

DE UNDE VIN IDEILE BUNE, CUM LE GESTIONĂM ȘI CUM LE ADUCEM LA VIAȚĂ?

Sfaturi și exemple practice de la antreprenori sociali cu experiență

WHERE DO GOOD IDEAS COME FROM, HOW DO WE MANAGE THEM AND HOW DO WE BRING THEM TO LIFE?

Practical tips and examples from experienced social entrepreneurs

manager proiect Federația
ONG-urilor Sociale din Transilvania

**MARIANA
ȚÎNȚĂREAN,**

European Programs Director, “
Alături de Voi” Romania Foundation

manager laborator inovare socială
Dedication Lab

**LAURA
ISTRATE**

Dedication Social innovation
lab manager

Rezumat: Valorificarea experienței practice a antreprenorilor sociali, într-un moment în care, în țara noastră, acest tip de business este încă incipient și se confruntă cu nenumărate provocări, vine în articolul de față printr-o serie de sfaturi practice de la experți și exemple concrete menite să inspire. Cum apar ideile, prin ce proces de filtrare trec ele, cum facem să le aducem la viață sub formă de afaceri sociale viabile și sustenabile? Cu ce provocări s-au confruntat antreprenorii cu care am discutat și cum au fost depășite? Drumul de la o simplă idee la concretizarea acesteia într-o afacere socială, nu este ușor, necesită efort fizic și mental, determinare și trece prin mai multe etape: identificarea problemei, validarea ideii prin testare, revizuirea ideii, prototiparea acesteia și punerea în practică. Ioana Bejan, co-fondator al Muzeului Amintirilor din Comunism, Anna Toth, director Fundația Creștină Diakonia Filiala Sfântu Gheorghe și Andreea Bucin, manager financiar Dedication Laborator de inovare socială, au împărtășit cu noi sfaturi utile, experiențe proprii și modele de bună practică.

Summary: Capitalizing on the practical experience of social entrepreneurs, at a time when in our country this type of business is still in the beginning and facing countless challenges comes in the article in the form of practical tips and concrete example from experts meant to inspire. How do ideas arise, what filtering process do they go through, how do we bring them to life in the form of viable and sustainable social businesses? What challenges did the entrepreneurs we talked to face and how did they overcome them? The road from a simple idea to a social business is not easy, it takes physical and intellectual effort, needs determination and goes through several stages: problem identification, idea validation through testing, review of ideas, prototyping and implementation. Ioana Bejan, co-founder of the Memorial Museum of Communism, Anna Toth, director of the Diakonia Christian Foundation Sfântu Gheorghe Branch and Andreea Bucin, financial manager of the Dedication Social Innovation Lab, shared with us useful tips, personal experiences and examples of good practice.

Cuvinte-cheie: inovare, antreprenoriat social, idei, inspirație, management, laborator de inovare sociala Dedication Lab

În cadrul primului laborator de inovare socială din Brașov, Dedication Lab, activitatea de bază în vederea creării de soluții inovatoare la probleme sociale complexe, este generarea de noi idei. În laborator, participanții trec print-un proces complex de creație, analiză, ajustare/ adaptare, testare și prototipare a ideilor. Astfel, încă de la începutul proiectului, echipa implicată a fost preocupată de modul în care apar ideile, cum pot fi ele gestionate și cum le aducem la viață.

Pentru a răspunde la aceste întrebări, am discutat cu câteva persoane care ne-au inspirat în activitățile derulate în cadrul Dedication – Laborator de inovare socială.

