

Regiunea Nord-Est, România

Dezvoltarea unui ecosistem antreprenorial durabil și competitiv

Bune practici și evaluarea gradului de transferabilitate

Raport final pentru ADR Nord-Est

Adrian Healy

21 Aprilie 2017

Materialul a fost realizat în cadrul proiectului sprijinit de DG Regio și JRC, “RIS3 în Regiunile Rămase în Urmă”, Componenta de Mix de Politici pentru Regiunea Nord-Est.

Traducere în limba română: Ovidiu Savu, expert Birou Cooperare Externă, ADR Nord-Est

Utilizarea informațiilor din acest document se poate face numai cu citarea sursei.

2016CE16BAT070

Introducere

Există o recunoaștere pe scară largă a faptului că dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii de succes este esențială pentru sănătatea pe termen lung a economiilor locale. Dezvoltarea unui ecosistem antreprenorial durabil și competitiv se află în centrul eforturilor de creștere a veniturilor și prosperității în economiile regionale. Un ecosistem de succes este compus dintr-un amestec de companii, dintre care unele se pot extinde rapid și se orientează spre export, alături de altele care sunt stabile, adesea concentrate pe plan local și care asigură coloana vertebrală a economiei.

Antreprenoriatul a devenit sinonim cu începerea și dezvoltarea unei afaceri personale ale unui individ pe parcursul vieții, dar în practică, spiritul antreprenorial poate fi regăsit în întregul sector privat fiind, de asemenea, răspândit și în sectorul public. Astfel, dezvoltarea abilităților antreprenoriale nu este doar benefică pentru sectorul întreprinderilor mici ci poate promova o activitate economică mai largă.

Una dintre evoluțiile interesante din dezvoltarea antreprenoriului este un accent sporit pe învățarea colaborativă și practică. O astfel de metoda de lucru cu potențialii întreprinzători poate oferi beneficii reale. Noțiunea de antreprenor ca "lup singuratic" nu mai este viabilă (chiar dacă ar fi fost vreodată adevărată) și experiența scoate în evidență valoarea învățării colaborative într-un mediu practic ca mijloc de dezvoltare a competențelor și cunoștințelor necesare pentru dezvoltarea afacerilor de succes.

Promovarea unui ecosistem antreprenorial poate, de asemenea, să beneficieze de dezvoltarea unor hub-uri care să unească antreprenorii, să sprijine întreprinderile noi și să ofere un suport fizic pentru formare și alte activități de dezvoltare. Asemenea hub-uri pot lua mai multe forme, dar, în general, ele încearcă să depășească provocările cu care se confruntă adesea întreprinderile și întreprinzătorii în devenire. Aceste provocări pot include:

- necesitatea ca microîntreprinderile să colaboreze cu alte microîntreprinderi pentru a licita împreună și a finaliza proiecte mai mari;
- depășirea incertitudinii financiare de a lucra la o serie de proiecte mici și pe termen scurt;
- lipsa de abilități de afaceri de bază, cum ar fi cunoștințe financiare, de management și de piață;
- stabilirea de legături cu ceilalți pentru a genera idei noi sau pentru a transforma ideile bune în practică;
- lipsa conexiunii la rețelele existente și contactele limitate pentru a crea noi rețele, limitând astfel oportunitățile de a dezvolta noi idei.
- incertitudinea cu privire la cine să aibă încredere atunci când solicită sfaturi, cunoștințe sau dezvoltă noi oportunități
- dificultăți în atragerea de finanțări externe la rate competitive ale dobânzii și termeni de rambursare adecvați.

Hub-urile antreprenoriale pot servi în trei scopuri valoroase:

1. În primul rând, acestea pot acționa ca incubatoare și acceleratoare de creștere a afacerilor care oferă antreprenorilor acces la resurse și cunoștințe pentru favorizarea încercărilor lor inițiale de a-și pune bazele unei afaceri și de a o face de succes;
2. În al doilea rând, hub-urile pot acționa ca vehicul pentru furnizarea de formare și asigurarea de alte activități care stimulează spiritul antreprenorial și încurajează dezvoltarea unei noi generații de antreprenori, și
3. În al treilea rând, ele pot contribui la creșterea profilului opțiunilor de întreprinzător în cadrul unei regiuni și la creșterea gradului de conștientizare cu privire la potențialul și la contribuția micilor întreprinderi la alte sectoare și întreprinderi

Următoarea notă vizează evidențierea unor bune practici în jurul a trei teme-cheie:

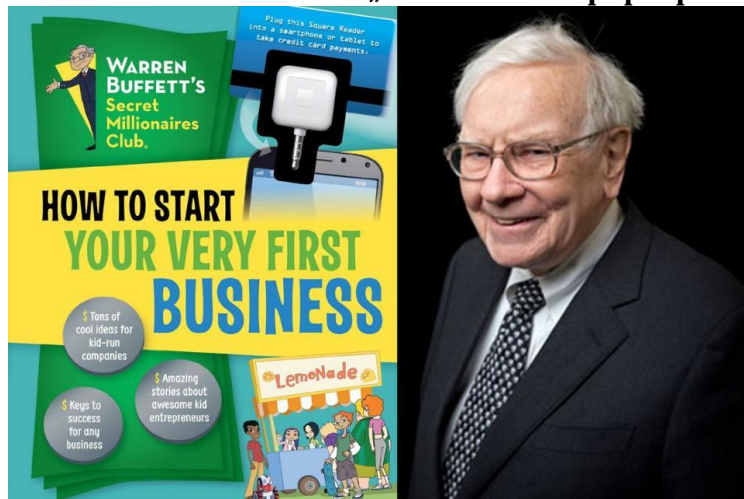
- Inspirarea unei culturi a spiritului antreprenorial încă de la vârste fragede;
- Îmbunătățirea experienței antreprenoriale prin intermediul tuturor nivelurilor de educație;
- Crearea unui sistem integrat de asistență în domeniul antreprenoriatului - structuri și servicii de sprijin (ajutor pentru începerea, susținerea și dezvoltarea unei noi afaceri)

Bune practici

i) Inspirarea unei culturi a spiritului antreprenorial de la vârste fragede

Deși majoritatea inițiativelor antreprenoriale tind să se concentreze asupra adulților, există o recunoaștere din ce în ce mai mare a importanței încurajării copiilor de a dezvolta o mentalitate antreprenorială și, în acest fel, de a inspira în mod pozitiv generația următoare. Unul dintre cei mai cunoscuți exponenți ai acestui concept este investitorul american Warren Buffett, care a înființat „Clubul secret al milionarilor” pentru a încuraja copiii să înțeleagă mai multe despre demararea afacerilor. Ca parte a acestei activități el a scris și prefața unei cărți publicate de editura Downtown Bookworks intitulată "Cum să-ti începi propria afacere", destinată copiilor în vârstă de aproximativ 12 ani.

