PR2 - Programul de formare continuă și mentorat LOCAL

GHIDUL FORMATORULUI

Boosting Silver Economy through local community mentoring

Co-funded by the European Union

Cuprins

Introducere **4**

Structura și subiectele formării LOCAL **5**

UC1: Mentoratul **7**

Mentoratul și abilitățile de mentor 8

Mentorat intergenerațional și mentorat comunitar 8

Planificarea și implementarea unui program de mentorat comunitar 10

UC2: Economia Vârstei a Treia **13**

Îmbătrânire sănătoasă și activă 14

Economia Vârstei a Treia și era digitală 14

Afaceri prietenoase cu persoanele în vârstă 15

UC3: Antreprenoriatul Seniorilor **18**

Activitățile de formare LOCAL **23**

Activitatea 1 | Evaluarea aptitudinilor proprii de mentorat 23

Activitatea 2 | Sunt un bun ascultător? 25

Activitatea 3 | Comunitatea mea în viitor 27

Activitatea 4 | Implementarea unui program de mentorat comunitar 29

Activitatea 5 | Caut afaceri potrivite pentru vârstnici în cartierul meu 31

Activitatea 6 | Avantajele și caracteristicile unei locuințe inteligente pentru persoanele vârstnice 33

Activitatea 7 | Brainstorming antreprenorial 38

Activitatea 8 | Antreprenoriatul Seniorilor - Analiză SWOT 39

Activitatea 9 | Antreprenoriatul social 41

Declinare a răspunderii

Acest document a fost produs în cadrul rezultatului 2 al proiectului LOCAL, PR2 - Programul de formare continuă și mentorat LOCAL, condus de Mindshift Talent Advisory. Ultima versiune - decembrie 2022

Introducere

Economia Vârstei a Treia (Economia Seniorilor) împreună cu Antreprenoriatul la Vârsta a Treia (Antreprenoriatul Seniorilor) sunt văzute ca oportunități majore de a prelungi viața profesională, de a reduce șomajul la bătrânețe, de a îmbunătăți incluziunea socială a persoanelor în vârstă. Economia Vârstei a Treia se referă la toate activitățile economice legate de grupele de vârstă mai înaintată. Conceptul se bazează pe ideea că mulți oameni în vârstă continuă să aducă contribuții economice și societale valoroase după pensionare și că cetățenii în vârstă pot oferi beneficii economice și societale semnificative, în special dacă sunt sănătoși și activi.

Economia Vârstei a Treia este un factor care permite dezvoltarea unor comunități prietenoase cu seniorii în Europa, iar modernizarea rapidă tehnologică și digitală impusă de restricțiile COVID-19 creează numeroase oportunități în sectoarele Economiei Vârstei a Treia.

Proiectul LOCAL: Boosting Silver Economy through local community mentoring - Stimularea Economiei Vârstei a Treia prin Mentorat la Nivelul Comunităților Locale își propune să susțină sprijinirea creării și accesul la o cale de perfecționare în domeniile Economiei Vârstei a Treia și al mentoratului comunitar, prin elaborarea unui program mixt de dezvoltare profesională continuă, ce include o matrice a competențelor și materiale de învățare, care să îmbunătățească competențele formatorilor și ale altor profesioniști implicați în educația adulților, pentru ca aceștia, la rândul lor, să poată sprijini adulții de peste 50 de ani, din zone locale și îndepărtate, să descopere potențialul Economiei Vârstei a Treia de a impulsiona dezvoltarea economică în zonele locale și rurale.

Ghidul formatorului LOCAL, dezvoltat în contextul rezultatului 2 al proiectului PR2 – Programul de formare continuă și mentorat LOCAL, este conceput pentru a sprijini formatorii de adulți, facilitatorii și mentorii în implementarea sesiunilor de formare față în față. Acest document este considerat complementar Cursurilor de microînvățare LOCAL și ar trebui utilizat având ca document de referință Matricea competențelor LOCAL, un cadru menit să ofere facilitatorilor și formatorilor de adulți o bază comună pentru dezvoltarea materialelor educaționale legate de mentorat, mentorat intergenerațional, mentorat comunitar, Economia Vârstei a Treia și Antreprenoriatul Seniorilor.

