomysłów, które zmieniają świat. Niektóre jak Wikipedia Jimmiego Walesa przyjmują się powszechnie, inne jak działalność Noblistów – Kailasha Satyarthiego, czy Muhhamada Yunusa, – zyskują uznanie. Jeszcze inne wciąż rozwijają się i szukają najlepszej drogi. Nasi przedsiębiorcy, zanim zajęli się swoimi społecznymi biznesami byli lekarzami, sportowcami, nauczycielkami matematyki, teatroložkami, stylistkami lub budowlańcami. Dlatego choć nie brakuje im charyzmy, motywacji, kreatywności i energii, może brakować im narzędzi. I stąd program Społeczny StartUp, który realizujemy dzięki współpracy z UniCredit Foundation oraz Bankiem Pekao S.A., i w ramach którego staramy się podnieść kompetencje biznesowe innowacyjnych przedsiębiorców społecznych.

Oddajemy w Państwa ręce raport z pierwszej, pilotażowej edycji tego przedsięwzięcia. Dziękując wszystkim partnerom, w tym szczególnie doradcom, którzy pracowali z nami pro bono, mam nadzieję, że refleksje uczestników tej rocznej przygody, uznają Państwo za ciekawe. Wszyscy wiele się nauczyliśmy i chcemy podzielić się naszym doświadczeniem. Jeśli komuś przyda się ono, żeby skuteczniej przyczyniać się do rozwiązywania problemów społecznych, będziemy usatysfakcjonowani.

Agata Stafiej-Bartosik

Agata Stafiej-Bartosik, Dyrektor Ashoki w Polsce

Wstęp: cele programu Społeczny StartUp

Przedsiębiorczość społeczna to, nie tylko w Polsce, sfera działalności będąca na wczesnym etapie rozwoju i jeszcze słabo zbadana i zdefiniowana. Największym wyzwaniem dla przedsiębiorstw społecznych jest dostęp do finansowania oraz niewystarczająca wiedza i kompetencje związane z prowadzeniem działalności biznesowej. Dlatego obok różnych form finansowania, czy inwestycji społecznych, konieczne jest także rozwijanie kompleksowego wsparcia merytorycznego, dostarczania przedsiębiorcom społecznym wiedzy praktycznej i kompetencji niezbędnych do funkcjonowania na rynku. To umożliwi lepszą, efektywniejszą współpracę i budowę zaufania pomiędzy sektorem biznesu i przedsiębiorcami społecznymi, a także przyczyni się do rozwoju inwestycji społecznych w Polsce, zarówno jeśli chodzi o instrumenty bezzwrotne, jak i zwrotne.

Aby kompleksowo wesprzeć rozwój profesjonalnych przedsiębiorstw, które z powodzeniem będą mogły łączyć działalność gospodarczą z misją społeczną, Ashoka i UniCredit Foundation, we współpracy z Bankiem Pekao S.A., rozpoczęły, 15 kwietnia 2015 roku program Społeczny StartUp. Głównym celem programu jest merytoryczne wsparcie dla przedsiębiorstw społecznych na wczesnym etapie rozwoju, w procesie tworzenia lub doskonalenia modeli biznesowych oraz przygotowania profesjonalnych biznesplanów. W ramach programu 10 przedsiębiorstw społecznych, wyłonionych w konkursie przeprowadzonym w okresie 15 kwietnia-15 czerwca, otrzymało granty rozwojowe oraz doradztwo ze strony ekspertów z sektora biznesu.

Długofalowym efektem inicjatywy będzie budowa i promocja ekosystemu wsparcia dla przedsiębiorczości społecznej tak, by podmioty otrzymujące wsparcie uzyskiwały trwałą pozycję na rynku i rozwijały działalność. Założeniem programu Społeczny StartUp jest także szerzenie wiedzy na temat przedsiębiorczości społecznej w Polsce, promowanie autentycznej współpracy i wymiany wiedzy i doświadczeń pomiędzy sektorem biznesu i społecznym, jak również umacnianie roli wolontariatu kompetencyjnego jako istotnej części działań w ramach CSR. Celem niniejszego raportu jest przedstawienie doświadczeń, konkluzji oraz rekomendacji płynących z I edycji programu Społeczny StartUp z perspektywy jego organizatorów, fundatora, uczestników, jak również ekspertów-doradców i przedstawicieli środowiska akademickiego zaangażowanych w przeprowadzenie programu.



Beata Kenig, koordynatorka programu Społeczny StartUp, Ashoka

Razem na rzecz silniejszej przedsiębiorczości społecznej w Polsce - nasza wspólna droga z Bankiem Pekao S.A. i Ashoka Polska

Społeczny StartUp jest wynikiem innowacyjnego podejścia do przedsiębiorczości społecznej i doświadczeń ze współpracy pomiędzy UniCredit Foundation i Bankiem Pekao S.A. a Ashoką. Taka współpraca pomiędzy partnerami biznesowymi a społecznymi jest nieodzowna jeśli obiecujące przedsiębiorstwa społeczne mają napisać własne historie biznesowego sukcesu. Powodzenie takich przedsięwzięć zależy bowiem od narzędzi, dzięki którym możliwe jest stworzenie konkurencyjnych, dających się upowszechniać i zapewniających finansową trwałość modeli biznesowych.

Dla UniCredit Foundation program Społeczny StartUp był okazją do potwierdzenia zaangażowania Fundacji w procesy włączania społecznego i rozwoju przedsiębiorczości społecznej, tym razem także w Polsce. Udział w programie pozwolił nam także osiągnąć głębsze zrozumienie specyfiki i lokalnego kontekstu działania organizacji wspieranych w projekcie.

W programie Społeczny StartUp wspierane były inicjatywy, które według UniCredit Foundation mają znaczący potencjał rozwoju. Poza wsparciem finansowym, przedsiębiorstwa uczestniczące w programie otrzymały cenne doradztwo, mentoring i szkolenia, dzięki którym mogły wzmocnić umiejętności i kompetencje niezbędne w rozwoju ich biznesu. Ten merytoryczny i ekspercki element programu, zapewniony przez Ashokę i doradców biznesowych współpracujących z tą organizacją, pozwolił beneficjentom na usystematyzowanie, usprawnienie i udoskonalenie procesów i strategii, dzięki którym ich inicjatywy mogą odnieść sukces. Uzupełnieniem był znakomity wkład ze strony Banku Pekao S.A., który zaangażował także swoich pracowników i udostępnił ogromną wiedzę i doświadczenie typowe dla banku silnie zakorzenionego w lokalnym środowisku i wrażliwego na potrzeby społeczeństwa obywatelskiego.

Już od bardzo długiego czasu metodą upowszechniania solidarności jest dla korporacyjnej Fundacji UniCredit wspieranie i wzmocnianie przedsiębiorczości społecznej, która jest niezbędnym i jednym z najbardziej innowacyjnych narzędzi postępu gospodarczego i społecznego. Od zawsze stawiamy na wspieranie środowisk lokalnych poprzez aktywność i troskę o ich dobro, w szczególności poprzez skupianie uwagi na indywidualnych potrzebach, szczególnie tych osób, które najbardziej potrzebują pomocy. Cel ten stanowi wyróżnik wszystkich projektów Fundacji UniCredit we wszystkich krajach, w których działamy. Jest to również cecha zaangażowania społecznego współpracujących z Fundacją lokalnych banków należących do Grupy UniCredit. Dzięki temu społeczności lokalne mogą liczyć z naszej strony na wielokrotną wartość dodaną naszych działań.

Razem na rzecz silniejszej przedsiębiorczości społecznej w Polsce - nasza wspólna droga z Bankiem Pekao S.A. i Ashoka Polska

Promujemy ten model „działania i współpracy” zarówno wewnątrz jak i na zewnątrz Grupy stale wypełniając go treścią i zwiększając jego zasięg. Robimy to również poprzez angażowanie pracowników UniCredit, którym oferujemy kilka form uczestnictwa, w tym w roli edukatorów i mentorów, ale również przez takie inicjatywy jak „Twój wybór, Twój projekt”. Program ten stanowi integralny element pierwszej edycji Społecznego StartUpu, w którym w różnych formach uczestniczą pracownicy UniCredit głosząc na swoje ulubione organizacje planujące wdrożyć projekty przedsiębiorczości społecznej. Wybór dotyczy organizacji wstępnie wyselekcjonowanych przez Fundację UniCredit we współpracy z lokalnymi partnerami merytorycznymi, np. Ashoką. Dzięki możliwości oddania swojego głosu, pracownicy mogą uzyskać dodatkowe granty i wsparcie finansowe na rzecz realizacji poszczególnych projektów.

Wierząc głęboko w potencjał Trzeciego Sektora, w Fundacji UniCredit kierujemy nasze działania przede wszystkim do organizacji typu non-profit, organizacji pozarządowych i innych podobnych inicjatyw. Jesteśmy świadomi wciąż istniejącego potencjału rozszerzania przedsiębiorczości społecznej pomimo istnienia bogactwa jej różnorodnych form wynikających z różnych uwarunkowań prawnych w każdym kraju, w którym jesteśmy obecni.

Wyzwanie, jakie stoi przed nami jako fundacją korporacyjną grupy bankowej, polega na łączeniu efektu społecznego ze zrównoważonymi modelami rynkowymi. Naszym głównym celem jest tworzenie sprawnego ekosystemu umiającego wykorzystywać narzędzia, wykorzystującego podstawowe schematy biznesowe i dającego możliwość budowania dobrostanu i spójności społecznej jako uzupełnienia celu komercyjnego.