Warren Buffett și cartea „Cum să-ti începi propria afacere”



Sursa: <http://www.forbes.com/sites/danschawbel/2015/11/17/why-warren-buffett-wants-children-to-be-entrepreneurs/#34b1337f17c4>; Cu permisiunea: Downtown Bookworks

Lucrând Împreună cu Copiii pentru Copii (BKFK), Clubul Secret al Milionarilor preda alfabetizarea financiară și spiritul antreprenorial prin activități pentru clasă, acasă și alte medii în care elevii și familiile învață. Există site-uri web animate și activități gratuite disponibile prin internet: <http://bkfeducation.com>.

Unul dintre mesajele-cheie pentru cei care încearcă să inspire o cultură a inovației este importanța acțiunilor practice, mai degrabă decât a predării tradiționale. Acest lucru se poate realiza prin desfășurarea de activități, crearea unei reviste locale, promovarea unui eveniment sau a oricărei alte acțiuni care implică abilități precum planificarea, proiectarea, publicarea și gestionarea finanțelor. Există multe exemple de tineri care dezvoltă proiecte destul de complexe - cum ar fi exemplul din Casetă 1 de mai jos, de a aduce revistele școlare în era internetului - dar acțiunile pot fi și mai simple, cum ar fi furnizarea de băuturi răcoritoare la un eveniment școlar sau lucrul cu ajutorul copiilor din Cluburi școlare.

Caseta 1 - Dezvoltarea abilităților antreprenoriale independente

Un exemplu solid pus în practică în acest sens a fost furnizat de programul "Tineretul în acțiune" al UE. În cadrul unui proiect implementat în Luxemburg tinerii au decis că vor să-și mute revista școlară în era internetului. Motto-ul proiectului a fost "fără adulți" și, prin propriile eforturi și în timpul lor liber, participanții au dezvoltat o aplicație care nu numai că include articole de reviste, ci oferă și informații actualizate despre școală. Pentru a face acest lucru, și-au înființat propriile grupuri de lucru privind tehnicile, conținutul și managementul. Ei au realizat dezvoltarea tehnică a aplicației, au învățat tehnicile necesare, au proiectat conținutul și au planificat și gestionat bugetul. Odată ce aplicația a fost dezvoltată, aceasta a fost prezentată în școală în timpul unui eveniment însoțit de un concert, tricouri promoționale și fluturași. De asemenea, aplicația a fost promovată și în afara școlii: au dezvoltat un logo, au scris comunicate de presă și au contactat mass-media locală.

(<http://eacea.ec.europa.eu/youth/tools/documents/youth-entrepreneurship.pdf>)

Pentru a cultiva o cultură antreprenorială este nevoie de un nivel de resurse care să asigure spațiul și cunoștințele pentru a ajuta copiii să-și dezvolte ideile. La nivelul UE, inițiativa "Tineretul în Acțiune" oferă un bun model de abordare care ar putea fi adoptat. Alte exemple pot fi găsite în programul INTERREG al UE. În Marea Britanie, Fiver Challenge (Caseta 2) este o inițiativă dezvoltată între o organizație de caritate, o companie mare și guvern pentru a sprijini elevii din clasele primare (5-11 ani) să-și dezvolte abilitățile antreprenoriale.

Caseta 2 - Fiver Challenge

Fiver Challenge (provocarea celor cinci) este un eveniment anual care promite 5 lire sterline elevilor de școală primară timp de o lună pentru ai încuraja să găsească modalități creative de a face profit și de a se implica împreună cu comunitatea locală. Elevii au o lună la dispoziție pentru a înființa mini-întreprinderi și să obțină un profit. Ei își pot păstra profitul sau îl pot dona pentru scopuri de caritate. Ei rambursează garanția – ajutorul inițial de 5 £ plus o donație de moștenire de 50 pence.

În 2016, 48.000 de elevi din Marea Britanie au luat parte la această inițiativă. Profesorii și elevii participanți sunt sprijiniți prin instrumente de sprijin online, inclusiv prin inspirație, activități, studii de caz și îndrumare. Profesorii pot urmări progresul elevilor prin jurnalele online. Profesorii menționează că provocarea îi ajută pe elevi să-și îmbunătățească nivelul de conștientizare al angajamentului pe cont propriu, a gestiunii banilor și a muncii și pot să-și dezvolte abilități cum ar fi munca în echipă, gândirea creativă, rezolvarea problemelor și comunicarea. Fiver Challenge este condusă de o organizație de tineret din domeniul educației, Young Enterprise și susținută de Virgin Money și Departamentul pentru Afaceri, Inovare și Abilități al Guvernului Marii Britanii.

ii) Dezvoltarea expertizei antreprenoriale prin toate nivelurile de educație

Stimularea educației antreprenoriale este strâns legată de crearea inspirației pentru o cultură antreprenorială. În timp ce, în mod tradițional, aceasta activitate este văzută ca fiind derulată în universități, există acum o recunoaștere puternică a valorii încurajării expertizei antreprenoriale la toate nivelurile educaționale. Pentru unele inițiative, scopul este de a promova dezvoltarea de noi afaceri dar, pentru multe altele, obiectivul este de a încuraja dezvoltarea unor mai multe atitudini și comportamente antreprenoriale. Unul dintre punctele de plecare importante pentru dezvoltarea oricărui program poate fi valorificarea implicării și a ideilor celor cărora li se adresează programul planificat, cum a fost cazul Țării Bascilor din Spania (Caseta 3).

Caseta 3 - Elaborarea unui program de activitate participativa

În Țara Bascilor din Spania, inițiativa GAZE (acronim care provine de la termenul basc "gazte ekinzale" care se referă la un tânăr antreprenor) a subliniat importanța faptului că elevii își asumă întreaga responsabilitate pentru proiectarea programului de promovare a culturii antreprenoriale și a scopului inițiativei în învățământul superior. Pentru a realiza acest lucru, GAZE a organizat două serii de evenimente în care studenții din provincia Gipuzkoa și-au împărtășit ideile despre cum să sporească gradul de conștientizare antreprenorială.

Aproximativ 500 de studenți au participat la evenimentele numite GAZE ABIAN (ceea ce înseamnă în limba bască, "înființarea GAZE"). Aici, fiecare universitate din Gipuzkoa și-a organizat propriul eveniment special, coerent cu propria sa viziune, oferind ocazia de a analiza în mod direct propunerile prin care elevii trebuiau să încurajeze reciproc spiritul întreprinzător. Pe baza rezultatelor acestor evenimente, 123 de studenți de la toate universitățile din Gipuzkoa au participat la atelierele "GAZE în clasa ta". Acești studenți au avut ocazia să asculte propunerile adunate în GAZE ABIAN, precum și să se gândească la noi propuneri. Peste 600 de propuneri au fost primite în urma celor două seturi de evenimente organizate. Principalele propuneri au fost în domeniile: modificări în curriculum sau în metodologia academică (42%); îmbunătățirea infrastructurii (26%); crearea de rețele sociale (17%); crearea de rețele instituționale (15%).