Structura și subiectele formării LOCAL

UC1 Mentoratul

UI1 Mentorat 101
UI2 Abilități de mentorat: mentor vs. discipol
UI3 Mentorat intergenerațional și mentorat comunitar
UI4 Planificarea și implementarea unui program de mentorat comunitar

Ore alocate învățării		
Sesiuni practice	Studiu individual & evaluare	Durata totală
12 ore	13 ore	**25 ore**

UC2 Economia Vârstei a Treia

UI1 Îmbătrânire sănătoasă și activă
UI2 Economia Vârstei a Treia 101
UI3 Economia Vârstei a Treia și era digitală
UI4 Afaceri prietenoase cu persoanele în vârstă
UI5 Economia Vârstei a Treia și sustenabilitatea: rolul consumatorilor cu vârsta peste 50 de ani

Ore alocate învățării		
Sesiuni practice	Studiu individual & evaluare	Durata totală
Se vor stabili ulterior	Se vor stabili ulterior	**25 ore**

UC3 Antreprenoriatul Seniorilor

UI1 Antreprenoriatul Seniorilor 101
UI2 Inovare socială și antreprenoriat de impact
UI3 Tipuri de întreprinderi sociale și strategii pentru întreprinderile sociale
UI4 Studiu de caz: Munca la 50+ ani, beneficiile și dezavantajele de a fi propriul angajat

Ore alocate învățării		
Sesiuni practice	Studiu individual & evaluare	Durata totală
15 ore	10 ore	**25 ore**

UC1: Mentoratul

Dezvoltată de Mindshift Talent Advisory

Sursa: https://unsplash.com/photos/oc_XTqWezp4

Mentoratul și abilitățile de mentor

Mentoratul este o relație reciprocă și de colaborare, care are loc adesea între un angajat mai în vârstă și un angajat mai tânăr, astfel încât acesta din urmă (persoană mentorată/ beneficiar de mentorat/ discipol) să poată învăța și să se dezvolte pe plan personal și în carieră. Mentorul și discipolul sunt adesea membri ai aceleiași organizații, iar accentul se pune pe echilibrul dintre viața profesională și viața privată, dezvoltarea profesională, obiectivele și cultura organizaționale. Mentorii eficienți servesc frecvent ca modele și evaluatori pentru cei discipolii lor și oferă sfaturi pentru a ajuta la atingerea obiectivelor acestora.

Mentoratul unu-la-unu este cel mai des folosit. În acest tip de mentorat, mentorul și discipolul sunt singurii participanți, iar discipolul este de obicei considerabil mai tânăr sau mai puțin experimentat decât mentorul. Unul dintre scopurile principale ale procesului de mentorat este împărtășirea cunoștințelor și experienței. Scopul mentorului este să-l ajute pe cel mentorat să se dezvolte ca persoană, să fie cea mai bună versiune a sa și să-și atingă obiectivele personale și de carieră. Mentorul ar trebui să împărtășească lecții de viață valoroase, să provoace ipotezele limitative ale persoanei mentorate și să îmbunătățească încrederea, conștientizarea de sine și abilitățile de comunicare ale acesteia.

Există câteva reguli de bază în mentorat, care trebuie acoperite, pentru a obține cele mai bune rezultate. De exemplu, stabilirea unei relații de încredere, prin angajamentul de a respecta confidențialitatea reciprocă, stabilirea unui plan clar de timp pentru sesiunile de mentorat, împărtășirea unui feedback sincer, crearea unei relații de învățare reciprocă, având un plan sau un proces de urmat și o evaluare periodică a relației de mentorat.

Mentorii și discipolii acestora folosesc proceduri și aptitudini distincte de-a lungul relației lor, dar ambii ar trebui să împărtășească un set de aptitudini specifice: ascultarea activă, construirea încrederii, încurajarea, identificarea obiectivelor și realitatea curentă. Ținând cont de acestea, se poate dezvolta o relație de respect reciproc și curiozitate consecventă, cu scopul de a urmări obiectivele de dezvoltare ale beneficiarului de mentorat.

Pentru ca relația mentor - beneficiar mentorat să fie mai eficientă și productivă, sunt necesare o comunicare deschisă, sprijin, definirea așteptărilor, menținerea contactului, sinceritate, participare activă, inventivitate și creativitate, timp pentru a se cunoaște reciproc, încredere și consecvență unul față de celălalt și o atitudine pozitivă.