Gromadzone od 2003 r. doświadczenia wskazują, iż przedsiębiorczość społeczna prowadzi do poprawy warunków społeczno-ekonomicznych w regionie i całym kraju, a wszystko zaczyna się od solidarności między ludźmi i aktywności obywatelskiej.



Maurizio Carrara, Prezes UniCredit Foundation

Rola Banku Pekao S.A. w projekcie Społeczny StartUp

Biznes to odpowiedzialność. Dobrze prosperująca działalność biznesowa to „koło zamachowe” dla tworzenia nowych miejsc pracy, transferu wiedzy i technologii, budowy infrastruktury i generowania dochodów publicznych. Nie mniej istotne jest przy tym tworzenie kapitału społecznego. Umiejętne połączenie tych celów, wzbogacone o profesjonalne narzędzia biznesowe i innowacyjne pomysły, kreuje szeroko rozumiane pozytywne zmiany społeczne.

W Banku Pekao doceniamy pozytywny wpływ przedsięwzięć ekonomii społecznej na poprawę sytuacji lokalnych społeczności. Jesteśmy jednocześnie świadomi ograniczeń związanych z możliwością komercyjnego finansowania takich projektów. Dlatego wspólnie z UniCredit Foundation i Fundacją Ashoka Innowatorzy dla Dobra Publicznego zdecydowaliśmy się na realizację programu Społeczny StartUp. Dzięki naszemu zaangażowaniu zaadresowaliśmy dwa istotne problemy, z którymi na co dzień borykają się przedsiębiorstwa społeczne: niewystarczające środki finansowe oraz deficyt wiedzy i umiejętności niezbędnych do efektywnego prowadzenia działalności gospodarczej. 10 uczestników programu otrzymało granty, które umożliwiły im realizację planów rozwojowych. Dodatkowe środki trafiły także do przedsiębiorstwa „Zwierzakowo”, którego projekt zyskał największe uznanie wśród pracowników naszego Banku.

Rola Banku Pekao w programie Społeczny StartUp to również wsparcie merytoryczne udzielane laureatom konkursu poprzez działania doradcze i szkoleniowe prowadzone przez pracowników Banku. Dotyczyły one między innymi zarządzania personelem i sztuki prezentacji. Z doświadczenia wiemy bowiem, że o sukcesie przedsiębiorstw decydują często przede wszystkim kompetencje osób zarządzających biznesem. Ta sama zasada odnosi się do przedsiębiorstw społecznych.

Jesteśmy bardzo zadowoleni z rezultatów pierwszej, pilotażowej edycji programu wspierania przedsiębiorstw ekonomii społecznej. Tego rodzaju ponadsektorowe partnerstwa przynoszą wielowymiarowe korzyści, umożliwiają transfer specyficznego know-how oraz multiplikację dobrych praktyk. Doświadczenia zdobyte w tej edycji programu zamierzamy wykorzystać w jego kolejnej odsłonie. Wierzymy, że poprzez rolę mecenasa, jaką pełniemy w tego typu inicjatywach, przyczyniamy się do rozwoju społeczeństwa, w którym funkcjonujemy. Wierzymy też, że laureaci, z którymi współpracowaliśmy i współpracujemy dobrze wykorzystają zdobyte doświadczenia i będą umacniać swoje biznesowe pozycje. Kibicujemy im, życząc realizacji planów rozwojowych, które przez prawie rok wspólnej pracy nabrały realnych kształtów.



Grzegorz Piwowar, Wiceprezes Zarządu Banku Pekao S.A.

O przedsiębiorczości społecznej

W ostatnich latach można zaobserwować rosnące zainteresowanie ekonomią społeczną jako narzędziem, które pomaga budować pluralistyczną i odporną gospodarkę rynkową. Przedsiębiorstwa społeczne odgrywają znaczącą rolę w rozwiązywaniu problemów społecznych i środowiskowych oraz wspieraniu rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu. Temat ekonomii społecznej został poruszony w nowej perspektywie unijnej 2014-2020, gdzie wyraźnie wskazano, że Europejski Fundusz Społeczny powinien aktywnie wspierać tworzenie przedsiębiorstw społecznych jako źródła zatrudnienia, zwłaszcza dla tych grup ludzi, którzy z różnych powodów napotykają trudności w poszukiwaniu pracy (np. młodzież zagrożona wykluczeniem społecznym, osoby niepełnosprawne, mieszkańcy terenów wiejskich).

W Polsce rozwój ekonomii społecznej jest istotnym elementem polityki rządowej. Według najnowszych opracowań znaczenie i rola ekonomii społecznej w Polsce do roku 2020 znacząco wzrosnie. W tym okresie liczba miejsc pracy stworzonych przez ten sektor zwiększy się do ponad 35.000. Zgodnie z Krajowym Programem Rozwoju Ekonomii Społecznej (KPRES) kluczowymi celami dla sektora ekonomii społecznej w Polsce są: wzrost kompetencji oraz powiązanie przedsiębiorstw ekonomii społecznej ze społecznościami lokalnymi.

Przedsiębiorstwa społeczne mają potencjał, by pozytywnie i w zrównoważony sposób zmieniać życie ludzi w potrzebie i służyć społeczeństwu poprzez wyrównywanie szans społecznych. W KPRES wskazano, że wsparcie i rozwój takiej przedsiębiorczości powinny koncentrować się na rozwoju umiejętności menadżerskich i społecznych, a także na tworzeniu narzędzi finansowania, aby skutecznie stymulować i zwiększać pozytywny społeczny wpływ tego typu przedsięwzięć.

(Więcej w Raporcie o sytuacji mikro i małych firm w roku 2015)

Co to jest przedsiębiorstwo społeczne

Przedsiębiorstwo społeczne charakteryzuje się tym, że:

- jest to podmiot prowadzący działalność gospodarczą, wyodrębniony pod względem organizacyjnym i rachunkowym;
- celem działalności gospodarczej jest integracja społeczna i zawodowa osób zagrożonych wykluczeniem społecznym (w tym przypadku wymagane jest zatrudnienie co najmniej 50% osób pochodzących z grup zagrożonych wykluczeniem społecznym lub 30% osób o umiarkowanym lub znacznym stopniu niepełnosprawności) lub świadczenie usług społecznych użyteczności publicznej, przy jednoczesnej realizacji celów prozatrudnieniowych (zatrudnienie min. 20% osób z określonych grup zagrożonych wykluczeniem społecznym);
- nie rozdziela zysku lub nadwyżki bilansowej pomiędzy udziałowców, ale przeznaczają go na wzmocnienie potencjału przedsiębiorstwa jako kapitał niepodzielny oraz w określonej części na reintegrację zawodową i społeczną (w przypadku przedsiębiorstw o charakterze zatrudnieniowym) lub na działalność pożytku publicznego prowadzoną na rzecz społeczności lokalnej, w której działa przedsiębiorstwo;
- jest zarządzany na zasadach demokratycznych lub co najmniej konsultacyjno-doradczych z udziałem pracowników i innych interesariuszy, zaś wynagrodzenia kadry zarządzającej są ograniczone limitami. Status przedsiębiorstwa społecznego uzyskiwany będzie na podstawie przepisów o przedsiębiorstwie społecznym poprzez uzyskanie odpowiedniego wpisu w Krajowym Rejestrze Sądowym.

• (Za: Krajowym Programem Rozwoju Ekonomii Społecznej)

Przebieg programu Społeczny StartUp – streszczenie

Program Społeczny StartUp rozpoczął się od konkursu dla przedsiębiorstw społecznych, który miał miejsce od 15 kwietnia do 15 czerwca 2015 roku, w dwóch kategoriach - Akcelerator, dla istniejących przedsięwzięć oraz Pomysł na przedsiębiorstwo społeczne.

Do konkursu zgłosiło się 37 podmiotów: organizacji pozarządowych prowadzących działalność gospodarczą, spółdzielni socjalnych oraz spółek non-profit. Spośród nadesłanych wniosków, Jury konkursu wybrało 10 przedsiębiorstw, które zakwalifikowały się do trwającego 9 miesięcy programu doradczego w obszarach niezbędnych dla rozwoju ich biznesplanów. Po zmapowaniu indywidualnych potrzeb każdego z przedsiębiorstw, czterdziestu doradców pro bono pracowało z uczestnikami programu nad rozwojem kompetencji w takich dziedzinach, jak:

- Budowanie i zarządzanie zespołem
- Planowanie finansowe
- Marketing i promocja
- Strategia sprzedaży
- Zarządzanie łańcuchem dostaw
- Przygotowanie umów z dostawcami
- Budowanie i utrzymywanie relacji z klientami.

Obok kompleksowego wsparcia doradczego, uczestnicy otrzymali granty rozwojowe. Wsparcie finansowe ukierunkowane było na te obszary, dla których trudno jest uzyskać finansowanie z innych źródeł, a które stanowiły ważne „koło zamachowe” inkubowanych przedsięwzięć.

W ramach programu przeprowadzone zostały trzy dwudniowe szkolenia, z następującej tematyki:

- Tworzenie modeli biznesowych oraz wykorzystanie SRS (Social Reporting Standard) – prowadzenie: Agata Stafiej
- – Bartosik, Dyrektor Ashoki w Polsce oraz Georg Schoen, Dyrektor Ashoki w Austrii
- Budowanie zespołu – prowadzenie Marek Koterias, Bank Pekao S.A.
- Sztuka prezentacji – prowadzenie Marek Koterias i Anetta Dąbrowska, Bank Pekao S.A.

Indywidualne spotkania z doradcami w istotny sposób pomogły uczestnikom uporządkować lub udoskonalić wiedzę na temat działań ze wszystkich obszarów związanych z prowadzeniem biznesu. Pozwoliły także na wypracowanie profesjonalnego, stosowanego w biznesie, podejścia do planowania działań i dopasowanych do nich prognoz budżetu, ze szczegółowymi danymi dotyczącymi prognozowanych przychodów i kosztów działalności.

