



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operational Capital Uman

Axa prioritară 4 - *Incluziunea socială și combaterea sărăciei*

Obiectivul specific 4.1: *Reducerea numărului de persoane aflate în risc de sărăcie și excluziune socială din comunitățile marginalizate în care există populație aparținând minorității rome, prin implementarea de măsuri integrate*

Titlul proiectului: *„IMPACT TEACA - Masuri integrate pentru îmbunătățirea situației socio-economice a persoanelor defavorizate din comunitatile*

marginalizate ale comunei Teaca, judetul Bistrita-Nasaud”,

Contract nr.: POCU 18/4/1/102218

Beneficiar: Judetul Bistrita-Nasaud/ Directia dezvoltare durabila si relatii externe

Sustenabilitatea afacerii

*In cadrul subactivitatii 3.8 Realizarea unei biblioteci on-line in cadrul site-ului de proiect
in domeniul antreprenoriatului*

decembrie 2020

Intocmit,

Expert management Giorgio Guidi

Expert marketing Iliev Denislav



UNIUNEA EUROPEANĂ



INTRODUCERE



Instrumente Structurale
2014-2020

➤ SCURT ISTORIC

Conceptul de sustenabilitate a apărut acum aproximativ 30 de ani în gândirea economică a specialiștilor din vestul Europei. Această idee a venit ca răspuns la părerea majorității oamenilor de afaceri că doar profitul contează. Unul dintre primii specialiști care au încercat să găsească o rezolvare a acestei atitudini distructive a fost economistul englez John Elkington care a încercat să găsească o modalitate prin care afacerile să se dezvolte durabil, iar corporațiile să fie mai responsabile față de oameni și față de planetă în general.

Acesta a propus un concept pe care l-a denumit "triple bottom line", prin aplicarea căruia oamenii de afaceri trebuiau să abordeze activitatea lor dintr-o triplă perspectivă, și anume, cea a riscurilor cu privire la profit, a riscurilor sociale cu privire la oameni și a riscurilor de mediu cu privire la impactul asupra planetei.

Sustenabilitatea în afaceri nu are o definiție exactă, ci este mai degrabă formată dintr-o serie de recomandări și de acțiuni, care urmăresc mai mult decât simplul profit imediat și lasă moștenire generațiilor viitoare un mediu economic durabil și o planetă mai curată.

Sustenabilitatea sau dezvoltarea durabilă a fost prima dată definită de Organizația Națiunilor Unite (ONU) ca fiind capacitatea de a exista și de a dezvolta fără a epuiza resursele naturale.

Dezvoltarea sustenabilă cade atât în sarcina populației generale, precum și a operatorilor economici, însă aceștia din urmă produc mai multe deșeuri, motiv pentru care pot contribui într-o măsură mai mare la protecția planetei.

La momentul actual, există două concepte de sustenabilitate:

- sustenabilitatea economică;
- sustenabilitatea financiară.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

➔ Ce înseamnă o afacere sustenabilă?

Antreprenoriatul sustenabil, cu combinația sa de obiective economice, sociale și ecologice, este un instrument puternic pentru a face față provocărilor majore ale societății.

O *afacere sustenabilă* presupune aplicarea de soluții inovatoare, care să îți creeze o imunitate relativă la riscurile industriei în care activezi, sau a mediului de afaceri în ansamblul său.

Sustenabilitatea unei afaceri poate îmbrăca numeroase forme, dar de fiecare dată scopul rămâne același și anume asigurarea longevității afacerii, indiferent de evoluțiile pieței.

O *afacere sustenabilă* se gândește la următorul pas necesar pentru a supraviețui și a se dezvolta. Spre exemplu în 2007 Apple, o companie consacrată pe piața calculatoarelor personale, a intrat pe o piață nouă lansând Iphone-ul, după ce în 2001 dezvoltase o alta piață îndepărtându-se de calculatoare prin Ipod.