În cadrul universităților, accentul se pune acum mai mult pe sprijinirea studenților (și a personalului) pentru a-și înființa propriile afaceri. Un exemplu de acest fel din afara Europei este inițiativa Entrepreneurship Stream (Fluxul Antreprenorial), care a fost demarată în 2001 de către Departamentul pentru Studii de Management de la Universitatea din Western Cape din Africa de Sud. Aceasta inițiativă este, în fapt, un program intensiv de studiu cu durata de 1 an în cadrul căruia echipele de studenți au scopul de a începe o micro-afacere în campus într-o perioadă determinată de patru semestre. Predarea include teoria, recunoașterea oportunităților, dezvoltarea planului de afaceri, studiile de marketing și strategiile de supraviețuire și de creștere a afacerilor. Fluxul

Antreprenorial se derulează pe parcursul a 4 stagii de câte 7 săptămâni pe durata unui an.

În primul stagiou este prezentată o introducere în teoria antreprenoriatului și aplicarea sa în practică. Obiectivul este de a spori interesul pentru antreprenoriat ca o carieră viabilă și de a preda primii pași ai pregătirii planului de afaceri. Acesta este urmat de un stagiou de team-building (creare a echipei), începerea lucrului în echipă (inclusiv dezvoltarea unui acord de reguli, roluri și responsabilități între membrii echipei), culminând cu un plan de afaceri și contacte inițiale cu potențialii investitori. În al treilea stagiou se lansează micro-afacerea. Acest stagiou oferă o primă experiență de maximă importanță a cerințelor, factorilor de succes, capcanelor potențiale și provocărilor ce apar la începerea unei afaceri. Stagiul final este apoi dedicat dezvoltării afacerii, expunând studenții la nevoile reale și cerințele continue impuse de procesul de dezvoltare a afacerii.

În Germania există câteva exemple de universități care doresc să dezvolte abilități antreprenoriale atât în rândul studenților, cât și al antreprenorilor existenți și potențiali din afara universității. În München, UnternehmerTUM promovează dezvoltarea abilităților și sprijină dezvoltarea de noi firme (Caseta 4). Universitatea din Jena, Germania, recunoaște, de asemenea, valoarea dezvoltării abilităților antreprenoriale în rândul studenților și personalului academic. Aici, Universitatea a înființat Centrul pentru Antreprenoriat (CpA). Acesta este un centru interdisciplinar cu scopul de a promova antreprenoriatul și este parte integrantă a biroul de transfer tehnologic al universității, nefiind un departament academic. CpA organizează activități de educație antreprenorială, oferă suport pentru start-up și facilitează interacțiunea între comunitatea antreprenorială largă și universitate. Principalele sale activități includ:

- Planificarea și organizarea de cursuri și ateliere relevante pentru antreprenoriat;
- Organizarea activităților care promovează activitatea independentă ca o alegere profesională viabilă;
- Furnizarea de servicii de consultanță și **coaching**¹ pentru viitorii întreprinzători
- Facilitarea contactelor cu terți, cum ar fi furnizorii de sprijin pentru afaceri, finanțatorii și firmele
- Organizarea mentorilor pentru viitorii întreprinzători
- Construirea și menținerea rețelelor regionale care să promoveze legăturile dintre universități și industrie

Caseta 4 - Consolidarea competențelor antreprenoriale

UnternehmerTUM, Centrul pentru Inovare și Creare de Afaceri, este un institut afiliat la Universitatea Tehnică din München. Centrul cuprinde UnternehmerTUM

¹ **Coaching** - înseamnă "antrenament" (orig. engl.- termen împrumutat din sport) - reprezintă un parteneriat orientat spre rezultate și performanță între un coach (antrenor) și clientul său care dorește să atingă un obiectiv anumit, în sensul evoluției sau creșterii performanței sale în plan profesional sau individual.

GmbH, înființată în anul 2002 ca un institut de interes public și filiala sa, UnternehmerTUM Projekt GmbH, înființată în anul 2010. Institutul reunește două competențe de bază într-un mod unic: calificarea ca antreprenor și inițierea de inovații și noi companii. Activitățile sale sunt destinate studenților, studenților aflați la studii postuniversitare și doctoranzi și profesioniștilor din domeniul afacerilor. În fiecare an, peste 1.000 de persoane participă la cursuri, seminarii și programe special concepute, cum ar fi școlile de primăvară și vară pentru doctoranzi și masteranzi, peste 150 de planuri de afaceri fiind dezvoltate în seminarii speciale dedicate creării de planuri de afaceri unde participanții primesc feedback și învață tehnici de prezentare .

Programul „Sprijin pentru Antreprenoriat” de la Universitatea Aalborg (SEA) încearcă, de asemenea, să prezinte studenților opțiunile antreprenoriale prin furnizarea de formare, îndrumare, coaching și, mai ales, asistarea accesului la rețele. SEA operează un program incubator care pune antreprenorul în legătură cu persoane cu cunoștințe specifice. Acest lucru îl poate ajuta pe antreprenor să-și dezvolte și mai mult ideea. În plus, antreprenorul poate fi pus în legătură cu alți studenți cu competențe profesionale diferite pentru a le provoca așteptările și modelele de gândire în legătură cu ideea lor de afaceri.

În întreaga Europă, există numeroase exemple de programe care pun în contact studenții universitari cu firmele existente. Unul dintre cele mai cunoscute exemple este Demola (Caseta 5). În alte cazuri, au fost utilizate Fondurile Structurale Europene pentru a sprijini studenții să urmeze studii postuniversitare de masterat, cu o disertație sau altă formă de lucrări și proiecte întreprinse în parteneriat cu o companie.

Caseta 5 - Conectarea studenților la firme: Demola

Demola este acum o structură internațională, cu 18 locații în întreaga lume. Printr-o abordare structurată, echipelor multidisciplinare de studenți li oferă ocazia de a colabora cu companii pentru a dezvolta produse și servicii noi bazate pe nevoile și interesele companiei. Companiile variază de la IMM-uri locale la întreprinderi internaționale de scară mare și chiar organizații publice. Demola se bazează pe rețele internaționale, interdisciplinare și pe conceptele de co-creație; un proces structurat și un cadru agreeat și ghidat de proceduri simple de licențiere, drepturi de proprietate intelectuală și așa mai departe. Pentru studenți, toate proiectele Demola fac parte din programul lor de studii și, astfel, obțin credite pentru absolvire, echipa de studenți deținând, de asemenea, drepturile de proprietate intelectuală pentru rezultatele fiecărui proiect, pe care compania parteneră le poate cumpăra sau licenția. Acest lucru înseamnă și că proiectul nu are risc financiar pentru companie, deoarece aceasta din urmă plătește numai rezultatele.

Dezvoltarea unui aspect practic este o componentă importantă a multor abordări ale educației antreprenoriale. În acest domeniu, firma de practică devine un mijloc popular de a introduce ideea antreprenoriatului în școli. Unele firme de practică sunt fictive, alții implică studenții care își creează propria companie, iar altele implică conducerea unei companii existente (Caseta 6). Obiectivul

pedagogic este ca studenții să se familiarizeze cu planificarea afacerilor, să fie capabili să lucreze la diferite sarcini ale firmei, să înțeleagă afacerea în ansamblul ei și să învețe / deprindă un set de abilități noi.