Patronat nad konkursem Społeczny StartUp objęły portale: ekonomiaspoleczna.pl, egospodarka.pl, CR Navigator oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Przegląd przedsiębiorstw społecznych – uczestników programu Społeczny StartUp

W gronie laureatów konkursu i uczestników programu wsparcia finansowego i doradczego Społeczny StartUp znalazły się następujące organizacje:

Stowarzyszenie Wielkopomoc

Liczba pracowników dotychczas oddalonych od rynku pracy: **6 osób**¹

- Stowarzyszenie Wielkopomoc, prowadzące dom wspólnotowy dla 24 osób bezdomnych w Posadówku koło Lwówka Wielkopolskiego. Przy domu wspólnotowym powstało schronisko dla psów Zwierzakowo, zgłoszone do konkursu Społeczny StartUp. Mieszkańcy wspólnoty, we współpracy z pobliskimi gminami, uruchomili schronisko w formie przedsiębiorstwa społecznego i prowadzą je z dużym sukcesem. Przedsiębiorstwo cały czas się rozwija i tworzy nowe miejsca pracy. W chwili obecnej „Zwierzakowo” ma podpisane z 7 ościennymi Gminami a liczba psów przebywających w schronisku wynosi obecnie 66 sztuk. W najbliższych planach jest rozbudowa schroniska w miarę pozyskanych środków oraz rozszerzenie działalności o dogoterapię, w której uczestniczyć będą dzieci z pobliskich szkół specjalnych oraz Warsztatów Terapii Zajęciowej. Stowarzyszenie podejmuje wszelkie próby motywacji mieszkańców w celu usamodzielnienia się, podjęcia pracy oraz normalnej egzystencji w społeczeństwie. Stowarzyszenie w ostatnich 3 latach przyczyniło się do udanego powrotu do normalnego życia 11 byłych już obecnie mieszkańców, którzy prowadzą samodzielne życie, część z nich założyła nowe rodziny, pracują oraz w sposób aktywny udzielają się w życiu społecznym i kulturalnym. Dzięki działalności Schroniska w znacznym stopniu rozbudował się wolontariat w Gminie Lwówek. Uczniowie z lwóweckiego gimnazjum regularnie odwiedzają psy przebywające w Schronisku, pielęgnują je oraz wyprowadzają na spacer. Zwierzakowo nie jest przeciętnym schroniskiem i znacznie wykracza poza formalne wymogi dotyczące traktowania, opieki, żywienia a nawet powierzchni jaka „przystuguje” jednemu psu. Na bieżąco prowadzone są prace mające na celu ukończenia wszelkich potrzebnych pomieszczeń. Wkrótce Stowarzyszenie planuje rozpocząć uprawę orkisz i produkcję pelletu.

- **W RAMACH PROGRAMU:** zespół opracował plan działań na najbliższe trzy lata wraz z projekcją budżetową, szczególną wagę zespół przykłada do sprawnego zarządzania procesami oraz doskonalenia komunikacji.

1 Prezentowane w tej sekcji dane dotyczące zatrudnienia oraz osób generujących dodatkowe dochody, a także przygotowujących się do wejścia na rynek pracy, oparte są na informacjach przekazanych przez uczestników i raportowanych przez nich w oficjalnych dokumentach. Pod pojęciem „liczby pracowników dotychczas oddalonych do rynku pracy” rozumie się osoby zatrudnione na umowę o pracę, podczas gdy określenie „liczba osób generujących dodatkowy dochód” oznacza osoby, które nie są zatrudnione, ale dzięki działalności uczestników generują dodatkowe przychody dla swoich gospodarstw domowych. Osoby przygotowujące się do wejścia na rynek pracy także otrzymują wynagrodzenie za wykonaną pracę, ale nie są zatrudnione na umowę o pracę.

Przegląd przedsiębiorstw społecznych – uczestników programu Społeczny StartUp

FUNDACJA SŁAWEK

Liczba pracowników dotychczas oddalonych od rynku pracy: planowane ponad **20 osób**

Fundacja Sławek jest Organizacją Pożytku Publicznego realizującą trudną misję pomocy osobom przebywającym w zakładach karnych, byłym więźniom oraz ich rodzinom. Swoją działalność prowadzi od 1998, od początku stawiając na indywidualne podejście do każdego człowieka oraz kompleksowość wsparcia. Organizacja została ufundowana przez rodzinę Państwa Łagodzińskich – Marka, Danutę, Izabellę i Krzysztofa. Podczas 17 lat działalności Fundacja wypracowała szereg programów oraz modeli wsparcia pozwalających na skuteczną readaptację społeczną i zawodową skazanych.

Fundacja Sławek stale współpracuje ze Służbą Więzienną, Ministerstwem Sprawiedliwości, Służbą Kuratorską i innymi organizacjami społecznymi w celu ciągłego poszukiwania, udoskonalania i realizacji skutecznych metod resocjalizacji i readaptacji społecznej skazanych a także stworzenia w Polsce systemu pomocy postpenitencjarnej. Organizacja prowadzi także Ośrodek Resocjalizacji i Readaptacji Społecznej w Mieni k/Mińska Mazowieckiego w którym nocleg, wyżywienie i programy wsparcia znajdują osoby opuszczające Zakłady Karne i Areszty Śledcze.

Od początku istnienia organizacja angażuje się w działalność gospodarczą prowadząc inicjatywy ekonomii społecznej i wspierając rozwój sektora przedsiębiorczości społecznej w Polsce. Od pierwszych lat działalności aż do 2014 roku prowadziła warsztat samochodowy „Fun Service”, w którym naukę oraz zatrudnienie znalazły osoby skazane oraz byli więźniowie. Pracownicy ci aktualnie z sukcesem samodzielnie prowadzą warsztat. Fundacja realizowała także zamówienia usługowe na rynku budowlanym tworząc brygady remontowe. W ostatnich latach w ramach działalności gospodarczej prowadziła działalność szkoleniową realizując szkolenia miękkie oraz zawodowe dla grup defaworyzowanych.

Obecnie wielkim celem zespołu Fundacji Sławek jest osiągnięcie samodzielności finansowej poprzez stworzenie i prowadzenie pierwszej w Polsce plantacji Kolcowoju Chińskiego, czyli jagód goji. Projekt ten został zgłoszony do konkursu w kategorii II- pomysł.

W RAMACH PROGRAMU: Fundacja Sławek poczyniła wiele kompleksowych działań na rzecz rozwoju swojego przedsięwzięcia, wśród których wymienić należy: szczegółowe zbadanie rynku; dogłębną analizę ryzyk związanych ze specyfiką upraw; prognozę kosztów prowadzenia tego przedsięwzięcia oraz potencjalnych zysków; ocenę wpływu społecznego w przypadku powodzenia przedsięwzięcia; ocenę perspektyw pozyskania inwestycji.

WIĘCEJ NA: <http://fundacjaslawek.org/>

Przegląd przedsiębiorstw społecznych – uczestników programu Społeczny StartUp

FUNDACJA SYNAPSIS

Liczba pracowników dotychczas oddalonych od rynku pracy: **24 osoby**

Fundacja SYNAPSIS, która powołała Ośrodek Dom i Praca w Wilczej Górze odpowiedziała na problem wykluczenia dorosłych osób z autyzmem z życia społecznego – braku pracy i rehabilitacji oraz miejsc do spędzania wolnego czasu. W 2007 roku powstała Pracownia Rzeczy Różnych SYNAPSIS – wytwarzająca rękodzieło artystyczne, produkty ekologiczne, gadżety reklamowe, dająca zatrudnienie 24 osobom z autyzmem. Pracownia została zgłoszona do konkursu w kategorii I – Akcelerator. Przestrzeń Pracowni została zaprojektowana z myślą o specyfice osób z autyzmem – budynek podzielono na dwie strefy – niebieską wyznaczającą przestrzeń do pracy (4 pracownie rękodzielnicze) oraz zieloną - przeznaczoną do zajęć aktywizacyjnych oraz rehabilitacyjnych. Działalność domu mieszkalnego ruszyła jesienią 2013 roku. Dom jest miejscem, w którym realizowany jest projekt z PFRON-u. Osoby z autyzmem, przy wsparciu terapeutów uczą się tam samodzielności. Przestrzeń domu zorganizowana została z uwzględnieniem specjalnych potrzeb, można powiedzieć, iż jest w nim utrzymywany „autystyczny porządek”, jednocześnie osoby z autyzmem mają tam okazję do przebywania we wspólnej przestrzeni z innymi.

W RAMACH PROGRAMU: zespół zajmował się doprecyzowaniem modelu biznesowego oraz doskonaleniem komunikacji i procesów wewnętrznych.

WIĘCEJ NA: <http://pracowniasynapsis.pl/>

Przegląd przedsiębiorstw społecznych – uczestników programu Społeczny StartUp

WSPÓLNY STÓŁ

Liczba pracowników dotychczas oddalonych od rynku pracy: **12 osób**

Spółdzielnia socjalna Wspólny Stół, która w sierpniu 2015 roku rozpoczęła prowadzenie restauracji zatrudniającej osoby długotrwale bezrobotne. Restauracja sąsiadująca z ekskluzywnym hotelem serwuje zdrowe, ekologiczne potrawy, zainspirowane ideą „slow food.” Restauracja na poznańskiej Śródce powstała w ramach działalności poznańskiej Fundacji Pomocy Wzajemnej Barka w odniesieniu do projektów przedsiębiorczości społecznej. W ciągu ostatnich trzech lat fundacja stworzyła 11 spółdzielni socjalnych, w tym pięć w samym Poznaniu. Jedną z nich jest właśnie spółdzielnia „Wspólny Stół”. Obecnie restauracja zatrudnia 12 osób, z czego połowę stanowią osoby długotrwale bezrobotne, powracające na rynek pracy. Są to osoby, które nie pracowały nawet kilkanaście lat, z różnych powodów; problemów rodzinnych, walki z uzależnieniami, które są często w wieku przedemerytalnym. Druga grupa pracowników to studenci, którzy swoim zaangażowaniem wspierają działalność restauracji.