Pentru a-și asigura sustenabilitatea, la rândul lui, un antreprenor trebuie să implementeze soluții proprii sau dezvoltate de alți antreprenori de eficientizare a propriei activități și astfel, prin inovare reală, obține minimizarea efectelor negative ale impactului propriei întreprinderi asupra comunității sau mediului. În acest sens, rolul antreprenorului nu este de a minimiza efectele impactului propriei întreprinderi, ci de a crea un impact pozitiv pentru comunitate în ariile relevante activității lui.

Pornind de la această premisă, supraviețuirea și dezvoltarea întreprinderii este unicul țel de sustenabilitate de urmat. Dacă testul pieței validează viziunea antreprenorului, înseamnă că aceasta reprezintă o soluție reală la o problema întâlnită în comunitate. Din acest punct supraviețuirea depinde de viziunea antreprenorului, de măsurile identificate și de agilitatea companiei.

Spre exemplu, având în vedere disponibilitatea resurselor pe termen lung, Ikea a demarat o politică de achiziționare de păduri. Compania le va administra probabil mai eficient decât orice administrator public deoarece de managementul



UNIUNEA EUROPEANĂ



acestei resurse depinde direct de bunăstarea lor. Astfel, Ikea bifează componenta de PR aferentă unei politici de sustenabilitate în relația cu mediul. Totodată, își asigură materia primă și implicit componenta de sustenabilitate a întreprinderii ce ține predictibilitatea costurilor de producție indiferent de ceea ce se va întâmpla în piață pe viitor.

Antreprenoriatul sustenabil - exemple:

- introducerea de practici cu impact asupra mediului în activitatea curentă cu scopul de a crește reciclarea, de a reduce consumul de energie, de a îmbunătăți gestionarea resurselor și de a reduce poluarea;
- dezvoltarea de noi activități în cadrul economiei ecologice cu scopul de a oferi oportunități de angajare, precum și de a contribui la reducerea impactului negativ asupra mediului (spre exemplu reducerea emisiilor din surse fixe în atmosferă și limitarea poluării corpurilor de apă);
- introducerea etichetării ecologice

Contribuția firmelor la un viitor promițător trebuie să fie rezultatul impactului favorabil sporit al acestora asupra societății, iar acest obiectiv poate fi îndeplinit numai dacă firmele devin sustenabile.

Contribuția firmelor la construirea unui viitor promițător cu ajutorul sustenabilității se transformă în realitate numai dacă sustenabilitatea este considerată ca fiind un proces progresiv, care începe cu conformarea, continuă cu crearea unui lanț al valorii sustenabil și proiectarea bunurilor și serviciilor sustenabile și se termină cu dezvoltarea de noi modele ale dezvoltării companiei și crearea de platforme pentru practici viitoare. Pentru a realiza cu succes fiecare etapă a procesului de câștigare a sustenabilității, firma are nevoie de o strategie a sustenabilității ca strategie generală. Această strategie a firmei are drept obiectiv scopul general al firmei care include fiecare aspect al acesteia și relațiile sale.

Schimbările climatice ne afectează viața mai mult ca niciodată. Aceste schimbări sunt conștientizate și simțite mai ales de oamenii de afaceri. Cei mai mulți înțeleg că succesul lor depinde de contextul ecologic în care operează.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Mediul și condițiile climatice s-au schimbat semnificativ în ultimul timp și, chiar dacă instrumentele de prognozare au evoluat foarte mult, devin din ce în ce mai impredictibile. Aceasta se datorează, în mare parte, fenomenului de creștere a temperaturii atmosferei, așa numitul proces de „încălzire globală” care, la rândul său, este generat în măsură covârșitoare de activitățile umane.

Succesul și longevitatea afacerilor depind la propriu de starea mediului înconjurător. În activitatea lor, companiile consumă cantități mari de resurse naturale (apă, energie din surse epuizabile și neregenerabile, resurse forestiere (hârtie), etc.), iar viabilitatea lor depind de condițiile climatice și bunăstarea planetei, de disponibilitatea materiei prime provenite din natură, etc.