Caseta 6 - Îmbunătățirea abilităților antreprenoriale prin intermediul firmelor de practică

În Rennes, Franța, elevii elaborează un plan de afaceri în cadrul unui concurs, incluzând aspecte legate de dezvoltarea durabilă. Ei sunt însoțiți în acest proces de profesorii lor și de actorii locali implicați în dezvoltarea afacerilor. Competiția este deschisă elevilor de liceu ai școlilor publice și private din învățământul național, și învățământului agricol al academiei din Rennes. Echipele de studenți sunt formate din maxim 12 persoane și sunt supravegheate de unul sau mai mulți profesori. Echipele prospective aplică în luna octombrie a fiecărui an și sunt susținute timp de un an. Profesorul lor însoțitor beneficiază de o zi de instruire iar echipele primesc sprijin din partea furnizorilor de servicii pentru afaceri locale și a partenerilor. La ceremonia de închidere se acorda premiile și diplomele precum și certificate individuale de participare la concurs. Pe parcursul anului, echipele de elevi împărtășesc responsabilitățile și sarcinile legate de înființarea companiei lor: cercetare de piață și concurență, înregistrarea denumirii companiei, crearea logo-ului companiei, dezvoltarea tehnică a produselor sau serviciilor, negocieri cu furnizorii sau subcontractanții, marketing, vânzări și toate aspectele ce țin de dezvoltarea afacerilor.

În alte cazuri, elevii au posibilitatea de a participa la conducerea operativă a unei companii existente. În Austria "ALCA Bohne GmbH" este o firmă de instruire care comercializează mașini de cafea, accesorii și ceai. Înființată în 1994, aceasta este situată într-un colegiu pentru administrarea afacerilor din regiunea Salzburg. Elevii cu vârste cuprinse între 17 și 18 ani sunt responsabili de toate aspectele legate de funcționarea companiei, pe baza studiilor lor anterioare pe tematici de afaceri relevante susținute de două firme partenere reale. Activitatea se concentrează pe practica, munca în echipă și implementarea abilităților învățate în sala de clasă.

iii) Crearea unui sistem integrat de asistență antreprenorială - structuri și servicii de sprijin (ajutor pentru crearea, susținerea și dezvoltarea unei noi afaceri)

O bună bază a structurilor de sprijin antreprenoriale este reprezentată de incubatoarele și acceleratoarele de afaceri, care oferă spațiu pentru dezvoltarea companiilor, sprijin profesional și acces la facilități și servicii. Unele dintre acestea sunt specializate într-un anumit sector, altele sunt mai generale (Caseta 7). Pentru multe companii, o caracteristică importantă poate constitui posibilitatea de a personaliza un spațiu în funcție de nevoile lor specifice. Pentru altele ar putea fi deosebit de atractivă oferta de condiții favorabile de demarare a afacerii care le reduce costurile sau riscurile. Incubatoarele și acceleratoarele sunt adesea amplasate în apropierea universităților pentru a promova schimburile de experiență sau pentru a facilita utilizarea resurselor, dar acest lucru nu este întotdeauna relevant. Patru exemple de abordări de incubare și de

accelerare de înaltă calitate sunt identificate mai jos. Există multe alte exemple în întreaga Uniune Europeană și în alte regiuni.

Caseta 7 - Promovarea creării și dezvoltării noilor afaceri

INiTS

Situat în Viena, Austria, INiTS este un incubator de afaceri care sprijină antreprenorii printr-un program intensiv de 18 luni. Incubatorul oferă resurse semnificative, asigurând mentorat și consultanță prin rețeaua lor de mentori, experți, investitori, antreprenori, cercetători, precum și infrastructură și finanțare. În medie, fiecare firmă de înființare primește 32.000 de euro pentru finanțare de subvenții și împrumuturi din care numai 15% trebuie rambursate dacă afacerea nu reușește cu succes după trei ani de la acceptarea în incubator. Întreprinderile aplica pentru participarea la programul de startup, iar solicitanții care sunt acceptați beneficiază de 3.000 Euro din finanțarea inițială și de 100 de zile de sprijin intensiv inclusiv pe tematici de afaceri clasice și abilități soft cum ar fi instruire pe tehnici de prezentare, finanțare, marketing, promovare, legislație privind proprietatea intelectuală și bazele juridice și de impozitare. Apoi, întreprinderile vor concura în cadrul unei zile demonstrative, cele mai bune dintre ele fiind invitate să se alăture programului complet de 15 luni.

NEST'Up

NEST'Up este un program de accelerare de 12 săptămâni din Valonia, Belgia. Acest program a fost înființat pe același model ca și acceleratorii americani ai TechStars. Programul este derulat de 2-3 ori pe an cu o echipă de 6-9 participanți pentru fiecare ciclu și are o durată de 3 luni cu normă întreagă, utilizând formatori experimentați. Există 30 sau mai mulți formatori care oferă consultanță și asistență pentru toate aspectele ce țin de formarea și dezvoltarea companiei. Programul se încheie cu o zi demonstrativă în care companiile își propun potențialii investitori și aleg mass-media de promovare. Criteriile de selecție au la bază următoarele aspecte: produsul trebuie să fie finanțabil, adică trebuie să existe ceva care să funcționeze efectiv în ziua demonstrativă; strategia de extindere trebuie să depășească granițele Belgiei și trebuie să fie implicați 2-3 co-fondatori (persoanele fizice nu sunt acceptate). NEST UP este afiliată la TechStars (SUA) și este membră a Rețelei Globale de Acceleratori. Aplicarea și participarea la programul de accelerare NEST'up este gratuită.

Startup Sauna

Acceleratorul Startup Sauna se concentrează pe accelerarea ideilor de afaceri inovatoare din Europa de Est, Rusia și statele nordice. Programul, cu durată de cinci săptămâni, oferă evenimente de coaching de calitate pentru startup-uri din toate domeniile de activitate. Evenimentul are loc de două ori pe an, iar toate programele sunt gratuite. Din programul de accelerare face parte și o vizită la Silicon Valley (cu durată de o săptămână) iar cele mai bune echipe au ocazia să se întâlnească cu parteneri, investitori și clienți pentru a înțelege mai bine piața americană. Startup Sauna este un proiect al Fundației Startup Sauna, însoțit de programul de stagiu de conferințe Slush și programul de internship Startup Life. Detalii suplimentare privind Startup Sauna sunt prezentate în anexa 1.

3Challenge

În Bulgaria, programul 3Challenge aduce la un loc tineri antreprenori pentru a concura pentru cea mai bună idee inovatoare. Organizat de Start It Smart, cel mai mare club de antreprenoriat din Bulgaria, competiția include 3 etape: ideea de afaceri (prezentarea acesteia), inițierea și dezvoltarea ulterioară a acesteia. Toate cele trei etape includ diferite oportunități de afaceri și, indiferent de stadiul acestora, tinerii antreprenori primesc îndrumare, acces la resurse și posibilitatea de a participa la ateliere și seminarii.