Głównym elementem wyposażenia lokalu jest długi, pięciometrowy, dębowy stół, przy którym zasiąść może niemal 20 osób. Stół ma także swój wymiar symboliczny - jak mówią twórcy restauracji - ma być miejscem, przy którym każdy, pomimo różnorodności czuje się dobrze, i przy którym każdy jest równy. Restauracja Wspólny Stół została zgłoszona do konkursu w kategorii I – Akcelerator; obecnie można powiedzieć, że jest jedną z najbardziej popularnych restauracji w Poznaniu, nie tylko ze względu na swoją misję społeczną, ale także na wyjątkową jakość i smak serwowanych potraw. Kalendarz rezerwacji na firmowe spotkania integracyjne oraz uroczystości rodzinne we Wspólnym Stole wypełniony jest na kilkanaście miesięcy do przodu.

W RAMACH PROGRAMU: Zespół wspólnego stołu poświęcił wiele pracy sposobom zarządzania procesami i zespołem, a także projektowaniu finansowemu. Szybki sukces pomysłu postawił zespół przed koniecznością skuteczniejszego planowania oraz przyspieszonego rozwoju parku maszynowego i sieci dostawców.

WIĘCEJ NA: <http://www.wspolnystol.org/>

Przegląd przedsiębiorstw społecznych – uczestników programu Społeczny StartUp

FADO

Liczba pracowników dotychczas oddalonych od rynku pracy: **4 osoby**

Spółdzielnia socjalna FADO powstała, aby niwelować i pomagać niwelować innym bariery w dostarczaniu towarów i usług. Zapewnienie jak najszerzego udziału osób z różnymi niepełnosprawnościami w życiu społecznym, biznesowym i zawodowym jest priorytetem tego przedsiębiorstwa. Założyciele spółdzielni, sami będąc osobami z różnymi niepełnosprawnościami, bardzo dobrze znają realny problem wdrażania dostępności. Dlatego zakres usług spółdzielni obejmuje produkty, które pomagają głuchym zrozumieć teksty pisane, słabosłyszącym poznać film, niewidomym i słabowidzącym skorzystać ze strony internetowej a osobom poruszającym się na wózkach dotrzeć w każde miejsce. Dzięki przeprowadzonym przez FADO audytom przestrzeni publicznej i cyfrowej oraz tłumaczeniom na język migowy, klienci – urzędy (Rzecznik Praw Obywatelskich, Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi), organizacje pozarządowe (Watchdog Polska, Fundacja Instytut Rozwoju Regionalnego) oraz prywatne przedsiębiorstwa (Laboratorium Badań Społecznych) mogą być dostępne dla osób niepełnosprawnych. Spółdzielnia postanowiła stworzyć narzędzie, dzięki któremu każda organizacja lub firma będzie mogła w szybki i skuteczny sposób sprawdzić, w jakim stopniu jest dostępna dla osób niepełnosprawnych. Prosta w obsłudze aplikacja internetowa pozwoli w przejrzysty sposób sprawdzić podstawowe wskaźniki, w odniesieniu do których trzeba będzie przeprowadzić istotne zmiany i zniwelować bariery architektoniczne. Dzięki narzędziu Spółdzielni Socjalnej FADO zapewnienie usług dostępowych stanie się standardem, który każda nowoczesna organizacja i firma powinna posiadać. Ten produkt został zgłoszony do konkursu w kategorii I – Akcelerator.

W RAMACH PROGRAMU: W trakcie trwania programu Społeczny StartUp FADO rozpoczęła prace nad rozwinięciem mobilnej wersji aplikacji, jak również profesjonalne działania na rzecz poszerzenia współpracy z biznesem i pozyskiwania finansowania.

WIĘCEJ NA: <http://www.spoldzielniafado.pl/>

Przegląd przedsiębiorstw społecznych – uczestników programu Społeczny StartUp

BROWAR SPÓŁDZIELCZY PUCK

Liczba pracowników dotychczas oddalonych od rynku pracy: **13 osób**

Spółdzielnia socjalna Dalba, powołana w czerwcu 2014 roku przez Gminę Puck, Gminę Krokowa i Puckie Stowarzyszenie na Rzecz Osób z Upośledzeniem Umysłowym, założyła browar spółdzielczy. Jest to wielobranżowe przedsiębiorstwo społeczne. Zatrudnia ono obecnie 12 osób w tym 10 osób z niepełnosprawnością intelektualną. Pracownikami są absolwenci warsztatów terapii zajęciowej. Browar Spółdzielczy Puck to pierwszy browar spółdzielczy w Polsce i szósty tego typu na świecie, w którym zatrudnia się osoby z niepełnosprawnością intelektualną. Inicjatywa ta łamie stereotypowe podejście do osób z tego typu dysfunkcją, udowadniając, że ludzie ci są w stanie pełnoprawnie funkcjonować w społeczeństwie. Ponadto, działalność browaru osadzona jest w regionalnych tradycjach Pomorza. Browar spółdzielczy został zgłoszony do konkursu w kategorii I – Akcelerator. Dalba oferuje znakomitej jakości piwo o wyjątkowych walorach smakowych.

W RAMACH PROGRAMU: W październiku 2015 roku spółdzielnia uruchomiła pub – w ramach Społecznego StartUpu w obszarze organizacji i prowadzenia multitap baru zespół spółdzielni otrzymał wsparcie doradcze. Zespół pracował także nad standardami zarządzania zespołem, modelem biznesowym oraz projektowaniem budżetu.

WIĘCEJ NA: <http://www.browarspoldzielczy.com/>

Przegląd przedsiębiorstw społecznych – uczestników programu Społeczny StartUp

FOOD FOR GOOD – FUNDACJA SAMODZIELNI ROBINSONOWIE

Liczba uczestników programu przygotowujących się do wejścia na rynek pracy: **ponad 40 osób rocznie**

- Fundacja Samodzielni Robinsonowie, powstała w 2014 jako organizacja wspierająca działania Fundacji Robinson Crusoe. Fundacja zajmuje się usamodzielnianiem i wszechstronnym wspieraniem młodzieży z instytucji opieki zastępczej (domy dziecka, rodziny zastępcze, rodzinne domy dziecka) oraz zagrożonej wykluczeniem społecznym. Podopieczni Fundacji są często pozbawieni wsparcia rodzinnego i tak jak rozbitkowie zmagają się z uczuciem porzucenia, bezradności i lęku przed kolejnym niepowodzeniem. Z powodu braku wiary w siebie i braku oparcia w rodzinie często wycofują się z sytuacji wymagających wytrwałości i rezygnują z szans mogących odmienić ich los. Fundacja uczy młodzież, jak zyskać samodzielność ekonomiczną, społeczną i emocjonalną - jak przerwać zakłęty krąg bezradności, jak przełamywać bariery, jak samodzielnie walczyć o swoje miejsce w świecie i w społeczeństwie.
- Projekt **Food for Good**, czyli Piernik Dobrodzielny, został zgłoszony do konkursu w kategorii I – Akcelerator. Powstanie tego przedsiębiorstwa społecznego było pomysłem młodzieży, który fundacja wprowadziła w życie i nadała mu ramy prawne. Produkt – Dobrodzielny Piernik w samej nazwie zakłada już dzielenie się. Piernik jest produktem ekologicznym (nie ma w nim chemicznych dodatków) i niepsującym się. Model pracy jest dostosowany do możliwości uczestników, spotkania produkcyjne odbywają się w co drugi weekend, tak aby młodzież mogła kontynuować naukę i jednocześnie mieć źródło dochodów. Przedsiębiorstwo ma swojego lidera młodzieżowego i zakłada rotację pracowników na różnych stanowiskach w zależności od ich kompetencji i zainteresowań. Produkcja odbywa się w szkole z zapleczem gastronomicznym, szkoła zapewnia mentora – mistrza cukiernictwa, który czuwa nad procesem produkcji i służy radą. Młodzież dzieli się swoim wyrobem, a osoba kupująca może podzielić się tym, co otrzymała, z inną osobą. Ciastko wypiekane przez młodzież składa się z dwóch części (słodkiej i pikantnej) i łatwo się łączy, co daje możliwość podzielenia się nim.
- WRAMACH PROGRAMU:** Fundacja m.in. przeformułowała i zoptymalizowała procesy produkcji i sprzedaży, stawiając na sezonowość oraz kompetencje i kwalifikacje personelu odpowiedzialnego za zarządzanie zespołem, sprzedaż i relacje z klientami.
- WIĘCEJ NA:** <http://www.fundacjarobinson.org.pl/strona/wspolpraca/wspolpraca-z-zssg-przy-ul-komorskiej-1723>

Przegląd przedsiębiorstw społecznych – uczestników programu Społeczny StartUp

FAJNA SPÓŁDZIELNIA SOCJALNA

Liczba pracowników dotychczas oddalonych od rynku pracy: **12 osób**

FAJNA Spółdzielnia Socjalna, przedsiębiorstwo społeczne zajmujące się aktywizacją osób z niepełnosprawnościami poprzez pracę i wspólne działania. Jako partner franczyzowy brytyjskiej firmy CLARITY EFBP, FAJNA zajmuje się wytwarzaniem kosmetyków metodą manufakturową. Oferta spółdzielni to naturalne, ręcznie robione oraz konfekcjonowane mydła o właściwościach prozdrowotnych. Bogaty asortyment (ponad 60 rodzajów mydeł) sprawia, iż dostosowane są one do wszystkich typów skóry, niezależnie od płci i wieku. Wykonywane są one tylko z naturalnych składników pochodzenia roślinnego (barwniki, ekstrakty, gliceryna). Propozycja FAJNEJ jest wzbogacona o dodatkowy innowacyjny element, czyli produkcję mydeł dedykowanych. Są to produkty wykonane z naturalnej gliceryny w kształcie, kolorze i zapachu opracowanym specjalnie dla Klienta. FAJNA zajmuje się również design`em, usługami projektowymi, produkcją artykułów dekoracyjnych oraz prowadzeniem warsztatów rękodzielniczych. Do konkursu Społeczny StartUp FAJNA zgłosiła projekt wysp sprzedażowych w centrach handlowych, które będą zajmowały się sprzedażą produktów i usług przedsiębiorstw społecznych. Projekt zgłoszony został w kategorii I – Akcelerator.

