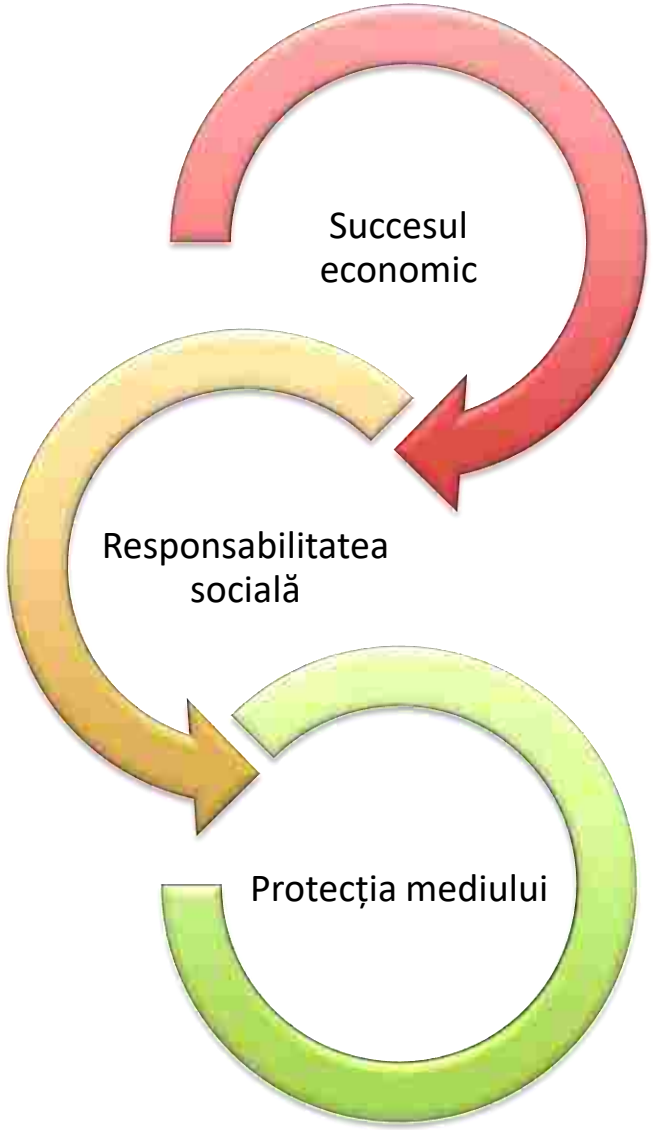
MENTALITATE ORIENTATĂ SPRE DURABILITATE





“Durabilitatea înseamnă, în esență, crearea de VALOARE atât pentru afacerea dumneavoastră, cât și pentru societate.” S. Ashkin

Principiile unui mediu durabil în cazul microîntreprinderilor



OBIECTIVE CHEIE DE ÎNVĂȚARE



Înțelegerea principiilor unui mediu durabil pentru microîntreprinderi: succesul economic, responsabilitatea socială, orientarea către protecția mediului

Identificarea factorilor de succes economic în propria întreprindere

- înțelegerea utilității și a semnificației **pragului de rentabilitate**
- înțelegerea componentelor care influențează **lichiditatea întreprinderii** și a principalelor modalități de asigurare și monitorizare a lichidității
- conștientizarea rolului **rezervelor** pentru dezvoltarea viitoare și a principalelor modalități de constituire a rezervelor
- conștientizarea metodelor/deciziilor necesare pentru asigurarea sănătății financiare pe termen lung a microîntreprinderii

OBIECTIVE CHEIE DE ÎNVĂȚARE



Integrarea responsabilității sociale în strategia microîntreprinderilor

- înțelegerea conceptului de responsabilitate socială și a legăturii dintre afaceri și comunitatea locală
- conștientizarea impactului propriei afaceri asupra comunității și dezvoltarea capacității antreprenorilor de a elabora acțiuni concrete pentru sporirea responsabilității sociale în comunitatea în care își desfășoară activitatea
- crearea unui mediu de lucru incluziv, adaptat nevoilor diferite ale angajaților

OBIECTIVE CHEIE DE ÎNVĂȚARE



Sensibilizarea cu privire la modalitățile de tranziție către o economie verde

- înțelegerea tranziției către o economie verde și a impactului acesteia asupra microîntreprinderilor din sectorul creativ;
- înțelegerea conceptului de locuri de muncă verzi în sectorul creativ;
- integrarea principiilor economiei verzi în procesul creativ, identificarea modalităților de reducere a deșeurilor și de utilizare eficientă a resurselor în microîntreprinderile din sectorul creativ