Găsirea unui spațiu potrivit în care să-și dezvolte compania poate fi o provocare pentru mulți antreprenori, în special atunci când aceștia sunt întreprinzători individuali. Au fost dezvoltate numeroase inițiative pentru a face față acestei provocări fie prin dezvoltarea de noi facilități, fie prin renovarea proprietăților existente, care pot contribui, de asemenea, la regenerarea facilităților de operare. Un exemplu de abordare reușită în acest domeniu este Indycube din Țara Galilor, un spațiu comun destinat birourilor și comunităților de colaborare. Indycube oferă spații de birouri asigurate mai multe locații din Țara Galilor. Persoanele fizice și companiile pot rezerva un birou sau o sală de ședințe, pot beneficia de asistență pentru afaceri sau consultanță financiară și pot profita de Wi-Fi gratuit, ceai și cafea. La fel ca mulți alți furnizori de servicii similare, Indycube oferă în prezent și acces la mai multe spații specializate, cum ar fi ateliere echipate pentru prelucrarea lemnului și inginerie ușoară, studiouri de fotografie și „**fab labs**”² echipate cu imprimante 3D, mașini de tăiat cu laser și alte unelte de producție. Serviciile sunt rezervate zilnic sau cu ora și, prin urmare, oferă întreprinderilor locale acces la resurse atunci când este necesar, reducând costurile totale ale firmei. De asemenea, firmele se pot alătura comunității Indycube care oferă acces gratuit la multe facilități, un program de evenimente și posibilitatea de a intra în legătură cu alte firme locale.

Unele inițiative își concentrează activitățile pentru a satisface nevoile specifice ale antreprenorilor din anumite sectoare specifice. Centrul Creativ din Brno, Republica Cehă, de exemplu, își propune să sprijine antreprenorii care lucrează în profesii creative și să îi ajute să-și dezvolte afacerea. Centrul Creativ din Brno oferă o serie de acțiuni suport, printre care se numără:

- "120 de secunde": un eveniment special de rețea care ajută la stimularea noilor colaborări între companiile inovatoare, în care fiecare companie în parte își prezintă produsele, activitățile și domeniile potențiale de cooperare în decurs de 2 minute, urmate de momente de networking informal. Unul dintre motivele pentru care acest lucru se dovedește a fi atât de reușit este efortul special pe care personalul din Centrul Creativ îl depune pentru a aduce în contact firme care să se potrivească în cadrul evenimentului, încercând astfel să se asigure că firmele fie nu se apropie de interesele fiecăreia dintre ele (putând fi potențiali competitori) sau să fie prea departe una de cealaltă (astfel încât să lipsească total elementele comune din agendele proprii).

² **Fab-labs** - Spații de creație cu aplicații practice imediate

- Promovarea creării de rețele între întreprinderi creative și non-creative, pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la importanța contribuției industriilor creative și digitale la alte domenii;
- "Credite creative": într-un schimb între diferite tipuri de industrii, această inițiativă urmărește să pună accentul pe experiența și potențialul inovator al industriilor creative la creșterea IMM-urilor și să încurajeze utilizarea abilităților creative;
- "Biroul Regional de Film": o inițiativă de sprijinire a producțiilor de film peste hotare și de promovare a filmărilor în regiune cu scopul de a încuraja crearea de locuri de muncă în rândul producătorilor de film din Brno;
- Alte acțiuni de mai mică anvergură: de exemplu, activarea accesului la facilități și accesarea capitalului prin metode alternative, cum ar fi finanțarea prin „**crowd-funding**”³.

Un ecosistem antreprenorial înfloritor poate fi facilitat și prin sprijinirea antreprenorilor existenți în vederea dezvoltării abilităților și experienței în afaceri. La fel ca multe exemple deja incluse în acest raport, Promotech din Franța oferă un alt exemplu al acestei abordări (Caseta 8). Ca extensie a ideii de a lucra cu utilizatorii finali, unul dintre principalii promotori ai inovării din Marea Britanie, NESTA, a subliniat recent importanța încurajării și a acordării posibilității companiilor mari să lucreze cu firmele nou-înființate. Acest lucru oferă beneficii semnificative ambelor părți și poate face diferența pentru succesul unei firme mici. Cu toate acestea, este foarte important să se asigure o protecție împotriva riscului de a dezvolta dependența de unul sau doi clienți.

Caseta 8 - Platforme digitale pentru coaching și dezvoltare de produse

PROMOTECH este un centru comunitar european de afaceri și inovație (EC-BIC). Acesta promovează o abordare de tip „**living lab**”⁴ care urmărește să îmbunătățească sprijinul acordat întreprinderilor nou înființate și sporirea potențialului acestora. Fiind condus de utilizatori, acest proces duce la un nou tip de antreprenor care este antrenat, influențat în mod corespunzător și ghidat de utilizatori și potențiali clienți.

Implementând o platformă digitală, PROMOTECH adoptă un nou tip de coaching bazat pe asigurarea unui spațiu fizic și virtual în care toți participanții pot participa activ la proiecte de co-creație. Antreprenorul definește mai întâi tipul de utilizator final potențial. Apoi, PROMOTECH se ocupă de crearea unui panel (grup) de potențiali utilizatori finali organizează o întâlnire la sediul antreprenorului. Aici, întreprinzătorul prezintă proiectul său după care pune întrebări panelului pe subiecte precis definite. Rezumatul întâlnirii este apoi plasat online pe o platformă colaborativă (Wiki). Wiki-ul pentru fiecare proiect

³ **Crowd-funding** - Tehnică de finanțare a proiectelor folosind resurse online - forumuri, platforme de socializare etc. - prin apelarea la comunitate ca un potențial finanțator pentru dezvoltarea unui produs.

⁴ **Living lab** - Ecosistem pentru inovare deschisă, orientat către utilizatori, care funcționează într-un context teritorial - oraș, aglomerație, regiune - și care integrează procese concurențiale de cercetare și inovare în cadrul unui parteneriat public-privat

individual este actualizat pe măsură ce proiectul se dezvoltă și se implementează noi activități. Echipați cu smartphone-uri, utilizatorii vor putea să publice contribuții regulate pe baza experiențelor lor reale. Astfel se oferă un mediu unic de coaching care permite ca produsele să fie proiectate și produse în funcție de cerere și adaptate permanent nevoilor utilizatorilor.