Astfel *Ioana Bejan - Roată*, antreprenor cu multe idei transformate în realitate, de la structuri de cazare turistică, la centru de escaladă sau design și producție de încălțăminte, co-fondator al Muzeului Amintirilor din Comunism, ne-a spus: *“Ideile vin din observare directă. Cred că esențial în a genera idei este să fii atent la ce-i în jurul tău, să compari, să analizezi. Nu-i mare lucru și din câte observ toată lumea are idei. Mai greu este drumul de la idee la vis și la materializare a visului și aici cred că e important un plan bun de care să te ții și să încerci să faci în fiecare zi câte ceva care să te ducă mai aproape de ce ți-ai propus.”* Ioana ne-a împărtășit faptul că, multitudinea de idei pe

Keywords: innovation, social entrepreneurship, ideas, inspiration, management, social innovation lab Dedication Lab

In the first social innovation lab in Brașov (Dedication Lab), for creating innovative solutions to complex social problems, generating new ideas is key. In the lab, participants go through a complex process of creating, analysing, adjusting / adapting, testing and prototyping ideas. Thus, from the beginning of the project, the team was interested on how do the ideas appear, how they can be managed and how can we bring them to life.

To answer these questions, we talked to a number of people who inspired us in our Dedication - Social Innovation Lab.

Ioana Bejan - Roată, entrepreneur with many ideas transformed in reality, from tourist accommodation structures to climbing center or shoe design and production, co-founder of the Museum of Memories of Communism told us “Ideas come from direct observation. I think that the key to generating ideas is to pay attention to what is around you, to compare and analyse. It’s no big deal, and as far as I can tell, everyone has ideas. The road from the idea to the dream and then to the materialization of the dream is more difficult and here I think it is important to have a good plan to stick to and try to do something every day that will bring you closer to your objective.”

Ioana shared with us the fact that

care le are, sunt supuse unui proces ce duce la aducerea acestora la viață: *“La un moment dat îmi notam tot felul de gânduri și idei care cum veneau. Nu mai fac asta pentru că am observat că unele rămân cumva și revin obsesiv din când în când. Apoi, încep să vorbesc despre ele. Mult. Cu toți prietenii, cu familia, cu toată lumea care mă întreabă. Și când deja începe să se contureze și un plan/strategie încep să văd în jur semne care îmi confirmă că e momentul pentru ele.”*

Anna Tóth, Director Fundația Creștină Diakonia Filiala Sfântu Gheorghe, organizație cu experiență în dezvoltarea de servicii inovative menite să crească calitatea vieții beneficiarilor și cu mai multe proiecte de afaceri sociale în implementare, ne spune că: *“Ideile apar din echipă, de la colegi, din practica de zi de zi. Mai intervin și colaborări sau schimburi de experiență de unde vin noi concepte, idei, metode de bună practică, inovative, eficiente.”*

Andreea Bucin, expert contabil, manager financiar atât în cadrul proiectului D-care Labs, dar și implicată în mai multe afaceri sociale de succes, ce a lucrat îndeaproape cu echipele din Dedication – laborator de inovare socială, ne spune că: *“Pentru ca o idee bună să nu rămână la stadiul de idee, trebuie adusă cât mai aproape de specialiști, împreună cu care să o transformi într-un plan de afaceri foarte bine gândit. Deseori, ideile bune sunt abandonate, în momentul în care este conceput planul de afaceri și realizezi care sunt costu-*

the multitude of ideas she has are subject to a process that leads to their happening: “At one point I was writing down all sorts of thoughts and ideas that were coming. I don’t do this anymore because I’ve noticed that some of them remain somehow and return obsessively from time to time. Then I start talking about them. A lot. With all my friends, my family, everyone who asks me. And when also a plan / strategy starts to take, I look around for signs that confirm that it’s time for them.”

Anna Tóth, Director of Diakonia Christian Foundation, Sfântu Gheorghe Branch, an organisation with experience in developing innovative services aimed at increasing the quality of life of beneficiaries and with several social business projects in implementation, tells us that *“Ideas come from the team, from colleagues, from daily practice. There are also collaborations or exchanges of experience from which new concepts, ideas, innovative, effective methods of good practice come.”*

