



LEARNING CIRCLE

IO1: In-service Training Programme
Modulul 1: Antreprenoriat și antreprenoriat social
– PPT3



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Modulul 1: Cuprins



1

Antreprenoriat și antreprenoriat social



2

Identificarea problemelor din comunitatea dumneavoastră



3

Studiu de caz: Înțelegerea viziunii și misiunii unei întreprinderi sociale





OBIECTIVE

ÎNȚELEGEȚI

Valorile, viziunea și
misiunea unei
întreprinderi
sociale

LUCRU

Lucrați la un studiu
de caz real

ÎNTREBĂ-TE PE TINE ÎNSUȚI

Întrebați-vă ce
competențe pentru
antreprenoriat aveți





Studiu de caz: Patagonia

Patagonia, Inc. este un retailer american de îmbrăcăminte pentru activități în aer liber, fondat de Yvon Chouinard în 1973 și cu sediul în Ventura, California.

După o lungă istorie în domeniul sustenabilității, care a început în 1973, în ianuarie 2012, Patagonia a devenit prima companie californiană care a devenit o corporație de utilitate publică - un cadru legal care permite companiilor orientate spre misiune, precum Patagonia, să rămână astfel pe măsură ce se dezvoltă și se schimbă. De asemenea, este o corporație certificată B Corporation. Pentru a se califica drept B Corp, o întreprindere trebuie să aibă o misiune socială sau de mediu explicită și o responsabilitate fiduciară obligatorie din punct de vedere juridic de a ține cont de interesele lucrătorilor, ale comunității și ale mediului, precum și de cele ale acționarilor săi. Pentru a-și menține certificarea B Corp, acestea trebuie să își actualizeze și să își verifice calificările la fiecare trei ani.





VALORI DE BAZĂ

<https://www.patagonia.com/core-values/>

Valorile noastre le reflectă pe cele ale unei afaceri pornite de un grup de alpiniști și surferi și stilul minimalist pe care aceștia l-au promovat în viața și în sporturile lor.



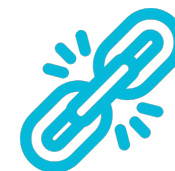
Construiți cel mai bun produs

Criteriile noastre pentru cel mai bun produs se bazează pe funcționalitate, reparabilitate și, în primul rând, durabilitate. Printre cele mai directe modalități prin care putem limita impactul ecologic se numără bunurile care durează generații întregi sau care pot fi reciclate, astfel încât materialele din ele să rămână în uz. Realizarea celui mai bun produs contează pentru salvarea planetei.



Să nu provoace daune inutile

Știm că activitatea noastră comercială - de la iluminatul magazinelor până la vopsirea cămășilor - este o parte a problemei. Lucrăm în mod constant pentru a ne schimba practicile de afaceri și împărtășim ceea ce am învățat. Dar recunoaștem că acest lucru nu este suficient. Căutăm nu doar să facem mai puțin rău, ci și mai mult bine.



Folosiți afacerile pentru a proteja natura

Provocările cu care ne confruntăm ca societate necesită leadership. Odată ce identificăm o problemă, trebuie să acționăm. Acceptăm riscul și acționăm pentru a proteja și restabili stabilitatea, integritatea și frumusețea rețelei vieții.





Campionul Pământului 2019 – Patagonia

<https://www.youtube.com/watch?v=dyoIB19vSE4> (2'55'')

Din 1973, Patagonia a pus sustenabilitatea în centrul activității sale. Multe dintre produsele sale sunt fabricate din sticle de plastic reciclate, cânepă sau bumbac organic, în timp ce angajații câștigă credite de îmbrăcăminte pentru că merg cu mașina la serviciu.

Anul trecut, compania a declarat că va dona 10 milioane de dolari SUA grupurilor de bază care luptă împotriva schimbărilor climatice. De asemenea, compania colaborează cu aproximativ 100 de mici fermieri care cultivă bumbac folosind practici de regenerare în India, urmând ca anul viitor să extindă programul la 450 de fermieri. Fermierii controlează dăunătorii cu ajutorul unor capcane și adună bumbacul manual.

Fondatorul Yvon Chouinard spune: "Patagonia este în afaceri pentru a salva planeta noastră".





Cum să construiești o companie orientată spre misiune, precum Patagonia

<https://www.youtube.com/watch?v=VPt0InbY6RA> (2'44"")

Vincent Stanley a lucrat la Patagonia încă de la înființare. Acum, lucrând sub titulatura sa unică de director de filosofie, el dezvăluie cum se construiește o companie cu un scop.

Fast Company este cel mai important brand media de afaceri progresiv din lume, cu un accent editorial unic pe inovația în tehnologie, leadership și design.





Povestea Patagonia: Aducând tendințele la viață

<https://www.youtube.com/watch?v=g9aQn5yUTFs> (3'17"")

Descoperiți cum companiile de top adoptă tendințele la fața locului. Videoclipurile cu povești ale companiilor dau viață Tendințelor cu exemple, reacții și perspective de la unele dintre cele mai mari branduri din lume, în timp ce liderii acestora se pronunță asupra implicațiilor pentru organizațiile lor.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Valorile și programele Patagonia

<https://www.patagonia.com/business-unusual/>

"La Patagonia, suntem conștienți de faptul că toate formele de viață de pe Pământ sunt amenințate cu dispariția. Ne folosim resursele pe care le avem - afacerea noastră, investițiile noastre, vocea și imaginația noastră - pentru a face ceva în această privință"

Cât de curate sunt hainele tale? Costul ascuns al hainelor pe care le cumpărăm.
<https://www.patagonia.com/hidden-cost-of-clothes/>

"Tot ceea ce facem are un impact asupra planetei": **Cum facem schimbarea**

- Materiale și programe de mediu
- Programe de responsabilitate socială
- Unde ne desfășurăm activitatea

<https://www.patagonia.com/our-footprint/>





Patagonia Action Works

<https://www.youtube.com/watch?v=g9aQn5yUTFs> (2'28'')

Timp de aproape 40 de ani, Patagonia a sprijinit activiștii de bază care lucrează pentru a găsi soluții la criza de mediu. Dar, în această perioadă de amenințări fără precedent, este adesea dificil să știi care este cea mai bună cale de a te implica. De aceea, punem în legătură indivizii cu beneficiarii granturilor noastre, pentru a acționa în legătură cu cele mai presante probleme cu care se confruntă lumea de astăzi. Am construit Patagonia Action Works pentru a conecta persoanele angajate cu organizațiile care lucrează la problemele de mediu din aceeași comunitate. Acum este posibil pentru oricine să descopere și să se conecteze cu grupuri de acțiune pentru mediu și să se implice în activitatea pe care o desfășoară.





Întrebări de discutat

- Cum pot influența obiceiurile noastre de consum producerea de deșeuri? Dați câteva exemple
- Cum poate o întreprindere socială să comunice cu clienții săi, astfel încât aceștia să înțeleagă impactul pe care îl au?
- Credeți că proprietarul unei companii poate fi și un activist de mediu?





LEARNING CIRCLE



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

"The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein." Project Number: 2020-1-UK01-KA226-VET-094435