W RAMACH PROGRAMU: Z pomocą doradców zespół spółdzielni bardzo intensywnie pracuje nad rozwojem tego przedsięwzięcia, rozwijając swoje kompetencje w kwestiach prawnych, marketingowych, sprzedażowych i tych związanych z logistyką oraz łańcuchem dostaw. W styczniu 2016 roku rozpoczął działalność sklep internetowy, oferujący produkty 10 dostawców, z którymi spółdzielnia podjęła współpracę w ramach tej inicjatywy.

WIĘCEJ NA: www.fajna.eu

Przegląd przedsiębiorstw społecznych – uczestników programu Społeczny StartUp

SERFENTA

Liczba osób generujących dodatkowy dochód: **40 osób**

Stowarzyszenie Serfenta jest wiodącą instytucją w Polsce w zakresie badań nad plecionkarskim rzemiosłem. Stowarzyszenie ma za sobą 6 lat badań terenowych, wystaw, warsztatów, konferencji, wydawania książek i filmów. Dzięki badaniom, Stowarzyszenie poznało rzemieślników, artystów, instruktorów, naukowców zajmujących się tą dziedziną. Odpowiadając na pytanie, co czeka rzemiosło w przyszłości, Stowarzyszenie szuka inspiracji w świecie designu, możliwościach płynących z turystyki i międzynarodowych organizacjach łączących twórców ze światem biznesu. Jednym z celów organizacji jest poprawa sytuacji ekonomicznej plecionkarzy i na tym ma się opierać przedsiębiorstwo społeczne Stowarzyszenia. Pomysł na biznes, zgłoszony do konkursu to organizacja odpowiedzialnej turystyki w społecznościach plecionkarskich i sprawiedliwy handel wyrobami, a swoją ofertę chce Stowarzyszenie kierować do zagranicznych klientów. Do konkursu Stowarzyszenie Serfenta zgłosiło się w kategorii II – Pomysł. Wyjątkowe i unikatowe produkty oferowane przez Serfentę cieszą się coraz większym zainteresowaniem klientów, zarówno w Polsce, jak i za granicą.

W RAMACH PROGRAMU: Doradztwo w programie pomogło zespołowi Serfenty rozwinąć strategię marketingową i sprzedażową, planowanie działań biznesowych oraz planowanie finansowe.

WIĘCEJ NA: www.serfenta.pl

Przegląd przedsiębiorstw społecznych – uczestników programu Społeczny StartUp

DALEJ RAZEM SP. Z O.O.

Liczba pracowników dotychczas oddalonych od rynku pracy: **16 osób**

Dalej Razem – spółka powołana przez Stowarzyszenie Pomocy osobom Autystycznym, która ma na celu przede wszystkim aktywizację zawodową i zatrudnienie osób z zaburzeniami ze spektrum autyzmu. Spółka powstała dzięki wsparciu ze strony Velux Foundation w 2013 roku. W Polsce oprócz Dalej Razem Sp. z o.o. nie istnieje ani jedna spółka non-profit powstała w celu tworzenia miejsc pracy dla osób z autyzmem. Obecnie spółka zatrudnia 16 osób z autyzmem i zespołem Aspergera, które zasilają zespoły pracowni: kulinarnej, rękodzielniczej, multimedialnej oraz poligraficznej. Ta ostatnie przerodziła się w maju 2014 roku w profesjonalną drukarnię internetową WYDRUKUJEMY.TO. W piekarni Dalej Razem można kupić bezglutenowe, cieszące się ogromną popularnością pieczywo i ciastka. W listopadzie 2014 roku premierę miał portal edukacyjny Dalej Razem Edu – poświęcony tematyce zaburzeń ze spektrum autyzmu. Portal zawiera ofertę szkoleń z tematyki autyzmu dla terapeutów, nauczycieli, filmy edukacyjne oraz pomoce terapeutyczne wykonywane w rękodzielni. W trakcie trwania programu Społeczny StartUp portal Dalej Razem Edu został rozwinięty o moduł „EdWord” – aplikację stanowiącą bazę grafik i zdjęć z możliwością edycji ich podpisów i wydruku, z którą Dalej Razem zgłosiła się do konkursu w kategorii I – Akcelerator. Aplikacja jest odpowiedzią na potrzeby tych osób z autyzmem, które nie komunikują się werbalnie. Dostęp do grafik i zdjęć za niewielką opłatą abonamentową ułatwi osobom z autyzmem kontakt ze światem i poprawi komfort ich życia. W Dalej Razem Sp. z o.o. czynione są wysiłki, by dzielić się z innymi wiedzą zdobytą podczas 14 lat istnienia Stowarzyszenia, a tym samym – by przywrócić światu osoby z autyzmem i sprawić, by czuli się oni w tym świecie bardzo dobrze.

W RAMACH PROGRAMU: Zespół Dalej Razem rozpoczął działania służące wejściu na rynek anglojęzyczny oraz niemieckojęzyczny. Uruchomiono wersję angielską aplikacji. Dopracowywana jest także wersja niemiecka.

WIĘCEJ NA: <http://www.firma.dalejrazem.pl/oferta.html>

Organizacje uczestniczące w programie Społeczny StartUp to podmioty, które wspierają osoby zagrożone wykluczeniem społecznym.

Wśród beneficjentów ich działań są:

- osoby z niepełnosprawnością intelektualną;
- pracownicy z niepełnosprawnościami fizycznymi;
- osoby z zaburzeniami ze spektrum autyzmu;
- więźniowie i byli więźniowie w procesie powrotu do społeczeństwa i na rynek pracy;
- młodzież – wychowankowie domów dziecka lub rodzin zastępczych w procesie usamodzielniania się i zdobywania pierwszych doświadczeń zawodowych;
- osoby wychodzące z bezdomności;
- osoby długotrwale bezrobotne;
- osoby po kryzysach życiowych;
- osoby po doświadczeniach z uzależnieniami;
- osoby, które przetrwały przemoc domową;
- seniorzy z obszarów wiejskich.

Wnioski i rekomendacje płynące z programu Społeczny StartUp z perspektywy doradców biznesowych

Aleksandra Stanek-Kowalczyk, Senior Manager, Deloitte Sustainability Consulting Central Europe, Deloitte, doradca pro bono programu Społeczny StartUp:

Kluczowym wyzwaniem, przed którym stają przedsiębiorstwa społeczne, jest paradoksalnie to, co jest ich przewagą konkurencyjną na rynku, czyli prowadzenie działalności biznesowej opartej o misję, nastawionej nie tylko na zysk, ale też rozwiązywanie problemów społecznych. Często przedsiębiorstwa takie nie potrafią sobie poradzić, z pogodzeniem tych dwóch wymiarów. Firmy wywodzące się z dojrzałych organizacji społecznych, za którymi stoi wspaniała idea, nie potrafią sobie poradzić w rzeczywistości rynkowej, gdzie konieczne jest myślenie w kategoriach kosztów i przychodów, a klient staje się bardzo ważnym interesariuszem. Dlatego też, przedsiębiorcy społeczni powinni zacząć od uzupełnienia istniejących w organizacjach kompetencji społecznych, kompetencjami biznesowymi, ale też a może nawet przede wszystkim, od zmiany sposobu myślenia i patrzenia na **pieniądz i możliwość generowania zysku, nie jako na uboczny efekt ich działalności społecznej, ale jako szansę na stabilny i długotrwały rozwój ich organizacji.**

Elżbieta Rosiak, Dyrektor Zarządzający, Pion Zasobów Ludzkich, Biuro Relacji Pracowniczych, Bank Pekao S.A., doradca pro bono programu Społeczny StartUp:

Poprzez swoją misję, przedsiębiorstwa społeczne są nowymi i zarazem specyficznymi podmiotami naszej gospodarki. Na podstawie prowadzonych badań wskazano długi katalog przeszkód w prowadzeniu działalności przez podmioty ekonomii społecznej, ale jako kluczowe podaje się brak zaufania do takich inicjatyw i postrzeganie przedsiębiorstwa społecznego jako podmiotu, oferującego usługi na niskim poziomie z uwagi na działanie w obszarach wykluczenia społecznego. Dlatego też, w mojej ocenie, **największym wyzwaniem jest komercjalizacja pomysłu „na biznes”**, czyli zdolność pozyskania środków na rozwój poprzez wykazywanie społecznej i gospodarczej wartości dodanej danego podmiotu ekonomii społecznej. Trzeba więc poszukiwać szans na rozwój tych podmiotów poprzez szeroką promocję ich działalności, wykazywanie ich konkurencyjności oraz wzmacnianie podejmowanej współpracy z lokalnymi instytucjami finansowymi i bankami.