Soluția pentru companii pentru a reuși în condițiile unei planete cu resurse limitate, cu o populație globală în creștere și aflată în criză de mediu este integrarea și implementarea conceptului de sustenabilitate în planul afacerii.

Sustenabilitatea este definită drept capacitatea de a satisface nevoile prezentului fără a compromite capacitatea generațiilor viitoare de a-și satisface propriile nevoi. Este, de asemenea, definită ca starea de menținere a schimbărilor într-un mediu echilibrat de homeostază, în care exploatarea resurselor, direcția investițiilor, orientarea dezvoltării tehnologice și schimbările instituționale sunt în armonie și sporesc atât potențialul actual, cât și cel viitor.

➤ Cum devine o afacere sustenabilă

Primul pas către o afacere sustenabilă este conștientizarea problemelor de mediu și a faptului că companiile, ca și noi toți de altfel, depindem de starea mediului, de resursele naturale disponibile și de condițiile climatice. Conștientizarea acestor provocări nu trebuie să oprească companiile sau să le descurajeze, dimpotrivă, trebuie să fie privite de acestea ca o forță motrice în găsirea de soluții inovative și căi alternative de dezvoltare. Abordarea în mod sustenabil a unei afaceri implică a face mai mult decât este cerut de legi și reglementări.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Există multe măsuri care pot fi întreprinse de către o companie pentru ca aceasta să devină sustenabilă. Cele mai simple soluții practice pe care o companie poate să le implementeze sunt: să economisească resursele, să sorteze și recicleze deșeurile, să utilizeze echipamente electrice și electronice economice, să utilizeze materiale ecologice, să încurajeze alte companii sustenabile prin contractarea lor și altele.

Cu toate acestea, o afacere sustenabilă presupune mai mult decât atât, aceasta presupune aplicarea de soluții inovatoare, care să îi creeze o imunitate relativă la riscurile industriei în care activează sau a mediului de afaceri în general.

Și cum orice schimbare durabilă începe de la oameni, când vorbim de afaceri, există unii oameni care se află în poziții cheie pentru a face schimbări. Aceștia sunt proprietarii de afaceri și directorii sau președinții care posedă abilități organizaționale, știu cum să ia decizii strategice de sustenabilitate de la care să beneficieze afacerea, angajații, clienții și întreaga planetă. Aceștia au puterea de a schimba sau influența puterea politică și a stimula inovația.

Un rol important îl au și angajații care, datorită faptului că lucrează direct cu bunurile, procesul de producere sau materia primă, ei sunt cei care știu exact cum sustenabilitatea poate fi impregnată la acel nivel. În acest sens, angajații trebuie să fie încurajați să împărtășească gândurile despre felul în care compania poate deveni mai durabilă.

➡ **Beneficiile unei afaceri sustenabile**

Integrarea sustenabilității în afaceri nu este bună doar pentru mediul înconjurător sau societate în general - este bună și pentru afacere în sine. Câteva dintre numeroasele beneficii ale dezvoltării unei afaceri sustenabile sunt:

✓ Reduce costurile afacerii

Deși s-ar părea că implementarea măsurilor de sustenabilitate presupune cheltuieli. Pe termen lung, acestea vor aduce economii generoase ceea ce va duce



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

la micșorarea simțitoare a costurilor afacerii. De exemplu, achiziționare și plasarea panourilor solare pentru generarea energiei solare, este o investiție care, în câțiva ani, se recuperează și în continuare economisește banii companii care ar fi cheltuiți pentru energia tradițională. Un alt exemplu - utilizarea unei iluminări mai eficiente sau refolosirea creativă a materialelor existente. Cu cât afacerea devine mai sustenabilă, cu atât se cheltuie mai puțin pe energie și materiale.