Mentorat intergenerațional și mentorat comunitar

Există două concepte care sunt împletite cu conceptul de mentorat intergenerațional: mentoratul invers și învățarea intergenerațională. Mentoratul invers este o practică de

mentorat în care un angajat mai tânăr oferă îndrumare și sprijin unui angajat mai în vârstă. Acest lucru se întâmplă atunci când angajații mai vârstnici trebuie să obțină cunoștințe și formare într-un domeniu specific, de exemplu, cum să folosească noile tehnologii digitale. Mentoratul invers este considerat a avea un impact extrem de pozitiv asupra culturilor organizaționale, deoarece ajută la reducerea decalajelor dintre generații și poate contribui la combaterea discriminării vârstnicilor și la promovarea diversității și incluziunii la locul de muncă.

Mentoratul invers folosește aceleași principii și procese ca orice relație formală de mentorat. Diferența majoră față de mentoratul tradițional este că, din cauza vârstei sale, mentorul ar putea fi considerat a nu avea suficientă experiență pentru a fi mentor. Învățarea intergenerațională se întâmplă atunci când oameni de diferite vârste învață împreună sau unul de la altul pentru a dezvolta informații, abilități și valori.

Acest tip de învățare este de natură reciprocă și poate avea loc în situații formale, non-formale și informale. În această situație, mentoratul invers poate fi un instrument util pentru crearea de parteneriate intergenerаționale bazate pe respect reciproc, schimb de informații, participare, dezvoltarea leadership-ului și, cel mai important, de relații intergenerаționale. În plus, o strategie eficientă pentru a prelungi viața activă și profesională este aceea de a avea seniori experimentați implicați în antreprenoriat și care, prin mentorat, ajută antreprenorii mai tineri și mai în vârstă.

Mentoratul intergenerațional este o relație între cel puțin două persoane de vârste diferite, care își folosesc experiența de viață, abilitățile de carieră și competența pentru a se ajuta reciproc în atingerea obiectivelor fiecăruia.

Mentoratul comunitar este un concept utilizat pe scară largă în universități. Am împrumutat și am reîncadrat conceptul, pentru a fi aplicat unei comunități/ unui cartier. Scopul principal al mentoratului comunitar îl reprezintă creșterea și îmbunătățirea comunității în sine. Pentru a face acest lucru, membrii comunității își donează timpul, devenind mentori pentru nou-veniți, oferindu-le astfel îndrumări și sprijin.

Această metodă, ce implică desemnarea de mentori chiar din mediul persoanelor mentorate, este esențială pentru sprijinirea grupurilor excluse social. Scopul este acela de a promova autodezvoltarea, astfel încât oamenii să poată crea legături sociale mai puternice și să dobândească o motivație mai mare, pentru a-și atinge obiectivele. Făcând acest lucru, comunitatea în care aceștia locuiesc se va schimba inevitabil. Se întrevede astfel o comunitate formată din mai mulți mentori și discipoli, care se ajută reciproc să dezvolte activități, afaceri și practici de care, în cele din urmă, vor beneficia nu numai membrii acesteia, dar care vor duce și la dezvoltarea comunității ca atare.

Planificarea și implementarea unui program de mentorat comunitar

Planificarea și implementarea unui program de mentorat comunitar nu diferă de planificarea unui program de mentorat tradițional. Un program de mentorat comunitar urmează aceleași proceduri, dar trebuie să țineți cont de beneficiile pentru comunitate, în ansamblu. Toate informațiile adunate trebuie adaptate contextului. De exemplu, puteți concepe un program de mentorat pentru o școală, care va aduce beneficii tinerilor (un program tradițional de mentorat) sau puteți proiecta un program de mentorat pentru comunitatea dvs., care implică adolescenți și adulți din cartier, deoarece v-ați dat seama că există rate ridicate de delincvență, absenteism de la școală și rate ridicate ale șomajului la persoanele între 47 și 67 de ani. Prin urmare, proiectați un program de mentorat comunitar care va ocupa adulții șomeri, oferindu-le un simț al scopului adolescenților care au nevoie de îndrumare, modele de urmat și inspirație. De asemenea, în aceste două grupuri țintă, puteți identifica persoane valoroase, care sunt capabile de a dezvolta o afacere și a începe o relație antreprenorială.

Practicile formale de mentorat necesită proceduri formale, iar un program de mentorat este cheia unei relații de mentorat de succes. Indiferent dacă intenționați să faceți mentorat pentru a stimula practicile antreprenoriale sau dacă planificați și implementați un program de mentorat invers sau un program de mentorat comunitar, trebuie să aliniați cele patru faze ale unei relații de mentorat în trei pași de bază de management: pasul 1 - planificarea; pasul 2 - implementarea; pasul 3 – evaluarea.