Tomasz Kierzkowski, Dyrektor Biura Funduszy Unii Europejskiej i Programów Publicznych, Pekao S.A.

Przedsiębiorstwa społeczne funkcjonują na tym samym rynku, na którym działają firmy nie mające społecznej misji. Dlatego, aby móc z nimi skutecznie konkurować, muszą **obserwować, w jaki sposób prowadzą działalność przedsiębiorstwa komercyjne i przejmować od nich najlepsze wzorce w różnych obszarach:** marketingu, zarządzania czy sprzedaży. Dzięki temu w jeszcze większym stopniu będą mogły prowadzić działalność na rzecz osób zagrożonych wykluczeniem.

Maciej Iwankiewicz, konsultant i doradca zarządów ds. strategii marketingowych i komunikacyjnych; założyciel i prezes Broad-Reach MCC.

Przedsiębiorstwa społeczne rozwijają się na świecie od wielu już lat. W Polsce to także już nie tylko moda, ale oparta na idei i określonych wartościach praca, dająca możliwości realizacji celów społecznych. Poprzez swoją działalność przedsiębiorstwa społeczne otwierają jednak temu właśnie biznesowi nowe możliwości poszerzania horyzontów działalności. Ponieważ są w bezpośrednim kontakcie z pomijanymi grupami konsumentów, zdecydowanie lepiej rozumieją ich potrzeby. Czerpiąc równocześnie z głębokich wartości etycznych, swoje zaangażowanie społeczne przekuwają w pomysły, wynalazki i udogodnienia, które służą ludziom, przede wszystkim tam, gdzie nie radzą sobie oni ze swoimi ograniczeniami życiowymi czy gospodarczymi.

Doświadczenie przedsiębiorstw społecznych, ich elastyczność i patrzenie przez pryzmat ludzkich problemów może pomóc biznesowi tak podejmować decyzje, aby nie musiały one wybierać pomiędzy zyskiem a odpowiedzialnością społeczną, tylko umiejętnie łączyły je w swoich modelach biznesowych i łańcuchach gospodarczych. Osobiście dostrzegam jednak pewną cechę przedsiębiorstw społecznych – tam, gdzie ich misja i wizja realizacji idei i celów społecznych zderza się z prawami, które (być może z pewnymi wyjątkami) decydują o powodzeniu takiego rodzaju przedsięwzięć. Są to reguły zarządzania, współpracy z ludźmi, ekonomii oraz marketingu, który pomaga osadzić działalność społeczną w realiach rynkowych oraz przygotować grunt do współpracy z firmami nastawionymi na zysk. Wymaga to oczywiście wiedzy w tych dziedzinach, a także przydatnego w wielu sytuacjach gospodarczych doświadczenia w biznesie. Całość jednak zależy od tego, **na ile osoby podejmujące się rozwinięcia społecznego przedsiębiorstwa odrzucają swoje (często wynikające z wcześniejszych doświadczeń biznesowych) przyzwyczajenia i zamiast myśleć kategoriami zysku finansowego przestawią się na pracę dla zysku społecznego.**

Marek Śliboda, Prezes Zarządu, Marco sp. z o.o.

Przedsiębiorstwa społeczne powinny zdecydowanie **wykorzystać swoje wartości do budowy odpowiedniej kultury organizacyjnej, która pozwoli im uzyskać trwałą przewagę konkurencyjną** na rynku. Jestem przekonany, że tego typu przedsiębiorstwa będą z roku na rok coraz bardziej widoczne i wpływowe w otoczeniu biznesowym. Ważne jest, aby z jednej strony kultywować to, co powinno być trwałe i niezmiennie, czyli długofalową wizję i misję oraz wartości i ideały, które stworzyły PS. Z drugiej strony nie można zapominać o ciągłej, pozytywnej zmianie, osiągananej poprzez innowacyjność, kreatywność i ciągłe doskonalenie wszelkich procesów. Ta mieszanka tradycji i społecznej odpowiedzialności oraz pasji i innowacyjności stworzy odpowiedni fundament do budowy prawdziwie wizjonerskiej organizacji. Sądzę, że wielu takim organizacjom potrzebny jest leader obszaru biznesowego, który mógłby

Marek Niedźwiedź był dyrektorem marketingu i CRM, Polkomtel Sp. z o.o.

Wielu organizacjom społecznym, planującym uruchomienie przedsiębiorstwa społecznego, brakuje szeroko pojętego know-how biznesowego. Począwszy od umiejętności zbudowania strategii komercyjnej, powiązania ze sobą różnych elementów i znalezienia synergii pomiędzy nimi, a skończywszy na kwestiach narzędziowych z obszaru marketingu i sprzedaży oraz ułożenia procesów wewnętrznych w organizacji.

Sądzę, że wielu takim organizacjom **potrzebny jest leader obszaru biznesowego, który mógłby poprowadzić organizację w kierunku komercyjnym**. Na tyle dojrzały, żeby podjąć obszar strategiczny, ale też na tyle „umocowany” żeby mieć realny bieżący wpływ na działalność organizacji.

Wnioski i rekomendacje przedsiębiorców społecznych – dlaczego warto wziąć udział w programie?

Dorota Poślednia, Dalej Razem Edu

Dzięki udziałowi w projekcie Społeczny Start-Up **nauczyliśmy się bardziej biznesowego podejścia**. Wiele rzeczy wiedzieliśmy, ale nie zdawaliśmy sobie sprawy, że są one tak ważne dla potencjalnych partnerów biznesowych. Dla nas najważniejszy jest czynnik humanistyczny tego, co robimy, bo to dobro podopiecznych naszego stowarzyszenia jest motorem naszych działań. Zrozumieliśmy jednak, że przedsiębiorców przekonuje nie tyle waga problemu, z jakim się mierzymy, co czynnik ekonomiczny - a więc jak dobrze radzimy sobie z własnym biznesem/pomysłem.

Udział w szkoleniach pomógł nam oswoić narzędzia, które ułatwiają kontakty między ekonomią społeczną a biznesem.

Myślę, że właśnie to, a więc przełamanie bariery w kontakcie z „prawdziwymi” przedsiębiorcami i przeskoczenie na bardziej ekonomiczne myślenie o naszej działalności jest przedsiębiorstwom społecznym najbardziej potrzebne do rozwoju.

Magdalena Kępka, Fundacja Samodzielni Robinsonowie

Jedną z najważniejszych korzyści udziału w programie Społeczny StartUp było, w przypadku Food for Good, wsparcie/inwestycje w obszary związane z rozwojem sprzedaży, księgowością, zakupem oprogramowania handlowo/księgowego, sprzętu itp. - innymi słowy, nie bezpośrednio wsparcie naszych podopiecznych, ale wsparcie administracyjnego zaplecza. W procesie tym **ogromną wartość miało doradztwo od profesjonalistów** i pomoc w rozpowszechnianiu wiedzy o naszym produkcie.

Nie mniej ważną korzyścią uczestnictwa w tym projekcie było poznanie innych społecznych działaczy. Przestrzeń, gdzie uczestnicy mogli, zarówno podczas warsztatów, jak i w kulisach porozmawiać było bardzo wnoszącym doświadczeniem - kibicowanie sobie, porównanie i zobaczenie jakie są działania, rozwiązania i pomysły innych organizacji dla mnie jest jak doświadczenie karty Mastercard – BEZCENNE.

Wnioski i rekomendacje przedsiębiorców społecznych – dlaczego warto wziąć udział w programie?

Krzysztof Łagodziński, wice-prezes Fundacji Sławek, pomysłodawca projektu Gojiland:

Oprócz „oczywistej oczywistości” jaką jest finansowanie naszych przedsięwzięć, niezwykle istotne dla Fundacji Sławek było wsparcie doradcze zarówno zespołu Ashoka Polska jak i Banku Pekao S.A. oraz firmy PwC Polska. Jako pomysłodawca startupu GojiLand mogę z całym przekonaniem powiedzieć, że największy wkład w stworzenie modelu funkcjonowania naszego społecznego biznesu wniósł właśnie zespół Ashoka Polska. To dzięki ich determinacji i pozytywnemu zmuszaniu do coraz głębszego doprecyzowywania naszych założeń biznesowych powstał profesjonalny biznes plan wraz z budżetem zawierającym szczegółowe wyliczenia będące podstawą naszego biznesu. Również w głównej mierze dzięki Ashoka Polska powstały dokładne, merytoryczne opisy naszego przedsięwzięcia, one-pagery, grafiki czy prezentacje. Kluczowe okazały się szkolenia organizowane przez bank Pekao S.A. oraz PwC. Dzięki nim udało nam się w sposób profesjonalny przygotować do prezentacji naszego pomysłu przed inwestorami, określić główne cele strategiczne naszego pomysłu biznesowego oraz nauczyć się zarządzania zespołem. W mojej opinii opisane powyżej czynniki były determinantem naszego rozwoju i oprócz samego pozyskania pieniędzy (w czym również pomaga nam Ashoka Polska) oraz własnej wytrwałości w dążeniu do celu przyczyniły się do przekształcenia naszego snu w realny projekt społeczny.