✓ Îmbunătățește reputația și imaginea companiei

Oamenii apreciază sustenabilitatea din ce în ce mai mult. Companiile cu valori ecologice înțeleg acest lucru și nu ezită să le prezinte public. Alinierea unei companii la practici sustenabile arată lumii că aceștia îi pasă nu doar de propriul profit, iar aprecierea nu se lasă așteptată. În cele din urmă, compania este cea care are cel mai mult de câștigat.

✓ Avantaj competitiv

Companiile care au inclus sustenabilitatea în strategia lor au performanțe mai bune decât cele care nu o au. Specialiștii din domeniu mai spun că sustenabilitatea este un punct de plecare al inovațiilor organizaționale și tehnologice care aduc rezultate neașteptat de bune, iar asta este ceea ce caută majoritatea investitorilor.

✓ Mărește profitul

Cu costuri reduse, tehnologii și procese inovative, reputație și imagine bună, cu mai mulți clienți și valori recunoscute, profitul este în creștere. Afacerile sustenabile atestă rezultate mai bune și, nemijlocit, câștigă mai mulți bani.

Altfel spus, avem următoarele beneficii pentru IMM-uri ca urmare a integrării sustenabilității în modelul lor de afaceri și în planificarea lor:

- gestionarea într-o manieră proactivă a efectelor sociale și de mediu pozitive și negative generate de întreprindere



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

- atragerea de capital și de finanțare
- reducerea costurilor întreprinderii prin modalități de lucru și desfășurare a afacerilor orientate către o dezvoltare mai durabilă
- asigurarea succesiunii întreprinderii prin consolidarea viabilității pe termen lung a acesteia, făcând ca aceasta să fie pregătită pentru următoarea generație și crescându-i valoarea de vânzare
- îmbunătățirea brandului întreprinderii, lucru care este important îndeosebi pentru întreprinderile care se adresează clienților
- extinderea întreprinderii și a gamei de clienți și servicii

Sustenabilitatea economică

O afacere sustenabilă din punct de vedere economic este o firmă care are în vedere mecanisme și planuri sau proiecte care să o ajute să se dezvolte fără a pune în pericol resursele pe care le are la dispoziție, sau mai bine zis, pe care și le-a propus să le utilizeze.

Atunci când vine vorba despre colectarea deșeurilor, sustenabilitatea economică se poate obține prin crearea de planuri pe termen scurt și mediu, prin care să se poată pune în aplicare diverse soluții de reciclare a ambalajelor, cu scopul final de a reduce costurile cu strângerea, selecția, depozitarea și transportul acestora către firme specializate în transformarea lor în resurse reutilizabile.

Sustenabilitatea unei firme constă și în latura financiară, care poate fi integrată în dezvoltarea durabilă a afacerii.

Sustenabilitatea financiară

Sustenabilitatea financiară a unei firme se poate obține prin atragerea de fonduri prin diverse metode inovatoare de colectare a deșeurilor. Înainte de implementarea acestora, însă, este bine de știut că toate societățile au diverse obligații atunci când vine vorba despre folosirea ambalajelor.

Astfel, conform Legii 249/2015, firmele au ca țintă anuală reciclarea sau valorificarea următoarelor tipuri de ambalaje:



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

- de sticlă;
- de hârtie și carton;
- de metal;
- aluminiu
- de lemn;
- de plastic;
- pet.

Există două scenarii prin care operatorii economici pot atinge aceste obiective. Primul este prin organizarea propriilor mecanisme, iar al doilea prin folosirea serviciilor unei Organizații de Transfer de Responsabilitate (O.I.R.E.P), care poate prelua această sarcină.

De asemenea, firmele își pot impune singure diverse obiective de dezvoltare sustenabilă, prin care să depășească normele cerute de lege.

Exemple de afaceri sustenabile

❖ Companie de catering cu produse organice

Produsele bio sunt preferate de un număr din ce în ce mai mare de consumatori. Din acest motiv, o afacere de catering doar cu produse organice, gătite într-un mod sustenabil, s-ar putea dovedi extrem de profitabilă.