Andreea Bucin, expert accountant, financial manager in the D-care Labs project and involved in several successful social businesses, who has worked closely with the Dedication - social innovation lab teams, tells us that *“For a good idea not to remain at the stage of idea, it must be brought as close as possible to specialists, together with whom to transform it into a very good business plan. Often good ideas are abandoned by the time the business plan is designed and you realise what the*

rile și ce implică cu adevărat. Cred că e nevoie de sfatul a cel puțin trei specialiști pentru a te ajuta să afli dacă ai o idee bună sau nu, și anume: un consultant scriere proiecte, un consultant financiar și un antreprenor mentor care activează în domeniul în care dorești să îți începi afacerea. Nu ignorați calculele, chiar dacă știu că mulți oameni fug de cifre. Calculați cât se poate de bine pragul de rentabilitate (Indicator financiar care exprimă acel nivel de activitate pentru care firma nu obține nici profit, nici pierdere) și cash flow-ul (diferența dintre intrările și ieșirile de numerar). Dacă pragul de rentabilitate e calculat cât mai aproape de realitate, poți descoperi dacă o idee de afacere e rentabilă sau nu. Iar dacă poți susține cash-flow-ul, atunci nu te blochezi financiar în activitatea ta”.

Steven Johnson, autorul cărții „Where Good Ideas Come From: The Natural History of Innovation” sugerează că există șapte întrebări pe care ar trebui să le adresăm pentru a găsi semințele unei idei grozave. Ce posibilități noi există astăzi și care nu existau acum un an? Ce îți spune instinctul cu privire la ce să faci? Cum văd alții ce ar trebui să faci? Ce a funcționat și te-a surprins? (principiul serendipității – construiești pe ce surprinde, pe întâmplări/ hazard) Care este cea mai bună lecție

costs are and what it really entails. I think you need the advice of at least three specialists to help you find out whether you have a good idea or not, namely: a project writing consultant, a financial consultant and a mentor entrepreneur who works in the field you want to start your business. Don't ignore the math, even though I know many people run away from numbers. Calculate as well as possible the break-even point (financial indicator that expresses that level of activity for which the company makes neither profit nor loss) and the cash flow (the difference between cash in and cash out). If the break-even point is calculated as close to reality as possible, you can find out whether a business idea is profitable or not. And if you can sustain the cash-flow, then you are not financially stuck in your business.”

Steven Johnson, author of “Where Good Ideas Come From: The Natural History of Innovation” suggests that there are seven questions we should ask to find the seeds of a great idea. What new possibilities exist today that didn't exist a year ago? What does your gut tell you about what to do? How do others see what you should do? What has worked and surprised you? (Serendipity principle - build on what surprises, serendipity/chance) What is the best lesson



învățată din cea mai mare greșeală? În ce alt scop poate fi folosit produsul sau serviciul? Pe ce mare succes/ reușită poți construi? Johnson își rezumă cunoștințele despre cum putem crește șansele de a contribui la dezvoltarea ideilor bune de inovare, astfel: *“Tiparele sunt simple, dar urmate împreună, formează un întreg care este mai bun decât suma părților sale. Mergi la plimbare, urmează-ți instinctul, notează totul, îmbrățișează serendipitatea, fă greșeli, practică mai multe hobby-uri, frecventează cafenele sau alte spații de socializare, lasă-i pe alții să construiască pe ideile tale, împrumută, reciclează, reinventează.”*

learned from your biggest mistake? What other purpose can the product or service be used for? What great success/achievement can you build on? Johnson sums up his knowledge of how we can increase our chances of helping to develop good innovation ideas like this *“Patterns are simple, but followed together they form a whole that is better than the sum of its parts. Go for a walk, follow your instincts, write everything down, embrace serendipity, make mistakes, take up multiple hobbies, frequent coffee shops or other social spaces, let others build on your ideas, borrow, recycle, reinvent.”*



Afacere socială inedită: Muzeul amintirilor din comunism.

Alina Beteringhe, antropolog și producător de film documentar, și Ioana Bejan-Roată, antreprenor sunt co fondatorii acestei afaceri sociale.

Unique social business: Museum of memories from communism.