ACTIVITĂȚI



EXERCIȚIU DE ÎNCĂLZIRE

Instrucțiuni pentru formatori:

- *Prezentați exercițiul* (5 min.) explicând importanța unei mentalități orientate spre sustenabilitate, care reprezintă o necesitate strategică pentru reziliența și succesul pe termen lung al unei companii, servind drept catalizator pentru inovare și avantaj competitiv.
- *Prezentați întrebarea*: Rugați participanții să definească într-o singură propoziție sau să ilustreze succesul economic al microîntreprinderii

- *Întrebări de reflecție*

- Ce înseamnă pentru dumneavoastră să aveți o afacere de succes din punct de vedere economic?

- Cum poate fi asigurat succesul financiar pe termen lung al afacerii?

Diagnosticul financiar



Profitabilitate / Lichiditate	+	-
+	Sănătoasă	Bolnavă cronic
-	Bolnavă temporar	...

Succesul economic



- Depășirea pragului de rentabilitate
- Asigurarea lichidității
- Constituirea de rezerve pentru dezvoltarea viitoare

ACTIVITĂȚI



q = CF/(p – CV/unit)

ESTIMAREA PRAGULUI DE RENTABILITATE

Rugați participanții să analizeze oportunitatea extinderii ofertei lor cu un produs nou, având în vedere următoarele date:

- ✓ prețul de vânzare (p) = 30 EUR/unitate
- ✓ costuri variabile (CV/unitate) = 16 EUR/unitate
- ✓ costuri fixe (CF) = 5.000 EUR/lună

Asigurarea lichidității



- Flux de numerar net pozitiv (încasările depășesc plățile)
- Negocierea unor termene de plată care să depășească termenele de colectare
- Analizarea oportunității surselor de finanțare atrase

ACTIVITĂȚI

EUR

Nr. crt.	Explicație / Ziua lunii	1	... 7	...15	...	22...	25 ...	30
1	Venituri încasate de la clientul 1		750	750		750		750
2	...							
3	Venituri încasate de la clientul n							
4	Împrumuturi							
5	I. Intrări totale de numerar (1+2+3+4+5)		750	750		750		750
6	Costuri materiale			300		300		300
7	Salarii							1000
8	Chirii							
9	Utilități			150				
10	Rate dobânzi							
11	Alte plăți						500	
11	II. Ieșiri totale de numerar(6+7+8+9+10)			450		300	500	1300
12	III. FLUXUL DE NUMERAR NET (I-II)		750	250	-	450	-500	-550
13	IV. FLUXUL DE NUMERAR NET CUMULAT		750	1050	1050	1500	1000	450

Rugați participanții să estimeze fluxul de numerar lunar, ținând cont de următoarele date:

- vânzări medii săptămânale = 750 EUR, încasate la sfârșitul săptămânii
- costuri medii săptămânale cu materialele = 300 EUR, plata fiind scadentă în termen de 10 zile
- salariile lunare = 1000 EUR, cu termen de plată la sfârșitul lunii
- costurile lunare cu utilitățile = 150 EUR, cu termen de plată până la data de 15 a fiecărei luni
- alte plăți lunare (impozite etc.) = 500 EUR, cu termen de plată la data de 25 a lunii

Constituirea de rezerve pentru dezvoltarea viitoare



ACTIVITĂȚI



MODELUL DE AFACERI DURABIL – CANVAS

Rugați participanții să definească VALOAREA pe care microîntreprinderea lor creativă o oferă clienților, luând în considerare și responsabilitatea socială și tranziția către economia verde

<table>
<tr><td rowspan="2">PARTENERIATE CHEIE (8)</td><td>ACTIVITĂȚI CHEIE (7)</td><td rowspan="2">PROPUNEREA DE VALOARE (2)</td><td>RELAȚIILE CU CLIENȚII (4)</td><td rowspan="2">SEGMENTE DE CLIENȚI (1)</td></tr>
<tr><td>RESURSE CHEIE (6)</td><td>CANALE (3)</td></tr>
<tr><td colspan="2">STRUCTURA COSTURILOR (9)</td><td colspan="3">SURSE DE VENIT (5)</td></tr>
</table>