Cei care aleg să-și investească astfel banii trebuie totuși să fie atenți să nu folosească materii prime care poluează mediul, cum ar fi plasticul sau cartonul, sau, dacă le folosesc, să le recicleze.

De asemenea, compostarea resturilor și folosirea produselor locale pot fi idei strategice benefice pentru construirea unui brand în domeniu.



UNIUNEA EUROPEANĂ



❖ Salon de înfrumusețare ecologic

Produsele de înfrumusețare organice sau vegane încep să fie din ce în ce mai populare. Pe de o parte, consumatorii înțeleg beneficiile lor, iar pe de cealaltă, doresc să își creeze o anumită imagine pe baza a ceea ce consumă.

În acest context, un salon care folosește alternative bio la produse chimice pentru păr, unghii sau corp ar putea avea mare succes.

❖ Îmbrăcăminte din materiale reciclate

Bumbacul organic refolosit, resturile textile sau chiar sticlele de plastic pot constitui materie primă pentru industria modei. H&M, Nike sau Patagonia sunt doar câteva dintre brandurile care au sesizat oportunitatea și au creat linii de îmbrăcăminte sau încălțăminte din materiale reciclate.

Ideea poate fi însă aplicată și la scară mai mică. Confecționarea de tricouri din deșeurile textile sau de genți din bannere publicitare nu este nouă. Sunt însă consumatorii pregătiți să plătească mai mult pentru aceste produse, a căror producție este mai costisitoare?

❖ Aplicații de mobil, pentru un stil de viață mai sustenabil

Chiar dacă nu sunt ei înșiși foarte „verzi”, cei cu abilități tehnice îi pot ajuta pe alții să devină. Programatorii pot dezvolta aplicații care să îi ajute pe consumatori să adopte un stil de viață mai sustenabil, oferindu-le informații despre conservarea energiei, reciclarea sau valorificarea deșeurilor, produse prietenoase cu mediul etc.

Nici jocurile pe această temă nu sunt o idee rea, dacă publicul este format din copii.



❖ Amenajarea de spații verzi ecologice

Întreținerea spațiilor verzi presupune uneori folosirea unor substanțe chimice dăunătoare atât pentru mediul înconjurător, cât și pentru sănătatea umană. Este argumentul pe care o firmă de amenajare de spații verzi l-ar putea folosi în încercare de a vinde soluții ecologice.

Folosirea unui gazon sintetic, amplasarea unor plante și a unor copaci rezistenți la secetă sau utilizarea principiilor permaculturii sunt idei care pot economisi apă, energie și bani.

❖ Organizare de evenimente verzi

Prin natura lor, evenimentele sunt mari consumatoare de resurse precum apa și energie, dar și importante generatoare de deșeuri. Planificarea lor în mod sustenabil înseamnă însă nu doar o reducere a amprentei de carbon aferente, ci și o economie de bani.

Organizatorii de evenimente pot alege materiale ecologice sau săli de evenimente cu un consum redus de energie și pot asigura reciclarea deșeurilor produse.

❖ Servicii de curățare a sistemelor de ventilație

Eficiența sistemelor de ventilație sau a aparatelor de aer condiționat este redusă odată cu acumularea de praf și de alte particule în mecanismele lor interne. Curățarea acestor echipamente necesită însă ustensile performante, destul de costisitoare.

Investiția merită însă dacă ne gândim la faptul că aparatele murdare nu reprezintă un pericol doar pentru mediu și pentru buzunarele consumatorilor, ci și pentru sănătatea lor. Mulți dezvoltă alergii, iar cei care suferă de astm, de exemplu, sunt cei mai afectați.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

❖ Reparații și recondiționări de biciclete

Folosirea bicicletei ca metodă alternativă de transport este benefică atât pentru sănătate, cât și pentru mediu. Una dintre metodele prin care poate fi încurajată această soluție este oferirea de servicii de reparare sau recondiționare de biciclete.

Pentru o astfel de afacere este însă nevoie de un spațiu de mărimea unui garaj; de ustensile și de personal priceput, întrucât competiția este semnificativă.