Alina Beteringhe, anthropologist and documentary film producer, and Ioana Bejan-Roată, entrepreneur,

Pentru articolul acesta, Ioana Bejan-Roată ne-a răspuns la următoarele întrebări:

Î: Cum a apărut ideea Muzeului Amintirilor din Comunism?

R: Cred că prin 2014, am vizitat Museum of Broken Relationship din Zagreb care m-a impresionat atât din punct de vedere al experienței de vizitare, dar mai ales ca idee de afacere. Povestea acestui muzeu e foarte interesantă, chiar funny. Doi artiști din Zagreb, Olinka Vištica producător de film și Dražen Grubišić, sculptor, s-au despărțit în 2003, glumind despre faptul că ar putea face un muzeu cu toate obiectele personale rămase în urma relației. 3 ani mai târziu și-au materializat idea și cu ajutorul multor altor obiecte cu povești, donate de prieteni, au organizat o expoziție în Zagreb, care mai apoi a făcut înconjurul lumii, adunând din ce în ce mai multe obiecte cu povești despre relații destrămate. Până în 2010 aveau deja 200000 de vizitatori în orașele unde organizaseră expoziții și au solicitat Ministerului Culturii din Croația un spațiu unde să organizeze un muzeu permanent. Nu au primit nici un sprijin, dar asta i-a ambiționat să închirieze o casă în centrul Zagrebului, dând astfel naștere primului muzeu privat din oraș. Experiența vizitării e un carusel emoțional. Am râs, am plâns și am plecat de acolo impresionată de idee.

Un an mai târziu împreună cu Emil, soțul meu, am început să găz-

are the co-founders of this social business.

For this article, Ioana Bejan-Roată answered the following questions:

Q: How did the idea of the Museum of Memories of Communism come about?

A: I think around 2014, I visited the Museum of Broken Relationship in Zagreb which impressed me both in terms of the visiting experience and especially as a business idea. The story of this museum is very interesting, even funny. Two artists from Zagreb, Olinka Vištica a film producer and Dražen Grubišić, a sculptor, broke up in 2003 joking that they could make a museum with all the personal objects left over from their relationship. 3 years later they materialized their idea and with the help of many other objects with stories donated by friends they organized an exhibition in Zagreb, which later went around the world collecting more and more objects with stories about broken relationships. By 2010 they had 200,000 visitors in the cities where they had held exhibitions and applied to the Croatian Ministry of Culture for space to set up a permanent museum. They received no support, but this inspired them to rent a house in the centre of Zagreb, giving birth to the city's first private museum. The experience of visiting is an emotional rollercoaster. I laughed I cried and I left there impressed with the idea. A year later together with Emil, my husband, we started hosting guests through

duim oaspeți prin Airbnb în dormitorul liber din apartamentul nostru. Cererea era mare, Airbnb era în plin avânt și foarte mulți turiști din toată lumea foloseau această platformă care le asigura un preț mai mic și interacțiune mai multă cu localnicii. Acțiunea asta a crescut în câțiva ani într-o căsuță de oaspeți în toată regula și așa am avut ocazia să interacționăm cu foarte mulți turiști străini. Cei mai mulți sunt curioși de istoria recentă a locurilor pe care le vizitează pentru că înțeleg că trecutul recent modelează și explică prezentul. Plus că au cultura muzeelor, sunt obișnuiți să facă research și să aleagă câteva obiective interesante și emblematice de vizitat în orașele/zonele în care merg. Pe lângă clasicele recomandări solicitate, unde să mănânce, ce să viziteze, dacă au doar o zi/două/trei/etc, ne întrebau mereu despre comunism și păreau interesați de aspectele de zi cu zi, mai degrabă decât de date și fapte istorice. Cum era viața, cum se distrau tinerii, ce citeau, ce mâncau, etc. Așa am ajuns să combin observațiile directe despre interesele turiștilor cu amintirea muzeului din Zagreb și să conturez ideea realizării unui muzeu al amintirilor din comunism, cu exponate și povești adunate de la oameni. Și, ca să exemplific ce ziceam mai sus, cred că prin 2017 începuse să mă obsedeze ideea acestui muzeu și s-au întâmplat chestii care m-au convins că e o idee bună. Într-o singură săptămână am nimerit întâmplător la 2 proiecții de film