PARTENERIATE CHEIE (8)	ACTIVITĂȚI CHEIE (?)	PROPUNEREA DE VALOARE (2)	RELAȚIILE CU CLIENȚII (?)	E ENTE E CLIENT (?)
Cine sunt partenerii noștri c?eie? Ce resurse c?eie solicităm de la aceștia? Ce activități cheie desfășoară aceștia?	Ce activități cheie trebuie să desfășurăm pentru a oferi valoarea propusă? **RESURSE CHEIE (6)** Ce resurse c?eie avem? De ce resurse c?eie avem nevoie pentru a îndeplini propunerea de valoare?	Ce valoare oferim clienților Ce beneficii obțin clienții noștri achiziți on nd produsele/serviciile noastre? Ce nevoi ale clienților satisfacem? Ce probleme rezolvăm pentru clienți și cum procedăm în acest sens? Avem o propunere de valoare care ne diferențiază de concurență?	Ce tip de relație avem cu clienții noștri? • Cum atragem, menținem și e tindem baza noastră de clienți (de ex? prin servicii personalizate etc?)? **CANALE (3)** Prin ce canale ajungem la clienții noștri? Cum promovăm produsele/serviciile noastre? Cum oferim/ comunicăm valoare segmentelor de clienți?	Pentru cine creăm ?A?? ARE? Cine sunt clienții cei mai importanți cei care generează cele mai mari venituri e aplică regula ??/??? tim ce își doresc clienții și pentru ce sunt dispuși să plătească?

STRUCTURA COSTURILOR (9)	SURSE DE VENIT (5)
Care sunt cele mai importante costuri din modelul nostru de afaceri? Am calculat pragul de rentabilitate pentru produsele/serviciile noastre? Care sunt resursele activitățile cheie cele mai costisitoare?	Pentru ce valoare sunt clienții noștri cu adevărat dispuși să plătească? Cum preferă clienții noștri să plătească?

INIȚIATIVE CARE PROMOVEAZĂ DEZVOLTAREA DURABILĂ

PUR.CLOTING (https://www.instagram.com/pur.clothing/) folosește țesături din fibre naturale produse local. De asemenea, încearcă să crească conștientizarea cu privire la importanța reducerii deșeurilor prin ateliere de creație pentru copii. Resturile de materiale sunt donate către un ONG care oferă fetelor din medii defavorizate absorbante reutilizabile, către săli de sport (pentru umplerea sacilor de box) sau către producătorii de beanbag-uri. O parte din resturi este integrată într-un sol fertil conceput de Grădinărescu Timișoara, pentru un proiect urbanistic.



Tranziția către economia verde



Adoptarea economiei circulare: Reducere, Reutilizare, Reparare și Reciclare, pentru a reduce la minimum deșeurile și dependența de resurse, proiectarea de produse concepute pentru mai multe cicluri de viață, utilizarea unui design modular

Economisirea energiei și apei: folosirea de aparate electrocasnice eficiente din punct de vedere energetic, deconectarea aparatelor electronice de la priză, utilizarea de surse regenerabile de energie și reducerea la minimum a consumului de apă

Aprovizionare locală: reducerea emisiilor generate de transport și sprijinirea economiilor locale prin achiziționarea de produse și servicii regionale/locale

Responsabilitatea socială



Conștientizarea impactului propriilor acțiuni asupra comunității locale

Asigurarea bunăstării propriilor angajați/colaboratori

Implicarea în asigurarea bunăstării comunității locale

RESURSE SUPLIMENTARE

- What is a Business Model Canvas (With Step by Step Guidance), https://www.youtube.com/watch?v=MKW3NOoGv8U
- How to Use the Sustainable Business Model Canvas, https://startarium.com/article/sustainable-business-model-canvas
- Harvard Business Review, “Sustainability as a Business-Model Transformation”
- https://hbr.org/2025/05/sustainability-as-a-business-model-transformation?utm_medium=paidsearch&utm_source=google&utm_campaign=intlcontent_businessmgmt&utm_term=Non-Brand&tpcc=intlcontent_businessmgmt&gad_source=1&gad_campaignid=20712984860&gclid=Cj0KCQjw7IjOBhDyARIsAFzrWQxrIRUxhwpH-3Y4LQSEZDVAYgar2AeSQYYLyyqfmxs-rluRs1nfGVIaApbnEALw_wcB
- The Complete Guide to Sustainable Business Model Canvas, https://www.gosharpei.com/blog/sustainable-business-model-canvas
- BMC – Business Model Canvas, Sustainable version, https://www.youtube.com/watch?v=8HAR0wy4gL4
- Building a Business for Profit and Purpose: Sustainable Model Canvas Explained, https://www.youtube.com/watch?v=Nc9N7waS2m4
- Entrepreneurial Toolkit – The Social Business Model Canvas, https://www.youtube.com/watch?v=sudMR-xxmvw