❖ Produse organice handmade

Săpunul, produsele cosmetice sau de curățenie sunt doar câteva dintre consumabilele care pot fi obținute folosind ingrediente organice. Este adevărat că astfel de rețete pot fi găsite pe internet și pot fi preparate de oricine, însă e puțin probabil ca toți consumatorii să prefere să își procure singuri materialele și să aloce timp pentru a le prepara.

Cu un marketing inteligent și cu o promovare adecvată în mediul online, ideea nu poate da greș.

❖ Consultanță în sustenabilitate

Dacă v-a preocupat dintotdeauna să vă reduceți propriul impact asupra mediului, atunci poate este timpul să împărtășiți cunoștințele acumulate și cu alții. Puteți oferi servicii de consultanță firmelor sau persoanelor fizice, învățându-le ce trebuie să facă pentru a-și reduce consumul de energie sau pentru a implementa un program de management al deșeurilor.

Pentru a câștiga încrederea clienților, este totuși nevoie de o certificare.



UNIUNEA EUROPEANĂ



❖ Servicii de colectare de DEEE-uri

De obicei, populația colectează selectiv deșeurile de plastic, hârtie, metal și sticlă. Când vine vorba însă de deșeuri de echipamente electrice și electronice, problema se complică. Pentru acestea, nu există containere speciale în fața blocurilor, iar transportul lor la centre de reciclare poate fi o corvoadă pentru consumator.

Ideea de a oferi servicii de colectare pentru firme, care sunt obligate să colecteze separat aceste deșeuri, sau chiar pentru indivizi nu este una nouă. Modul de colectare poate fi însă diferențiatorul. Folosirea unor mașini electrice pentru transport sau chiar a unor cargo-biciclete poate fi un aspect inedit al strategiei de branding.

❖ Comercializarea de legume și fructe organice

Chiar dacă producția lor are un preț mai ridicat decât a fructelor și legumelor obținute prin metode tradiționale, produsele alimentare bio sunt mai apreciate de consumatorii cu o putere mare de cumpărare. Prin urmare, este posibil ca ei să le prefere și să fie dispuși să plătească mai mult pentru acestea. Pentru a le comercializa ca produse bio, producătorul este nevoit să obțină o serie de certificări.

Cei cu adevărat îndrăzneți ar putea de asemenea deschide o piață sau un magazin care comercializează doar astfel de produse.

❖ Servicii de curățenie verzi

Produsele de curățare a locuinței conțin, de cele mai multe ori, substanțe chimice care poluează apa menajeră și pot reprezenta un factor de risc pentru sănătatea celor care intră în contact cu suprafețele curățate. Există însă și alternative organice. Folosirea acestora din urmă poate reprezenta un avantaj competitiv important în raport cu firmele clasice de curățenie.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Un aspect esențial într-o astfel de afacere este recrutarea de personal de încredere.

❖ Compostarea alimentelor irosite

Irosim la nivel mondial mai bine de un sfert din mâncarea pe care o producem. Ajunsă la gropile de gunoi, această mâncare poluează mediul prin descompunerea sa. Gestionată însă corect, ea poate reprezenta o resursă importantă pentru industria agricolă.

Transformarea resturilor alimentare în compost este soluția. Un antreprenor care se gândește la această idee de afacere trebuie să știe însă că are nevoie de tehnologii performante, dar și că obținerea resturilor alimentare nu are deocamdată un cadru legislativ bine definit în România.

❖ Valorificarea mobilei vechi

Numeroase piese de mobilier uzate sunt aruncate de consumatori. Pentru o persoană cu ceva mai multă imaginație însă, aceste deșeuri pot constitui o resursă valoroasă. În unele cazuri, recondiționarea lor este facilă. În altele, este nevoie de ustensile și de persoane calificate.

Scaunele vechi pot fi desfăcute, tapițate și reasamblate, mesele sau dulapurile pot fi revopsite, iar din resturi de lemn pot fi construite rafturi sau spații de stocare.