Współpraca organizacji i przedsiębiorstw społecznych z biznesem jest jak najbardziej możliwa o czym przekonujemy się choćby w tej chwili korzystając w wolontariatu pracowniczego. Dzięki współpracy z Pekao S.A. mieliśmy możliwość wzięcia udziału w doskonale przygotowanych szkoleniach (brawa dla prowadzącego je Pana Marka Koterasa) oraz bardzo efektywnym wolontariacie pracowniczym. Dzięki współpracy z PwC mieliśmy możliwość uczestniczyć w spotkaniu najlepszych specjalistów PwC z całego świata, którzy pro bono przez cały dzień pochylali się nad naszym pomysłem GojiLand przedstawiając w podsumowaniu niezwykle cenne rady i wnioski.

Jedną z największych przeszkód takiej współpracy może być nieświadomość organizacji pozarządowej, że mogą w ogóle o nią zabiegać. Inną przeszkodą może być nieprofesjonalne podejście do przedstawicieli biznesu (nieodpowiadanie na maile, niewypełnianie zobowiązań) ze strony NGO. Ze strony biznesu z kolei może to być oczekiwanie zbyt dużego profesjonalizmu czy też rozwiązań zwykłych w biznesie od organizacji społecznej, która z natury rzeczy nie jest przyzwyczajona do pracy „korporacyjnej.”

Wnioski i rekomendacje z programu Społeczny StartUp – podsumowanie

- 1 Ważne jest **wzmacnianie kompetencji zarządczych** przedsiębiorców społecznych
- 2 Kluczowe jest wspieranie przedsiębiorców w rozwoju „**myślenia biznesowego**” i łączenia go **z misją**.
- 3 Atutem przedsiębiorców społecznych jest **motywacja zespołów**.
- 4 Wartością dla przedsiębiorców społecznych jest **sieciowanie, wymiana doświadczeń, budowanie kapitału kontaktów i relacji** z innymi przedsiębiorcami społecznymi i „tradycyjnymi”.
- 5 Kultury pracy organizacji pozarządowych skąd zazwyczaj wywodzą się przedsiębiorcy społeczni, a biznesu, dokąd poniekąd społeczne przedsiębiorstwa dążą, są bardzo odmienne. Prawdziwe wejście na rynek, współpraca z firmami komercyjnymi, wymagają od przedsiębiorców społecznych **zmiany wielu przyzwyczajeń i założeń**. Dotyczy to także przedsiębiorstw stricte komercyjnych chcących współpracować z podmiotami tzw. ekonomii społecznej. Ważne jest **moderowanie i ułatwianie tych kontaktów**.
- 6 Aby wypracować pozytywne efekty, zarówno przedsiębiorcom społecznym, jak i biznesowym, potrzebny jest **czas na refleksję i kreatywne myślenie oraz przestrzeń do spotkań, dialogu i wspólnego tworzenia rozwiązań**.

5 umiejętności, których potrzebują przedsiębiorcy społeczni,
a ludzie biznesu mogą im pomóc je zdobyć

5 umiejętności, których potrzebują przedsiębiorcy społeczni, a ludzie biznesu mogą im pomóc je zdobyć

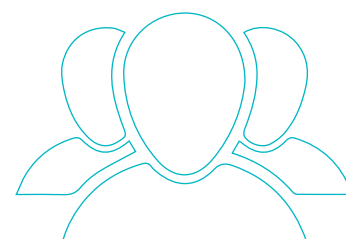


Mówić liczbami i o liczbach

- Kto powiedział, że jedno wyklucza drugie? Przedsiębiorcy społeczni często mają opór wobec przedstawiania swoich działań w liczbach. Albo dlatego, że tego nie lubią – im chodzi przecież o ludzki aspekt życia, a nie o zimne tabelki. Albo dlatego, że tych liczb po prostu... nie znają. Mierzenie wpływu i efektów działań, nie jest mocną stroną założycieli społecznych startupów. Tymczasem, czego nie mierzysz, tego nie możesz poprawić. Konieczne jest przekazywanie społecznym przedsiębiorcom narzędzi i metod pomiaru efektywności i skali działań, dostosowanych do ich specyfiki. Mierzenie przedsiębiorczości społecznej nie może być prostą kalką z biznesu, wymaga adaptacji, zrozumienia specyfiki danego przedsięwzięcia, kreatywności, a także dyscypliny. Niezbędne jest też budowanie umiejętności planowania działań i projektowania realistycznych budżetów. Realistycznych nie znaczy mało ambitnych, ale możliwych do uzyskania w danym modelu biznesowym, powiązanych z nim, jego ograniczeniami i szansami, jakie stwarza. Wreszcie trzeba dołożyć wszelkich starań, aby te zaangażowane i zmotywowane osoby poczuły, że liczby są po ich stronie. Liczby nie są nudnym zadaniem, które odrabia się, bo ci co mają pieniądze ich żądają. Liczby pozwalają pokazać piękno i skalę szlachetnych działań. Czasami nieznaną nawet im samym...

Wnioski i rekomendacje z programu Społeczny StartUp – podsumowanie

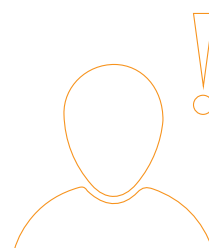
5 umiejętności, których potrzebują przedsiębiorcy społeczni,
a ludzie biznesu mogą im pomóc je zdobyć



Zrozumieć siłę relacji

- My jesteśmy dobrzy, a Wy macie kasę. Niestety zbyt często w ten sposób społecznicy patrzą na osoby pracujące w biznesie. Biznes także, w relacji z organizacjami społecznymi, posiłkuje się wieloma stereotypami. Efekt jest taki, że niejednokrotnie jedni wydają się drugim roszczeniowi, a z kolei drudzy tym pierwszym obojętni, wyniośli, nieczuli. Taki start relacji pomiędzy społecznym biznesem a jego mecenasem czy inwestorem nie wróży nic dobrego. To zaskakujące, ale częściej w stosunkach czysto handlowych docenia się wagę rozmowy, zrozumienia potrzeb, czy znalezienia obustronnych korzyści, niż w relacji pomiędzy organizacją społeczną a posiadającym fundusze podmiotem komercyjnym. A właściwie pomiędzy przedsiębiorcą społecznym a przedsiębiorcą komercyjnym. Jednym z kluczowych zadań dla przedstawicieli obu sektorów jest wypracowanie umiejętności budowania partnerskich relacji – bez poczucia wyższości z tego czy innego powodu. Dopiero wtedy uda się realizować skuteczne i trwałe przedsięwzięcia przynoszące satysfakcję obu stronom.

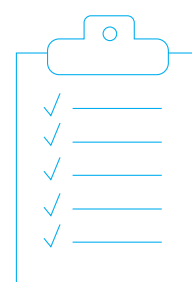
5 umiejętności, których potrzebują przedsiębiorcy społeczni,
a ludzie biznesu mogą im pomóc je zdobyć



■ Nie traktować siły lidera, jako niewyczerpywalnego źródła energii

-
-
- Energia lidera jest wielka. To on lub ona mówią pierwsi „zmienię to”. Zaczynają działać, zdobywają pierwsze pieniądze, pierwsze zlecenia, pierwsze maszyny... Ale często w tym pędzie zapominają o zespole. Albo nie zapominają, ale czują, że nie mają pieniędzy, żeby zatrudnić ludzi, nie mają czasu żeby ułożyć pracę, nie mają siły żeby zapewnić ciągłość. A przecież „show must go on”. Są ludzie, którzy na mnie liczą. A gdzie ci, na których mogę liczyć ja? Jednym z głównych zadań jest wzmacnianie kompetencji liderkich przedsiębiorców społecznych w obszarze budowania zespołów, delegowania zadań, rozwoju członków zespołu, w sposób który pozwala lepiej i efektywniej gospodarować energią całego teamu, w tym... szefa. Biznes już dawno odkrył, że menedżer musi dysponować całym instrumentarium narzędzi przydatnych przy zarządzaniu zespołem, w sektorze społecznym wciąż zbyt często dzieje się to intuicyjnie.
-
-

5 umiejętności, których potrzebują przedsiębiorcy społeczni,
a ludzie biznesu mogą im pomóc je zdobyć

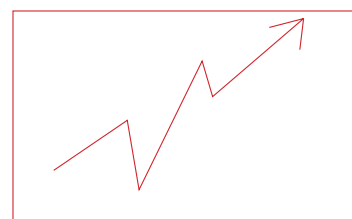


Znaleźć czas na planowanie

-
-
-
- Na budowie pracownik jeździ z pustymi taczkami tam i z powrotem. Kierownik pyta: Dlaczego jeździsz z pustymi taczkami? - Bo szefie tyle roboty, że nie mam czasu nawet załadować!
- Wiele przedsiębiorstw społecznych przypomina taki plac budowy. Przy małych, nigdy niewystarczających zasobach, zawsze jest za dużo pracy, bieżących potrzeb, które nie pozwalają na refleksję bardziej strategiczną. Ogromnie trudno jest wygospodarować czas na podnoszenie kompetencji, szkolenia, planowanie. Tymczasem bez tego, ani rusz. Często przedsiębiorcom społecznym brakuje motywacji, albo wręcz logistycznych możliwości, żeby zostawić na chwilę codzienne zadania i poświęcić czas na naukę, czy dyskusję. Ale tym różnią się wielcy od po prostu niezłych – oni to robią. Chcąc osiągnąć skalę, dzięki której będzie można pomóc jeszcze większej liczbie osób, społeczni startupowcy muszą docenić wagę planowania strategicznego. Zadaniem dla doradców wywodzących się z biznesu jest w tym ćwiczeniu, dostosowanie się do możliwości społeczników. Rzadko przedsiębiorstwo społeczne może kupić lub zlecić np. analizę rynku, czy konkurencji. Wspólnym wyzwaniem powinno być, jak ją zrobić przy dostępnych zasobach.