Airbnb in the spare bedroom of our apartment. Demand was high, Airbnb was booming and many tourists from all over the world were using the platform to get a lower price and more interaction with locals. This action grew in a few years into a full-fledged guesthouse and that's how we had the opportunity to interact with a lot of foreign tourists.

Most are curious about the recent history of the places they visit because they understand that the recent past shapes and explains the present. Plus, they have a museum culture, are used to doing research and choosing some interesting and iconic sights to visit in the cities/areas they visit. Besides the classic requested recommendations, where to eat, what to visit if they only have a day/two/three/etc, they always asked us about communism and seemed interested in the day-to-day aspects rather than historical facts and dates. What life was like, how young people had fun, what they read, what they ate, etc. That's how I ended up combining direct observations about tourists' interests with the memory of the museum in Zagreb and shaping the idea of making a museum of memories of communism with exhibits and stories collected from people. And to exemplify what I was saying above I think that by 2017 the idea of this museum started to obsess me and things happened that convinced me it was a good idea. In a single week I happened to stumble upon 2 film screenings about

despre perioada comunistă și tot ce auzeam în jur era că a sosit momentul să “exploatăm” acea perioadă din punct de vedere cultural. Toți prietenii păreau super încântați de idee și m-au încurajat, ca să nu mai vorbesc de familie. N-a fost bruscă treaba. 3 ani și o finanțare refuzată mai târziu, plus alte proiecte demarate, dar a venit și semnul cel mai cel că trebuie materializată această idee. Alina, antropolog, ghid turistic și producător de film documentar s-a întors din State pusă pe făcut chestii faine în țară. După câteva beri au curs ideile și visele, dar când am ajuns la Muzeul Amintirilor din Comunism am făcut click. De pe vremea când ghida turiști străini pe meleagurile românești visa la aceeași chestie. **Vis și făcut.** Nu am mai stat prea mult pe gânduri, ne-am pus pe căutat finanțări și, 2 ani mai târziu, deschidem în 2 săptămâni. 2 ani sună puțin și ușor...dar au fost 2 ani cât 10. O să mă opresc totuși aici, că întrebarea era despre cum a apărut ideea, nu despre cât de greu a fost.

Î: Ce este Muzeul amintirilor din comunism? (<https://madc.ro>)

R: Este un muzeu privat în care am adunat obiecte și povești de la oamenii de rând care prezintă viața cotidiană din perioada comunistă, cu bune și rele. Este vocea oamenilor care au trăit în comunism și vor să își aducă aminte. Locul unde poveștile lor vor fi aduse în atenția publicului. Este locul unde generațiile tinere și vizitatorii străini află cum

the communist period and all I was hearing around was that it was time to “explore” that period culturally. All my friends seemed super excited about the idea and encouraged me, not to mention my family. It wasn’t sudden. 3 years and a rejected grant later, plus other projects started, but the most important sign came that this idea had to materialize. Alina, an anthropologist, tour guide and documentary filmmaker, came back from the States to do cool stuff in the country. After a few beers the ideas and dreams flowed but when we arrived at the Museum of Memories of Communism we clicked. Since the days when she was guiding foreign tourists in Romania, she dreamed of the same thing. Dream and done. We didn’t think about it too long, we started looking for funding and 2 years later, we opened in 2 weeks. 2 years sounds short and easy...but it was 2 years as long as 10. I’ll stop here though because the question was about how the idea came up not about how hard it was.