În această metodologie sugerată, etapa de planificare va corespunde celor două faze inițiale ale practicii de mentorat – fazele de pregătire și negociere. Deci, aceasta înseamnă practic că veți planifica pentru diferite niveluri/ situații, dar cu un singur scop final: să vă proiectați programul de mentorat comunitar (un document oficial, care să vă ghideze în practicile de mentorat). În primul rând, în faza de pregătire, vă veți organiza pentru relația de mentorat, așa că vă planificați deja programul de mentorat. Dar, în contextul acestei formări, nu vorbim despre un program generic de mentorat. Proiectați în mod special un program de mentorat comunitar. Având în vedere acest lucru, va trebui să formulați câteva întrebări, conform **metodologiei 5W și 1H** (**De ce** (Why)? **Cine** (Who)? **Cum** (How)? **Ce/ care** (What)? **Unde** (Where)? și **Când** (When)?).

De ce? (OBIECTIVE): De ce fac asta? De ce să fiu un mentor pentru oameni din comunitatea mea? De ce este important să îndrum persoane peste 50 de ani, pentru ca acestea să devină, la rândul lor, mentori, antreprenori sociali/ să creeze întreprinderi sociale?

Cine? (OAMENII): Cine sunt persoanele pe care le voi îndruma? Acești oameni fac parte din rețeaua mea? Acești oameni au experiență antreprenorială? Cum selectez beneficiarii de mentorat?

Cum? (METODOLOGIA): Cum poate fi mentoratul un mecanism de sprijinire a antreprenoriatului? Cum poate mentoratul să depășească formarea cu privire la modul de a oferi indivizilor competențe antreprenoriale cheie? Cum o să evaluez programul (autoevaluare) și progresul persoanei mentorate?
Ce/ care? (CONCEPTE, PRACTICI ȘI TEHNICI): Care sunt cele mai potrivite modele de mentorat pentru a îmbunătăți spiritul antreprenorial în comunitatea mea? Care sunt cele mai potrivite practici și tehnici de mentorat antreprenorial? Ce formare trebuie să am?
Unde? (CONTEXT(E)): Unde este implementat mentoratul antreprenorial (de exemplu: cele mai bune practici)? Unde îmi pot implementa practicile de mentorat? Unde, în comunitate, este util și adecvat acest program de mentorat?
Când? (SITUAȚIE(I) ȘI DURATĂ): Când ar trebui să implementez un program de mentorat pentru a stimula persoanele peste 50 de ani? Când ar trebui să înceapă acest program? Când ar trebui să se termine acest program?

Întrebările prezentate sunt doar un exemplu a ceea ce trebuie să luați în considerare atunci când planificați un program de mentorat. După acest prim exercițiu și pornind de la o definiție clară a viziunii dvs. (răspunsul la întrebarea „de ce”), ar trebui să puteți să realizați structura programului de mentorat.

Partea 1: Scopuri și obiective

- *Definirea clară a scopurilor, obiectivelor și motivației programului de mentorat.*

Partea 2: Domeniul de aplicare al programului de mentorat

- *Caracterizarea grupurilor țintă*
- *Tip(uri) și model(e) de mentorat*
- *Profilurile mentorului și al beneficiarului de mentorat/ discipolului*
- *Roluri și responsabilități ale mentorului și ale beneficiarului de mentorat.*

Partea 3: Implementarea programului

- *Formare: formarea mentorului*
- *Potrivirea mentorului și a discipolului*
- *Relații formale de mentorat: numărul de sesiuni de mentorat, planificare, monitorizare, încheierea sesiunii și evaluare.*

Partea 4: Procesele de asigurare a calității programului

- *Evaluarea relației generale de mentorat, inclusiv autoevaluarea (mentorul) și evaluarea progresului persoanei mentorate.*

Partea 5: Instrumente și documente utile

- *Platforme ce vor fi folosite*
- *Acordul de mentorat*
- *Planul sesiunii de mentorat*
- *Planul de acțiune pentru beneficiarul de mentorat*
- *Formulare de evaluare*
- *Exerciții de mentorat*

UC2: Economia Vârstei a Treia

Dezvoltată de INFODEF

Sursa: https://unsplash.com/photos/qvWnGmoTbik

Îmbătrânire sănătoasă și activă

Europenii îmbătrânesc rapid. În următorii 50 de ani, proporția europenilor cu vârsta peste 65 de ani se va dubla, în timp ce cea a celor peste 80 de ani va crește de aproape patru ori. Cu toate acestea, în contrast puternic cu generațiile anterioare, generația de peste 60 de ani îmbătrânește destul de diferit. Pensionarii de astăzi lansează afaceri, concurează la maratoane și fac călătorii extinse. Aceștia acordă o mare valoare sănătății, bunăstării și nutriției, bucurându-se de o durată de viață mai lungă și de mai mulți bani.