Una dintre provocările constante ale antreprenorilor este găsirea timpului pentru a-și dezvolta competențele pe parcursul dezvoltării propriei afaceri. Ca o recunoaștere a acestui fapt, WelshICE din Țara Galilor a dezvoltat un pachet de învățare la distanță destinat celor care nu reușesc să găsească timpul să vină la evenimente în timpul zilei. Cunoscut ca și „Clubul de la 5 la 9” operational printr-o platformă online, acesta este de fapt un curs de 12 săptămâni care se desfășoară în timpul serii. La ora 17:00 tema este CITESTE - constând din interviuri cu antreprenorii care inspiră și împărtășirea de cunoștințe practice de acumulat. La ora 19:00, tema este INVATA - constând în ateliere de lucru pentru a învăța ceea ce trebuie să știi în calitate de antreprenor cu privire la subiecte cum ar fi creșterea nivelului investiției, înregistrarea afacerii și construirea culturii pe măsură ce se mărește echipa și adresarea întrebărilor corecte. La ora 21:00, tema este VORBESTE – ce oferă oportunitatea de a beneficia de experiențe ale experților și colegilor despre orice, de la contabilitate până la dezvoltarea personală. Cursul este limitat la 50 de participanți pentru a asigura conversații ușor de gestionat.

iv) Practicarea unei abordări integrate

Deși există multe merite rezultate din stabilirea unei varietăți de căi de sprijin bazate pe diferite profiluri și nevoi antreprenoriale, este de asemenea util să se adopte abordări integrate acolo unde este posibil. Un exemplu în acest sens este proiectul Innoomnia din Finlanda, care reunește elevii de liceu și întreprinzătorii în beneficiul reciproc (Caseta 9). Acest lucru ilustrează modul în care educația antreprenorială poate servi și pentru sprijinirea unei structuri de asistență antreprenorială.

Caseta 9 - Integrarea învățământului profesional cu sprijin antreprenorial

Innoomnia este amplasată în campusul Centrului de Dezvoltare Educațională Omnia Kirkkokatu din Espoo, Finlanda. Sponsorizat de Consiliul Național pentru Educație din Finlanda, proiectul oferă oportunități de învățare pentru elevii de la vârsta de 16 ani și oferă sprijin antreprenorilor. Scopul centrului este de a combate problemele educaționale și sociale, cum ar fi șomajul, în special în rândul tinerilor și de a preîntâmpina/depăși atractivitatea slabă a educației profesionale prin abordarea și soluționarea dificultăților întâmpinate de potențialii întreprinzători.

În cadrul Centrului, antreprenorii își conduc afacerile împreună cu elevii și profesorii. Spațiul este unul deschis și colaborativ, caracterizat prin interacțiune și împărtășirea experiențelor. Centrul oferă programe diferite, cum ar fi educația, formarea profesională și sprijinul pentru antreprenoriat, în special pentru crearea de noi întreprinderi mici și mijlocii din domeniul artelor și serviciilor.

Pentru elevii din ultimii ani de liceu, se folosesc metode de predare inovatoare, cum ar fi **gamificarea**⁵ și tehnologia mobilă. Participanții pot alege pe ce vor să se concentreze, elevii dezvoltând un plan de învățare personalizat. Elevii și profesorii colaborează cu antreprenorul pentru a căuta și crea soluții inovatoare astfel încât fiecare afacere să devină un succes. Această activitate le oferă elevilor posibilitatea de a "se murdari pe mâini" și de a învăța „la locul de muncă”. Se promovează, de asemenea, dezvoltarea profesională a profesorilor și a liderilor educaționali în toate domeniile învățământului de bază și profesional.

Din 2011, proiectul a sprijinit cel puțin 110 antreprenori potențiali în ceea ce privește înființarea de întreprinderi durabile, iar aproximativ 600 de elevi au beneficiat, de asemenea, de învățarea la locul de muncă. În plus, un număr total de 742 de profesori și lideri de școli au fost instruiți în metodele de predare a antreprenoriatului și a tehnologiilor educaționale. Șapte sute de angajați ai campusului au fost beneficiarii acestei noi metode de abordare pedagogică, alături de 2.700 de vizitatori. Proiectul a fost recompensat cu premii naționale și internaționale pentru inovație educațională.

În acest sens, este important să se asigure că modalitățile oferite sunt deschise și accesibile tuturor și nu doar celor interesați de începerea unei afaceri. Semănarea semințelor unei culturi antreprenoriale și cultivarea lăstarilor care apar oferă beneficii economice și sociale ce depășesc numărul noilor afaceri create. De asemenea, este important să apreciem valoarea sprijinului acordat întreprinzătorilor locali, ale căror întreprinderi ar putea să aibă un potențial de creștere mai mic dar care constituie totuși coloana vertebrală a economiei locale. Sprijinirea acestor persoane pentru a-și spori profitabilitatea poate ajuta la menținerea locurilor de muncă și la creșterea veniturilor.

Nest Up (prezentat în Caseta 7) oferă, de asemenea, un exemplu despre modul în care un accelerator poate face parte dintr-un ecosistem de sprijin mai larg. Acesta se situează alături de alte inițiative destinate să promoveze o cultură mai puternică a inovării și antreprenoriatului în provincia belgiană Valonia. Alături de NEST UP, elementele cheie sunt:

Activitate	Descriere
Nest In	Pentru cei doar cu o idee de afaceri, un program de 6 zile pentru a-i ajuta să definească mai bine cadrul de ansamblu al proiectului pe care vor să-l demareze prin lucrul cu instructori experimentați care pot pune la dispoziție contacte, instrumente și metode adecvate.
Start Up Camp	Un program de accelerare de 6 săptămâni care culminează prin crearea unui grup de organisme regionale și părți interesate care pot iniția afaceri de la zero.
Accelerator de Inovație pentru IMM	Rulat prin intermediul NEST UP, acest accelerator promovează proiectele de inovare din IMM-urile existente – este vorba de proiecte și nu de companii.

⁵ **Gamificare** - Procesul de transformare a unei activități sau sarcini într-un joc sau acțiune de tip joc prin care persoanele participante să poată deprinde unele abilități și competențe mult mai ușor (cuvânt derivat din game = joc, engl.)

Întâlnirea Fondatorilor	O serie de întâlniri relaxate de o jumătate de zi în care reprezentanții noilor firme/IMM se pot întâlni pentru a discuta pe domenii de interes comune. Se creează astfel un ecosistem local de rețele și contacte.
Săptămâna Creativității	Un program cu durată de 7 zile implementat în mai multe orașe din Valonia. Acesta oferă publicului șansa de a participa la ateliere de lucru creative, de a se gândi la noi modele de afaceri, de a crea noi obiecte utile, testa tehnologii și interacționa cu întreprinzătorii.
Laborator Școlar Creativ	Active în licee din 2013 pentru a genera creativitate în rândul profesorilor și elevilor. Școlile aplică cu o idee de proiect iar aplicațiile aprobate beneficiază de fonduri pentru investiții în spații/facilități fizice de instruire și activități pentru elevi și profesori.
Producători în Scoli Tehnice	Un program pilot din 2016 care implică lucrul în paralel în două școli tehnice pentru a asigura accesul la Fab Labs și alte facilități de producție.
NEST KIDS	Un program de 6 zile pentru copii care include modele de afaceri și tehnologii (dronă, imprimante 3D, etc). Programul se finalizează sâmbăta cu prezentări făcute părinților de către copiii participanți.

v) Lecții învățate din practica

În prezent, este larg acceptat faptul că nu este posibilă copierea, pur și simplu, a practicilor de succes din alte părți. Eforturile de promovare a antreprenoriatului trebuie adaptate nevoilor, condițiilor și culturilor specifice ale fiecărei zone în parte. Acest raport a evidențiat exemple care au fost adoptate cu succes pentru a promova culturi antreprenoriale la toate vârstele, pentru a stimula expertiza antreprenorială și pentru a construi un sistem integrat de asistență antreprenorială - trei domenii evidențiate ca fiind deosebit de importante pentru Regiunea Nord-Est din România. Succesul acestora poate fi adaptat pentru a promova rezultate bune în Nord-Estul României iar aspecte ale tuturor inițiativelor identificate ar putea fi utilizate în această regiune.