Wnioski i rekomendacje z programu Społeczny StartUp – podsumowanie

5 umiejętności, których potrzebują przedsiębiorcy społeczni,
a ludzie biznesu mogą im pomóc je zdobyć



Zacznąć dziesięciomilową podróż od jednego kroku

- Wiele badań pokazuje, że liderzy społeczni od liderów biznesu różnią się w dużej mierze... apetytem na ryzyko. Ci pierwsi są gotowi zachować się bardziej brawurowo, podczas gdy drugich cechuje większa rozważa. Społecznicy nie raz robią coś z niczego. Zabierają się za zadania, o których biznes wie, że „to się nie da”. Często się udaje. Ale nieraz w obszarze bardziej wymagającym kalkulacji i planowania, jak na przykład w biznesie, jednak zamierzenia przedsiębiorców społecznych okazują się zbyt ambitne. Nie dlatego, że niemożliwe, ale dlatego, że nie policzone, nie zaplanowane, robione za szybko, ze zbyt dużym marginesem ryzyka. Decyzja o założeniu przedsiębiorstwa społecznego nie powinna przypominać skoku na głęboką wodę bez umiejętności pływania. Warto poćwiczyć najpierw pieskiem przy brzegu. Brak doświadczenia w działaniach komercyjnych może powodować, że społeczni startupowcy przesadzą z optymizmem, postawią zbyt dużo na jedną kartę, marnując w ten sposób wiele czasu, energii i może nawet pieniędzy. To otwarci i twórczy doradcy z biznesu mogą tu być cennym źródłem informacji. Empatycznym papierkiem lakmusowym, który nie podcina skrzydeł, ale pomaga planować, testować, sprawdzać, aż w wyniku współpracy powstanie model, który znacząco przyczyni się do polepszania jakości życia, jak największej liczby osób.

Agata Stafiej-Bartosik

Agata Stafiej-Bartosik, Dyrektor Ashoki w Polsce

Przedsiębiorczość społeczna i jej znaczenie z perspektywy przedstawicieli środowiska akademickiego

Dr Andrzej Juros, Katolicki Uniwersytet Lubelski, juror konkursu Społeczny StartUp:

Przedsiębiorczość społeczna, budowana endogennie, w oparciu o dobrą wspólnotową (lokalną) diagnozę potrzeb (ubóstwa) rozwija się powoli, ale konsekwentnie od początku lat dziewięćdziesiątych. Przykłady: Pensjonat i Restauracja „U Pana Cogito”, Ośrodek Readaptacji EKO „Szkoła Życia” w Wandzinie Stowarzyszenie Emaus (z Fundacją „Między nami” i SS „Emaus”) w Krężnicy Jarej, Fundacja „Szczęśliwe Dzieciństwo”, Fundacja Domy Wspólnoty Chleb Życia. Warto zauważyć, że działania te zostały zainicjowane nie dlatego, że ogłoszono jakiś program rządowy, międzynarodowy lub że uchwalono jakąś specjalną ustawę. Były one dziełem autentycznych innowatorów przedsiębiorczości społecznej. Główne przeszkody jakie ci przedsiębiorcy społeczni napotykali i napotykają na swej drodze, są takie same jakie ma przeciętny Polak. Należą do nich wszechobecna biurokracja, fiskalizm, skorumpowanie, zawłaszczanie środków i przestrzeni przez decydentów.

Wyjątkiem od powyższej negatywnej refleksji dotyczącej programów egzogennych był program Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL. Napawał on nadzieją. Tak go odczytało wiele środowisk. Udało mi się zmobilizować ludzi do stworzenia dużego partnerstwa ogólnopolskiego „Budujemy nowy Lisków” wspierającego rozwój przedsiębiorstw społecznych w dwu województwach (Krzysztof Margol w warmińsko-mazurskim m.in. ze swą sztandarową inicjatywą Przedsiębiorstwo Społeczne Garncarska Wioska Sp. z o.o., Kamionka) i ja w województwie lubelskim z Biłgorajskim Przedsiębiorstwem Społecznym Sp. z o.o. (było to pierwsze przedsiębiorstwo społeczne o statusie Sp. z o.o. w Polsce), Dom Nasutów - Nasutowskie Przedsiębiorstwo Społeczne Sp. z o.o., czy wyżej już wspomniana Spółdzielnia Socjalna „Emaus”. Przedsiębiorstwa te są najlepszą wizytówką zrealizowanego projektu. Niestety choć program EQUAL służył wypracowaniu mechanizmów realizacji projektów o podwyższonym poziomie ryzyka, które opracowaliśmy w naszym projekcie „W stronę polskiego modelu gospodarki społecznej - Budujemy nowy Lisków” rezultaty takich właśnie projektów nie były kontynuowane w ramach POKL 2007-2013. Ten ostatni skończył się „zaszkoleniem” Polski. To „zaszkolenie” i przejedzenie pieniędzy przyniosło żałosne efekty zatrudnieniowe (niemal zerowe).

W kontekście powyższych uwag uważam, że istnieje zasadność takich programów, jak Społeczny StartUp. Dla autentycznie endogennie inicjowanych innowacyjnych przedsięwzięć przedsiębiorczości społecznej gwarantuje on skuteczne oparcie (odróżniam to od wsparcia, które suponuje bierność). Z oparcia jakie daje ciekawa formuła Jury, zaangażowani eksperci oraz proponowane narzędzia zarządcze każde z przedsięwzięć mogło skorzystać w sposób zindywidualizowany, w dynamicznym procesie współpracy. **Program został zbudowany na wzajemnym zaufaniu partnerów, poszanowaniu przez jego realizatorów autonomii przedsiębiorców społecznych, z jednoczesnym wymaganiem od tych ostatnich inicjatywy i szybkiego nabywania kompetencji,** które w obopólnej ocenie są konieczne dla osiągnięcia planowanych efektów.

Przedsiębiorczość społeczna i jej znaczenie z perspektywy przedstawicieli środowiska akademickiego

Profesor Anna Merta, Akademia Leona Koźmińskiego, członkini Jury konkursu Społeczny StartUp

Współczesny świat poszukuje nowych dróg rozwoju. Wśród nich jest rozwój oparty na współpracy i wspólnocie. To oznacza dopuszczanie różnorodności w funkcjonowaniu systemu społeczno-gospodarczego i tym samym zapewnienie miejsca zarówno rynkowi kapitału jak i wspólnocie współpracy. Społeczne StartUp-y wpisują się w tę konwencję. Ich rozwój towarzyszy coraz powszechniej StartUp-om biznesowym. Proces ten przyspiesza i osiąga coraz większe rozmiary. Ogólnie rynek StartUp-ów w Polsce jest szacowany na ponad 10 mld USD. Jest to drugi co do wielkości rynek w Europie Środkowo-Wschodniej. Zatem, w moim przekonaniu, zasadność dalszego rozwoju społecznych programów StartUp-owych nie budzi wątpliwości. Wręcz przeciwnie - stają się one ważnym dopełnieniem StartUp-ów biznesowych, zapewniającym różnorodność: form działania i współdziałania, obszarów aktywności społeczeństwa, geograficznego zakresu tej aktywności, jak i różnorodności wykorzystywanych profesji.

Aby dalej rozwijały się one skutecznie i owocnie, niezbędne są tak jak w każdej działalności podejmowanej przez człowieka:

- postrzeganie tej pracy jako sposobu na życie, w tym też zarabianie i zaspokajanie własnych potrzeb i jednocześnie podchodzenie do pracy z pasją, a nie jako konieczności,
- odwaga i wytrwałość w zmierzaniu do celu i realizacji podjętych zadań,
- umiejętność pracy w zespole, w tym szczególnie zaufanie do osób o różnych kompetencjach i poczucie odpowiedzialności za powodzenie całego projektu,
- kierowanie głównej uwagi w procesach realizacji StartUp-ów na zadowolenie i satysfakcję adresatów produktów i usług, a mówiąc językiem marketingowym kreowanie wartości dla klientów, wychodząc naprzeciw ich potrzebom, a nawet wyprzedzając je.

Na koniec, ku pokrzepieniu serc chcę dodać, że społeczne StartUp-y zdobywają wsparcie crowdfundingowe, które oceniam jako najwyżej cenioną formę wsparcia i zarazem akceptację dla tych projektów.



 UniCredit Foundation

 Bank Pekao

Dlaczego Ashoka wspiera przedsiębiorców społecznych

Skala i złożoność problemów społecznych, w szczególności ubóstwa, przemocy, korupcji i degradacji środowiska naturalnego, oznacza, iż ich skuteczne rozwiązywanie wymaga od świata ciągłego poszukiwania nowych sposobów i angażowania wciąż nowych grup i środowisk.

Potrzebni są pionierzy umiejący dostrzegać źródła problemów i tworzyć wciąż nowe i efektywne rozwiązania. Potrzebni są ludzie przedsiębiorczy i z pasją podchodzący do wdrażania i upowszechniania rozwiązań na wielką skalę.

Sukces wydaje się oczywisty z chwilą „dojścia do szczytu”, jednak po drodze, szczególnie na początku, każdy pionier napotyka przeszkody i opór, zwłaszcza jeśli promowane rozwiązania są nieszablonowe i próbują fundamentalnie zmienić myślenie na jakiś temat.

Naszą misją jest poszukiwanie takich pomysłowych, inteligentnych i odważnych ludzi oraz zapewnianie im odpowiedniego wsparcia, aby mogli skutecznie wdrażać i upowszechniać swoje rozwiązania.

Marie Ringler, Dyrektor Ashoka w Europie Centralnej i Wschodniej