Obiceiurile de consum și speranța de viață mai lungă au făcut ca persoanele cu vârsta între 55 și 75 de ani să se afle încă într-o etapă vitală a vieții, cu dorința de a face față provocărilor, de a duce un stil de viață activ și, cel mai important, să se simtă încă suficient de bine pentru a fi activi fizic.

Țările europene se confruntă cu dificultatea îmbătrânirii active și sănătoase, dar există și o oportunitate pentru Europa de a se poziționa ca o putere mondială, care poate oferi răspunsuri creative, chiar dacă europenii îmbătrânesc rapid, iar în următorii 50 de ani, proporția europenilor cu vârsta peste 65 de ani se va dubla, în timp ce cea a celor peste 80 de ani va fi de aproape patru ori mai mare.

Economia Vârstei a Treia și era digitală

Activitățile economice, bunurile și serviciile destinate persoanelor cu vârsta peste 50 de ani alcătuiesc Economia Vârstei a Treia. Această idee, care a fost derivată din termenul „piața seniorilor", folosit pentru a descrie piața vârstnicilor din Japonia, națiunea cu cel mai mare procent de persoane de peste 65 de ani, în anii 1970, reunește domenii la fel de diverse precum asistența medicală, bănci, automobile, energie, locuințe, telecomunicații, agrement și turism.

Tehnologia inovatoare va fi unul dintre pilonii Economiei Seniorilor. O populație matură, care este prea tânără pentru a se simți în vârstă, este interesată de evoluțiile în domeniul automatizării locuințelor, inteligenței artificiale (AI), internetului lucrurilor (IoT), sănătății electronice și de alte servicii ale orașelor inteligente.

Caracteristicile consumatorilor Economiei Vârstei a Treia sunt libertatea financiară, puterea de cumpărare mai mare, bucuria de a călători, plăcerea de a avea grijă de propria persoană, participarea la mișcare/ sport, loialitatea față de mărci, cererea de bunuri și servicii specializate și personalizate, implicarea în activități culturale și recreative.

Comisia Europeană estimează că, până în 2025, Economia Vârstei a Treia va contribui considerabil la crearea de locuri de muncă și la valoarea adăugată brută (VAB) a Uniunii

Europene (UE), pe lângă producerea de miliarde de profituri. Oportunitățile primare oferite de Economia Seniorilor sunt analizate mai jos:

- Adaptarea industriilor: pe piață vor fi introduse noi bunuri și servicii, adaptate cerințelor cetățenilor în vârstă. Pentru aceasta, va fi crucial să ne bazăm pe geronto-tehnologie, ramura tehnologiei care studiază îmbătrânirea umană.
- Noi cariere vor fi încurajate. Îmbătrânirea populației va duce la creșterea locurilor de muncă și la crearea unor meserii în cadrul Economiei Seniorilor, cum ar fi în industria îngrijirii persoanelor în vârstă.
- Finanțarea în cadrul planurilor strategice. Guvernele vor fi îndemnate să investească în programe care sporesc independența persoanelor în vârstă și îngrijirea sănătății, ca urmare a creșterii Economiei Vârstei a Treia.

Credința că oamenii în vârstă și tehnologia nu se înțeleg este larg răspândită. Cu toate acestea, factori precum speranța de viață mai lungă, vârstele înaintate de pensionare și îmbătrânirea activă schimbă modul în care acest grup de oameni se încadrează într-o societate din ce în ce mai digitalizată. Ritmul stabilit de durata de viață a unei populații va determina câte firme dezvoltă servicii digitale adaptate acestora.

Potrivit raportului *Silver Economy Report*, o cercetare creată de Oxford Economics, Comisia Europeană și Technopolis, unul din trei europeni va avea peste 65 de ani în 2060. Până în 2025, cheltuielile celor de peste 50 de ani vor totaliza 5,7 miliarde de euro, sau 32% din PIB-ul UE, iar ocuparea forței de muncă de către aceștia va fi la 38%, crescând cu 5% anual.