Există diferiți factori care caracterizează succesul acestor inițiative, și anume:

- Întâmpinarea unei nevoi recunoscute în zona proprie de acțiune
- Furnizarea mijloacelor de a reuni studenți, firme și furnizori
- Furnizarea de servicii care să recunoască cerințele practice ale celor cărora le sunt adresate și oferirea acestora într-o formă adecvată
- Adaptarea ofertei pentru a satisface interesele și nevoile firmelor, studenților și potențialilor întreprinzători
- Cunoașterea bazei proprii de clienți și depunerea eforturilor necesare pentru a oferi soluții personalizate în cadrul programelor globale
- O abordare pe termen lung, care oferă oportunități de învățare îndelungate și permite instituțiilor implicate să construiască o reputație pozitivă pe un anumit interval de timp

În multe cazuri, dar nu în toate, o locație fizică (sau un hub) a constituit partea importantă a ofertei. Acest lucru a oferit un mijloc de integrare a diferitelor aspecte ale serviciilor în practică, precum și o concentrare (și un profil) al

efortului antreprenorial. Aceasta locație ar putea constitui o bază permanentă sau o facilitate temporară pentru câteva zile sau câteva săptămâni. Având în vedere că deplasarea către o locație fizică nu este întotdeauna fezabilă, ofertele online devin tot mai frecvente. În timp ce inițiativele care promovează culturile antreprenoriale și rezultatele sunt adesea generice, există, de asemenea, o recunoaștere a faptului că nevoile diferă în funcție de piața sau sectorul în care ar putea activa un antreprenor. De aceea, devine din ce în ce mai populară și atractivă direcționarea anumitor sectoare sau domenii de activitate iar unul dintre mijloacele de direcționare ar putea fi acela de a alinia activitățile de sprijinire a întreprinzătorilor cu prioritățile identificate în strategiile de specializare inteligentă.

Nu trebuie să ignorăm însă valoarea cursurilor de formare ca mijloc de dezvoltare a abilităților antreprenoriale. Există programe de formare bine structurate prin care sunt acoperite o gamă largă de cunoștințe necesare (cum ar fi contabilitatea și finanțele). Acestea includ frecvent sesiuni de formare modulare care pot avea un caracter mai mult sau mai puțin participativ. Din păcate, experiența arată prea frecvent că aceste cunoștințe rămân dificil de asimilat pentru antreprenori, uneori poate pentru că nu reușesc să le perceapă importanța. Ceea ce este clar, totuși, este că modul de transmitere a acestor cunoștințe nu este la fel de eficient pe cât ar putea fi. De aceea, găsirea unor cai prin care antreprenorii să fie expuși la aceste cunoștințe este extrem de importantă. Exemplele evidențiate în acest raport subliniază importanța dezvoltării unor abordări practice care permit antreprenorilor existenți (și potențialilor antreprenori) să își dezvolte abilitățile prin soluționarea problemelor din lumea reală.

În încercarea de a promova o economie mai antreprenorială, există patru lecții-cheie asupra cărora putem concluziona:

- Trebuie să recunoașteți că profesorii din școli joacă un rol esențial. O opinie frecvent formulată subliniază avantajul invitării profesorilor de a participa și de a se implica - de a lucra cu voință - mai degrabă decât de a-i îndruma pe cei care sunt reticenți.
- Investiți în promovarea agendei educaționale antreprenoriale - sprijiniți profesorii și formatorii în procesul de îmbunătățire a abilităților și cunoștințelor proprii în acest domeniu.
- Oferiți oportunități - spații comune - pentru profesori și oameni de afaceri în vederea colaborării și creării unei rețele - cum ar fi prin hub-uri antreprenoriale.
- Implicați angajatorii și oferiți-le orientare și facilități pentru a maximiza potențialul implicării lor.

Exemplele identificate în acest raport împărtășesc convingerea că noi ar trebui să „dotăm” copiii, tinerii adulți și angajații existenți cu abilități antreprenoriale prin educație, rezolvarea problemelor și activități participative. Chiar dacă nu se implică în afaceri, aceste competențe - munca în echipă, rezolvarea problemelor, creativitatea, planificarea - sunt mult prețuite de toți angajatorii și sunt din ce în ce mai mult căutate la locul de muncă.

Anexa 1: Start Up Sauna

Introducere

Start Up Sauna a fost lansata in 2010 având scopul de a completa lipsurile existente in domeniul asigurării sprijinului pentru crearea de noi afaceri. La acel moment, existau doar puține facilități de acest gen cum ar fi acceleratoarele, organizațiile sau instrumentele de sprijin specific. Prin urmare, se dorea dezvoltarea și promovarea conceptului de „start-up” (demarare a unei noi afaceri) spre a deveni partea centrala a ecosistemului mediului de afaceri.

Start-Up Sauna a rezultat dintr-o abordare de tip "Vanzător de călătorii" prin care fondatorii ei au călătorit în țările baltice, țările nordice și Europa de Est pentru a se întâlni cu actori-cheie și inițiatori aspiranți la crearea de noi afaceri. Aceștia au realizat că exista o mulțime de talente latente care așteaptă să fie deblocate. Modelul se bazează pe lecțiile învățate de fondatori care au călătorit în Silicon Valley pentru a explora de ce aici se înființau noi firme iar în Finlanda nu.

Start-Up Sauna nu are **KPI**⁶ semnificativi și acesta este și unul dintre motivele succesului său. Scopul Start Up Sauna este de a promova creșterea numărului de noi întreprinderi create (startup-uri) selectate și de a stimula eco-sistemele antreprenoriale locale. Cu toate că finanțatorii din Start Up Sauna se află în Finlanda, aceștia nu se așteaptă ca firmele locale vor beneficia sau se vor localiza în Finlanda. Finanțatorii apreciază avantajele indirecte ale localizării în Finlandei în centrul unui ecosistem prosper de start-up bazat pe tehnologie.

Start Up Sauna se concentrează pe firmele de tehnologie care constituie un punct forte în ciclul de creștere, unde au un prototip disponibil și încep să caute finanțare. Punctul de interes al Start Up Sauna este de a ajuta firmele să își dezvolte afacerea printr-un curs intensiv și adaptat de coaching cu durata de 7 săptămâni.

Deal flow – Fluxul de afaceri (selectarea startup-urilor)

Start Up Sauna se bazează pe rețeaua proprie de contacte și grupuri locale din întreaga zona geografică țintă. A reușit crearea de parteneriate cu hub-urile locale de start-up-uri și implementează o sesiune de coaching intensiv cu durata de 1 zi, ajutând inițiativele locale de demarare a noi afaceri să își dezvolte modul de abordare a acestora și tehnicile de prezentare și promovare în scopul găsirii fondurilor și investitorilor.