Q: What is the Museum of Memories of Communism? (<https://madc.ro>)

A: It is a private museum where we have collected objects and stories from ordinary people that show everyday life during the communist period with its good and bad. It is the voice of people who lived under communism and want to remember. The place where their stories will be brought to the public’s attention. It is the place where younger generations and foreign visitors learn what

se trăia pe vremea aia, află greutățile, află bucuriile, află bancurile, văd obiectele, ating bibelourile, ascultă radio, văd emisiuni, gustă parizer, beau nechezol sau un brifcor răcoritor. Este locul care va găzdui expoziții și evenimente culturale pe tema comunismului. Este locul în care se vor organiza ceaiuri dansante, seri de joc sau proiecții de diapozitive. Dar, nu în ultimul rând, este o afacere socială. Adică, cu profitul obținut, când se va ajunge la el, vom organiza activități pentru socializarea copiilor din grupuri vulnerabile (excursii, vizite la muzee, tabere, etc). Este un proiect care poate crește într-o mulțime de feluri care mai de care mai interesante de la extinderea spațiului de expoziție la diversificarea articolelor din gift shop la o considerabilă arhivă digitală de imagini, la filme documentare și multe evenimente culturale și istorice.

Î: Ce impact pozitiv are Muzeul în cadrul comunității?

R: Noi ziceam că, în primul rând, va da ocazia societății civile, la 32 de ani de la Revoluție, să-și spună poveștile. Dar după ce am lansat campania #MADCesidespretine ne-am dat seama că oamenii nu își amintesc așa ușor. De fapt, rectific. Își amintesc ușor, dar nu sunt dispuși să pună pe hârtie. Greu a fost cu colectarea de povești. Am tras de toată lumea și prietenii au intrat la înaintare. De gura noastră, dar și pentru că ne susțin, au cotrobăit prin cotloanele caselor părinților

life was like in those days, learn the hardships, learn the joys, learn the jokes, see the objects, touch the knick-knacks, listen to the radio, watch broadcasts, taste the sausage, drink the nechezol or a refreshing brifcor. It is the place that will host exhibitions and cultural events on the theme of communism. It's the place to hold tea dances, game nights and slide shows. But last but not least it's a social affair. That is, with the profits made when it comes ☺, we will organize activities to socialize children from vulnerable groups (trips, visits to museums, camps, etc). It's a project that can grow in a lot of interesting ways from expanding the exhibition space to diversifying the items in the gift shop to a considerable digital archive of images, to documentary films and many cultural and historical events.

Q: What positive impact does the Museum have in the community?

A: We say that first and foremost it gives civil society the opportunity, 32 years after the Revolution, to tell its stories. But after we launched the #MADCesidespretine campaign we realized that people don't remember so easily. Actually, I stand corrected. They remember easily but are not willing to put it down on paper. The hard part was collecting stories. We pulled everyone and friends came forward. By word of mouth but also because they support us they rummaged through the nooks and crannies of parents' homes and memories and laid down some stories.

și prin amintiri și au așternut ceva povești. Dar puține. Am schimbat tactica și Alina s-a apucat de ce știe mai bine. Adică să vorbească cu oamenii și să-i facă să se deschidă și să povestească. Așa a mers. Mai greu, dar a mers. Deci, dacă e să ne dorim ceva, este ca acest muzeu să primească din ce în ce mai multe povești și vocile oamenilor care au trăit comunismul să fie auzite. Pentru că istoria trebuie cunoscută ca să nu se repete și mai ales pentru generațiile tinere pentru care e important să înțeleagă de ce este România cum este. Și asta reiese din amintirile oamenilor mai mult decât din date istorice, manuale și statistici. Asta e ca un fel de misiune educativă sau culturală. Cât despre misiunea socială, aceea de a socializa copii din grupuri vulnerabile, ea s-a conturat în paralel cu ideea muzeului. Era clar că un astfel de muzeu va trebui să aibă un ecou în societate, să încerce să rezolve/să îmbunătățească ceva. Ne-am dat seama că nu putem cere societății să-și amintească, să doneze, să susțină, fără să oferim ceva în schimb. Am ales să lucrăm cu copii pentru că am simțit că acolo munca noastră va avea cel mai mare impact. Iar din observațiile noastre și ce am mai aflat de la organizațiile sociale partenere, acești copii duc lipsă de socializare, au nevoie să fie scoși din mediile lor. Să li se arate alte lumi, cu muzee, cu plimbări, cu sport, cu tabere. Asta vom încerca să facem și așa ne dorim să dovedim