În același timp, decalajul digital între diferitele grupe de vârstă a scăzut de-a lungul anilor și, deși grupa de vârstă înaintată a fost cea mai lentă în utilizarea internetului, ritmul acestei grupe s-a accelerat cel mai mult în ultima perioadă, mai ales din cauza pandemiei.

Afaceri prietenoase cu persoanele în vârstă

Conform cercetării grupului Nielson Norman „Usability for Seniors: Challenges and Changes" (Utilizabilitate pentru seniori: provocări și schimbări), pentru consumatorii aparținând Economiei Seniorilor, combinația dintre dimensiunea redusă a fontului, contrastul slab al culorilor și modelele complicate reprezintă obstacole semnificative. Acest lucru este parțial cauzat de pierderea capacităților auditive, vizuale și motorii. În acest sens, trei strategii par că vor defini produsele Economiei Seniorilor:

- crearea de tastaturi virtuale cu ecran tactil care permit modificarea dimensiunii literelor și pictogramelor, pentru a le face mai ușor de citit;

- utilizarea tehnologiei cu activare vocală: aceasta face mai simplă comunicarea cu dispozitivul, deoarece simplifică lucrurile complicate, cum ar fi realizarea unei liste de cumpărături sau coborârea jaluzelelor pentru cei cu mișcare limitată;

- opțiunea unei experiențe hibride: utilizatorilor li se vor oferi opțiuni astfel încât aceștia să nu fie împiedicați să finalizeze anumite procese, cum ar fi introducerea numărului cardului de credit pentru a efectua o tranzacție. Vor fi incluse opțiuni precum apeluri telefonice și asistență în această situație, deoarece, de obicei, acestea sunt o idee bună.

Economia Vârstei a Treia și sustenabilitatea: rolul consumatorilor cu vârsta peste 50 de ani

Proporția și creșterea relativă a numărului persoanelor în vârstă sunt semnificativ mai mari în țările cu populație mai tânără. Această grupă de vârstă va conduce piața de consum, trebuie doar să ne uităm la piramidele populației și să vedem că, în multe țări, populația cu vârsta peste 50 de ani reprezintă cel mai mare grup. Prin urmare, este important să analizăm caracteristicile lor în detaliu:

- Seniorii care sunt clienți pretențioși au mai multe opțiuni economice decât cumpărătorii tineri. Într-un moment al vieții, în care mulți dintre ei sunt încă angajați, aceștia câștigă bani din munca lor și au suficientă experiență pentru a-și avansa cariera în poziții mai bine plătite.

- Sunt pretențioși: clienții seniori sunt cunoscuți ca fiind pretențioși și au multă experiență în achiziționarea unei varietăți de bunuri și servicii. De asemenea, sunt adesea buni cunoscători ai opțiunilor disponibile pe piață, ceea ce îi face să aibă așteptări foarte mari.

- Capriciile sunt permise: consumatorii pretențioși, cu vârste cuprinse între 50 și 70 de ani, sunt adesea într-un moment al vieții lor, în care simt nevoia să se răsfețe singuri, după o perioadă lungă de muncă grea.

- Sunt selectivi și au timp liber. Deși unii dintre cumpărătorii mai în vârstă sunt încă angajați, o parte mai mare dintre aceștia – adesea cei cu mai multe mijloace financiare – se vor pensiona și vor fi sănătoși. O altă trăsătură a acestor grupuri de indivizi este că au timp suficient pentru a lua în considerare toate posibilitățile pe care piața le are de oferit.

- Își concentrează eforturile pe realizarea propriilor nevoi și interese specifice vârstei. Produse precum cele referitoare la fitness și bunăstare, de exemplu, sunt printre preferatele lor.

- Sunt conectați: stereotipul conform căruia persoanele în vârstă nu pot folosi internetul începe să se risipească. Din ce în ce mai multe persoane de toate vârstele folosesc rețelele în diverse scopuri, inclusiv pentru a cumpăra și învăța despre diverse articole, pe măsură ce utilizarea internetului se extinde și dispozitivele de conectare (în special telefoanele mobile) devin mai ușor de utilizat.