Aplicații aspiranți solicita apoi asigurarea unui loc pentru participare în cursul Start Up Sauna. În prezent, s-au primit deja 1.000 de solicitări pentru 15 locuri într-o singura sesiune. Există două sesiuni în fiecare an. Solicitanții selectați trebuie să-și asume participarea la cursul de șapte săptămâni de la Helsinki. Participarea nu implica costuri iar noii întreprinzători beneficiază de cazare

⁶ **KPI** – acronim al “Key Performance Indicators” (orig. engl.) – **Indicatori Cheie de Performanta**

gratuită (sau de 1.000 Euro).

Participanții sunt selectați având la baza capacitatea Start Up Sauna de a aduce valoare adăugată propunerii de afaceri, calității echipei implicate, scalabilității ideii de afaceri și/sau sinergiilor cu ceilalți participanți. Pentru fiecare grupă, Start Up Sauna încearcă să construiască un grup de start-up-uri cu interese similare pentru ca aceștia să își poată folosi timpul necesar pentru a-și dezvolta împreună ideile.

Procesul de accelerare

Procesul de accelerare este o perioadă de instruire structurată de șapte săptămâni, desfășurată la Helsinki. Accentul se pune pe construirea afacerii. Se efectuează o serie de sesiuni, inclusiv sesiuni individuale unul-la-unul cu consultanți cu experiență. Fiecare start-up a beneficiat de aproximativ 30 de ore de coaching pe săptămână.

Consultanții au permisiunea de a oferi asistența și consultanță firmelor doar în limita domeniilor lor de competență (chiar dacă toți sunt antreprenori cu cunoștințe elaborate sau specialiști în domeniul capitalului de risc). Este un proces foarte adaptat și bazat pe nevoile specifice ale afacerii. Temele de program includ găsirea unei problematice căreia să i se acorde concentrarea maximă, înțelegerea clienților, găsirea unei potriviri adecvate a produsului pe piața și a strategiei de penetrare a pieței, resurse umane și echipa, aspecte juridice și strângere de fonduri.

Start Up Sauna este mandra de feedback-ul său onest și constructiv asigurat start-up-urilor. Nu solicită procent din nici o afacere, nu ia bani de la firme iar consultanții nu sunt plătiți pentru timpul acordat. Aceasta înseamnă că nu există potențiale conflicte de interese. Ei sunt capabili să expună firmelor problemele exact așa cum le văd.

Rețeaua de mentorat

Start Up Sauna acționează mai degrabă printr-o rețea de consultanți decât mentori. Aceasta înseamnă că întreprinderile nou-înființate sunt expuse unei varietăți de surse de expertiză, cu specializări care sunt relevante pentru nevoile afacerii. Mulți dintre consultanți au fost, anterior, beneficiari ai programului Start Up Sauna iar alții fac parte deja din ecosistemul mai larg destinat înființării noilor afaceri utilizat de Start Up Sauna.

Start Up Sauna dispune de aproximativ 70 de consultanți. Fiecare dintre aceștia își alocă timpul necesar acestui proces deoarece înțeleg faptul că acest lucru va avea un beneficiu indirect sau pe termen lung pentru interesele proprii, prin creșterea numărului de întreprinderi nou-înființate în domeniu și prin construirea unor rețele mai puternice de firme și contacte în alte regiuni. Start Up Sauna face parte din Fundația care organizează târgul tehnic "Slush" și alte activități și, prin urmare, are o bază de date mare de contacte pe care le poate utiliza.

Absolvire si finanțare ulterioara

Există o serie de puncte de atins după terminarea sesiunilor Start Up Sauna. Fiecare sesiune se încheie cu un "summit" al absolvenților care reunește toate companiile participante, plus un număr de absolvenți anteriori. Acesta reprezintă primul punct ce trebuie atins și oferă firmelor oportunitatea de a-și promova afacerea pentru obținerea de fonduri din partea unui potențial investitor și diseminare către mass-media.

Al doilea punct ce se dorește atins este preluarea de către reprezentanții Start Up Sauna a absolvenților în deplasări la Berlin, Londra și, pentru unii, Silicon Valley. Procedând astfel, firmele absolvente pot fi prezentate potențialilor investitori și altor părți interesate.

Al treilea punct de atracție este faptul că Start Up Sauna este capabila să ofere absolvenților săi acces la "Slush", inclusiv posibilitatea prezentării acestora pentru obținerea de finanțări.

Start Up Sauna este capabilă în mod continuu să-și mobilizeze rețeaua de absolvenți și parteneri locali din diferite orașe pentru a-i ajuta să obțină sprijin pentru pătrundere pe noi sectoare de piață. Se dorește ca firmele nou înființate să poată acumula bani pe piețele lor locale. De fapt, majoritatea companiilor care sunt acceptate în program provin din afara Finlandei. În prezent, într-o astfel de sesiune completa, se regăsește, în mod normal, o companie finlandeză la fiecare 15 companii asistate.

Concluzii

Start Up Sauna este un accelerator relativ unic în sensul că este finanțat public, dar nu urmărește să obțină beneficii economice directe pentru economia locală. Succesul este măsurat în profilul pe care îl aduce comunității locale de startup și, prin urmare, prin diseminarea și extinderea impactului economic. În adoptarea acestei abordări se bazează pe bunăvoința și entuziasmul unui număr mare de experți care permite asigurarea unei game largi de servicii specializate adaptate.

Calitatea și reputația ofertei sale se reflectă în numărul mare de aplicații primite într-o arie geografică largă pentru un număr mic de locuri disponibile. Acest lucru îi permite să aleagă cele mai strălucite perspective. Prin faptul că nu percepe plata unor taxe sau preluarea unor procente din acțiuni și oferind o perioadă scurtă de instruire intensă, Start Up Sauna este capabilă să maximizeze valoarea ofertei sale către companiile participante, fără a reduce însă valoarea viitoare a potențialilor investitori.

Când au fost solicitați să comenteze lecțiile pe care le-ar împărtăși, Start Up Sauna a ales să sublinieze importanța unei mișcări studențești care poate inspira atât o cultură de inițiere a noilor întreprinzători cât și, la rândul ei, să fie inspirată de aceasta. Acestea au constituit rădăcinile practice ale experimentului Start Up Sauna și continua să rămână baza solidă a acestuia. Este puternic subliniată valoarea sistemelor de învățământ superior care valorifică beneficiile experienței rezultate în urma demarării unei noi afaceri ca și învățare

experimentală.

A doua lecție pe care o împărtășesc este importanța învățării. Nu crearea unei noi afaceri constituie o măsură a succesului, deoarece aceasta afacere ar putea ajunge să eșueze sau să fie vândută. Este important să se învețe cum să se inițieze o nouă afacere și cum să fie gestionată în modul cel mai rentabil posibil. Aceste învățăminte vor rămâne valabile și pentru demararea celei de-a doua afaceri, celei de-a treia sau a oricăror întreprinderi ulterioare și vor contribui la dezvoltarea unui ecosistem bogat în noi inițiative și întreprinzători.