But few. We changed tactics and Alina went back to what she does best. That is, talking to people and getting them to open up and tell stories. That's how it worked. Harder, but it worked. So if there's one thing we want, it's for this museum to get more and more stories and for the voices of people who lived through communism to be heard. Because history needs to be known so that it doesn't repeat itself, and especially for the younger generations for whom it is important to understand why Romania is the way it is.

And this is more evident from people's memories than from historical data, textbooks and statistics. That's a kind of educational or cultural mission. As for the social mission, that of socialising children from vulnerable groups, it has taken shape in parallel with the idea of the museum. It was clear that such a museum would have to have an echo in society, to try to solve/improve something. We realised that we cannot ask society to remember, to donate, to support, without giving something in return. We chose to work with children because we felt that this is where our work would have the biggest impact. And from our observations and what we have learned from our partner social organisations, these children lack socialisation, they need to be taken out of their environments. To be shown other worlds, with museums with walks, with sports with camps. This is what we will try to do and this is how we want to prove the positive

impactul pozitiv al Muzeului în cadrul comunității.

Î: Ce sfaturi ai pentru cei care vor sa dezvolte idei de antreprenoriat social?

R: În primul rând, trebuie să se asigure că e o idee de business viabilă. Cu plan de afaceri, estimări de vânzări și tot tacâmul. Din păcate, în momentul acesta ideea muzeului ca business viabil care generează profit nu e tocmai testată. Am făcut scenarii, am făcut socoteli și pe Excel, pe timp de pace și turism în floare arată bine. Deci, toată lumea e optimistă, dar numai timpul va dovedi dacă estimările noastre de vizitatori și încasări au fost realiste sau nu. Așadar, primul sfat e să fie afacere pe bune. Cel puțin pe previziuni. În al doilea rând, misiunea socială trebuie să fie clar argumentată și justificată de realitate. Trebuie consultate statistici și persoane sau entități care activează în domeniu și au expertiză. Nici aici nu vorbesc din experiență pentru că nu am început încă să organizăm activități ca parte din misiunea noastră socială. Dar ne-am asigurat că este nevoie de ce putem să oferim noi prin semnarea unor parteneriate cu organizații care sunt mai aproape de copiii din grupurile vulnerabile și le cunosc nevoile reale. Totodată, suntem pregătite să adaptăm misiunea socială dacă va fi nevoie astfel încât să le oferim acestor copii ce le lipsește cu adevărat. Ne bazăm și pe partenerii noștri pentru a ne asigura că intervenim unde e nevoie și

impact of the Museum in the community.

Q: What advice do you have for those who want to develop social entrepreneurship ideas?

A: First of all, they need to make sure it's a viable business idea. With a business plan, sales estimates and everything. Unfortunately, at the moment the idea of the museum as a viable business that generates profit is not exactly tested. We've done scenarios, we've done the math and Excel, in peacetime and tourism in bloom it looks good. So, everyone is optimistic, but only time will prove whether our estimates of visitors and takings were realistic or not. So, the first piece of advice is to be the real deal. At least on the forecast. Second, the social mission must be clearly argued and justified by reality. Statistics and people or entities working in the field with expertise should be consulted. I am not speaking from experience here either because we have not yet started organising activities as part of our social mission. But we have made sure that what we can offer is needed by signing partnerships with organisations that are closer to children from vulnerable groups and know their real needs. At the same time, we are ready to adapt our social mission if necessary, so that we can give these children what they really need. We also rely on our partners to ensure that we intervene where and with what is needed.

