

Scris de Alexandra Pode
Duminica, 01 Mai 2011 19:39



Unele dintre cele mai aprinse și interesante conversații pe care le-am avut în ultima vreme cu angajați ai unor companii de altfel responsabile social au fost pe următoarele trei teme, aparent nelegate între ele, însă despre care cred că ascund un "fir epic" comun și evident, posibile soluții comune.

Temele prevalente au fost:

- Compania mea face acțiuni responsabile social însă eu nu simt că aș câștiga sau că învăț în nici un fel din această implicare;
- Mi-aș dori să știu cumva că banii pe care îi donez, personal sau ca și organizație, reușesc să creeze valoare și pe termen mai lung nu doar să fie „consumați” în a susține rezolvarea unor probleme care vor persista oricum pe termen mediu și lung;
- Mi-aș dori să pot contribui cu expertiza pe care o am; de multe ori simt că ceea ce fac lucrând în zona corporatistă este atât de departe de zona de impact social încât parcă nu am cum să ajut cu ceea ce știu.

Firul epic comun care transpare, povestea din spatele poveștii, este aceea a unei deconectări între zona de business și cea de impact social ce are repercursiuni la toate nivelele: în cadrul companiilor unde componenta de CSR este eminentă separată de orice ar însemna core business și este văzută strict ca un centru de cost, în cadrul organizațiilor ce generează impact social, însă care de multe ori nu generează independența beneficiarilor lor și schimbarea stării de fapt la nivel sistemic.

Ce ar putea crea o punte peste această deconectare este în opinia noastră antreprenoriatul social. Organizații care sunt concentrate pe impact social gândind lucrurile din punct de vedere economic și construind impactul social pe scheletul unui model de afaceri care se susține prin oferirea de produse și servicii.

De ce poate fi interesant pentru o organizație corporatistă să fie implicată în susținerea antreprenoriatului social?

- Pentru că orice contribuție într-o inițiativă de acest tip, organizațională sau individuală nu se „consumă” o singură dată ci intra într-un ciclu în care se regenerează și contribuie la soluții sistemice; ca și exemplu, investind într-o organizație care susține mamele singure în a lucra de acasă și a face produse ecologice realizate manual, nu susținem de fapt acele mame pentru câteva luni după care vor veni altele cu aceeași nevoie ci investim într-o afacere prin care mamele devin independente și își generează pe termen lung propriile venituri iar investiția mea nu se "consumă" ci merge către dezvoltare de capacitate de producție sau de distribuție permițându-mi să atrag și mai multe persoane în acest sistem care le oferă o soluție auto-sustenabilă pe termen lung;
- Pentru că vorbim de antreprenoriat social, abilitățile de business devin esențiale și îmi este nu doar mult mai ușor ci de-a dreptul necesar să implic ca și parte a strategiei mele de

Scris de Alexandra Pode
Duminica, 01 Mai 2011 19:39

contribuție angajați care au acele abilități de business; la nivel personal, majoritatea celor din business care ajung să interacționeze cu afacerile sociale se simt mult mai valoroși și valorizați putând să contribuie cu ceea ce știu mai bine și mai mult, ajung să înțeleagă că impactul social nu este atât de departe de ei și percepția despre valoarea socială a ceea ce știu și pot face se modifică dramatic;

- În marea majoritate a cazurilor, antreprenoriatul social implică inovație, eficiență în consumul de resurse și o perspectivă diferită asupra modului în care se poate crea valoarea adăugată; a lucra împreună cu o astfel de organizație în parteneriat poate genera lecții importante pentru orice organizație, poate fi o sursă de inspirație pentru inovare internă și eficientizarea modului în care se produc rezultatele;

Cu toate cele de mai sus în minte, o soluție cu care am început să lucrăm și care poate avea rezultate spectaculoase dacă e implementată corect atât în zona de impact social cât și în zona de business este dezvoltarea de parteneriate și proiecte de susținere a antreprenoriatului social. Gândiți-vă la orice angajat ca la un agent viral, atâta timp cât personal pot fi implicat și pot aduce o contribuție într-un business social, la „întoarcerea” în organizația mea, pe lângă sentimentul de satisfacție prin aportul la ceva sustenabil, pot veni cu soluții și perspective noi pentru afacerea din care fac parte, creând spațiu pentru inovare, eficiență și relevanță „la mine acasă”.

Alexandra Pode este co-fondator [roPot](#), organizație ce are ca scop dezvoltarea inițiativelor de antreprenoriat cu impact social în România. roPot este implicat activ în dezvoltarea start-up-urilor de antreprenoriat social și a abilităților de leadership ce pot produce schimbări sustenabile în organizații și în comunități locale. Alexandra este absolventă a Academiei de Studii Economice din București, a fost implicată pentru 5 ani într-un ONG internațional de tineret devenind ulterior trainer și manager în Human Invest, una dintre companiile lider de piață în dezvoltare managerială și de leadership. Din 2010, roPot este comunitatea care promovează principiile de antreprenoriat social în România și care susține inițiativele autosustenabile ce urmăresc un impact pozitiv în comunitate.