Thirdly, funding is very important

cu ce este nevoie. În al treilea rând, finanțarea este foarte importantă și având în vedere că antreprenoriatul social este încă foarte tânăr în România, există programe de finanțare și organizații care pot oferi consultanță/mentorat pe tema asta. Așa că, dacă există posibilitatea accesării unor fonduri, nu le ratați! Da, va fi greu, veți fi verificați și răsverificați, veți face rapoarte lunare, trimestriale, semestriale, anuale, bilanțuri, balanțe, vizite de monitorizare și câte și mai câte, dar veți lucra organizat și veți primi ajutor. Și ce e cel mai important, nu veți mai putea da înapoi...așa că...tot ce vă va rămâne de făcut va fi să mergeți înainte. Iar asta e de multe ori cel mai important pentru a avea succes. De la Andreea Bucin, aflăm câteva modele de bună practică de afaceri sociale: *„Ideile de afaceri sociale pe care le-am observat s-au născut din dorința unor oameni frumoși de a se implica în comunitate. Am luat contact cu economia socială în anul 2009, iar ideile întâlnite s-au născut pentru a răspunde unei anumite nevoi din comunitate, care ulterior s-au transformat în afaceri, pentru a susține activitatea socială a unui ONG. Primele afaceri sociale cu care am colaborat au fost: Hostel Piatra Craiului, aparținând Organizației Cercetașii României - filiala Brașov „Virgil Onițiu”, Atelier Diversis, atelierul de croitorie al Fundației pentru Copii Abandonati și Secția IMPACT PLUS a Fundației de Dezvoltare Locală „Speranța” Târgu Neamț. Acestea*

and given that social entrepreneurship is still very young in Romania, there are funding programmes and organisations that can provide advice/mentoring on this. So, if there is a possibility to access some funds, don't miss them! Yes, it will be hard, you will be checked and rechecked, you will do monthly, quarterly, half-yearly, annual reports, balance sheets, balance sheets, monitoring visits and so on, but you will work organised and you will get help. And most importantly, you won't be able to back out...so...all you'll have to do is keep moving forward. And that's often the most important thing for success. From Andreea Bucin, we learn some best-practice social business models: “The social business ideas I've observed were born out of the desire of beautiful people to get involved in the community. I got in touch with the social economy in 2009, and the ideas I met were born to respond to a certain need in the community, which later turned into a business to support the social work of an NGO. The first social businesses I worked with were: Hostel Piatra Craiului, belonging to the Romanian Scouts Organization - Brasov branch “Virgil Onițiu”, Atelier Diversis, the tailoring workshop of the Foundation for Abandoned Children and the IMPACT PLUS section of the Local Development Foundation “Speranța” Târgu Neamț. These have been operating for many years and are models of good practice.”

funcționează de mulți ani, fiind modele de buna practică.”

Concluzii

Esențial în a genera idei este să fii atent la ce-i în jurul tău, să compari să analizezi. E nevoie de sfatul a cel puțin trei specialiști pentru a te ajuta să afli dacă ai o idee bună sau nu: un consultant scriere proiecte, unul financiar și un antreprenor mentor care activează în domeniul în care dorești să îți începi afacerea. Calculați cât se poate de bine pragul de rentabilitate și cash flow-ul. Mișcarea socială trebuie să fie clar argumentată și justificată de realitate. Dacă există posibilitatea accesării unor fonduri, nu le ratați!

Conclusions

The key to generating ideas is to pay attention to what is around you, to compare and analyse. You need the advice of at least three specialists to help you find out if you have a good idea or not: a project writing consultant, a financial consultant and a mentor entrepreneur working in the field you want to start your business. Calculate your break-even point and cash flow as best you can. The social mission must be clearly argued and justified by reality. If there is an opportunity to access funds, don't miss it!

Bibliografia:

1. *„Where Good Ideas Come From: The Natural History of Innovation”* (2011), Steven Johnson

Bibliography:

1. *“Where Good Ideas Come From: The Natural History of Innovation”* (2011), Steven Johnson