- Solicită atenție sporită pentru clienți: consumatorii cu vârste cuprinse între 50 și 70 de ani au nevoie de servicii excelente, eficiente și rapide. Aceștia doresc să îți rezolve dificultățile rapid, fără durere și fără întârzieri. De asemenea, doresc să fie tratați cu amabilitate și cu respect de către ceilalți.

UC3: Antreprenoriatul Seniorilor

Dezvoltată de The Rural Hub

Sursa: https://unsplash.com/photos/4nu1d0HYwAg

Antreprenoriatul Seniorilor

Termenul „Antreprenoriatul Seniorilor" se referă la persoanele cu vârsta de 50 de ani sau peste, care intenționează să înceapă o afacere, sunt în prezent în curs de a începe o afacere sau tocmai au început una sau care caută o carieră. Aceste persoane se numesc antreprenori seniori, antreprenori vârstnici sau antreprenori de vârsta a treia.

Un factor fundamental pentru orice organizație sau senior înclinat să devină antreprenor sau să susțină această idee este înțelegerea diferitelor roluri pe care le poate deține un senior. Seniorii sunt susceptibili a se vedea într-unul dintre aceste roluri specifice - antreprenor, liber profesionist, investitor sau mentor.

Există diferite tipuri de sprijin și surse de informații care pot fi obținute pentru seniorii antreprenori. Principalele tipuri sunt:

- Educație/formare privind abilitățile antreprenoriale;
- Mentorat individual pentru seniori;
- Dezvoltarea unor rețele de seniori/ proiecte/instituții;
- Cercetare.

Există multe provocări cu care se confruntă domeniul Antreprenoriatului Seniorilor. Deși există mai multe provocări standard pentru antreprenoriat, în general, provocările enumerate mai jos sunt specifice seniorilor:

- Accesul limitat al seniorilor;
- Rețele limitate de seniori/ proiecte/ intermediari;
- Prejudecăți față de seniori;
- Vizibilitate/ conștientizare limitată la nivel organizațional;
- Utilizarea limitată a noilor canale de comunicare;
- Flexibilitatea legislațiilor privind capacitatea de angajare în câmpul muncii a pensionarilor;
- Lipsa de înțelegere cu privire la valoarea mentoratului;
- Cercetare/ statistici.

Există, de asemenea, multe beneficii pe care le poate aduce Antreprenoriatul Seniorilor. Acestea includ:

- Seniorii au o experiență și cunoștințe vaste, adunate din munca lor anterioară.
- Aceștia tind să aibă mai multă bogăție acumulată, în comparație cu grupele de vârstă mai tinere, ceea ce le conferă resurse financiare pentru a începe afaceri noi și a crea locuri de muncă pentru economie.
- Antreprenoriatul Seniorilor poate avea un impact social substanțial, mai ales asupra sănătății, deoarece implicarea persoanelor în vârstă în antreprenoriat le poate sprijini bunăstarea mintală.

Inovare socială și antreprenoriat de impact

Inovarea socială este un tip de inovare care duce la o modificare a relațiilor sociale, implicând noi metode de a face, de a gestiona, de a înțelege și de a încadra (Avelino et al., 2019).

O întreprindere socială este o afacere, al cărei scop este de a obține un impact social, societal sau de mediu, în loc de a crește profitul pentru proprietarii sau acționarii săi.

Își urmărește obiectivele prin tranzacționarea în mod continuu, prin furnizarea de bunuri și/ sau servicii și prin reinventarea excedentelor cu scopul de a atinge obiective sociale.

Este gestionată într-un mod responsabil și translucid și este independentă de sectorul public. Dacă este desființată, ar trebui să-și repoziționeze activele către o altă organizație similară (National Social Enterprise Policy, 2019).

Ce nu este o întreprindere socială?

- O afacere privată cu scopul de a obține profit;
- O organizație de caritate;
- O prestare de servicii sociale;
- Activism social.

Tipuri de întreprinderi sociale și strategii pentru întreprinderile sociale

Antreprenoriatul social este atunci când se creează o afacere cu o motivație filantropică. De aceea, este cunoscut și ca „antreprenoriat altruist". Acesta este extins și poate include atât organizații non-profit, cum ar fi Medici fără Frontiere, care depind aproape exclusiv de contribuții și granturi, cât și întreprinderi pentru profit, precum Tesla, care transformă câștigurile prin plasarea produselor sale de energie curată în prim-plan.

O întreprindere socială este un tip de afacere în care rezultatul final și valorile de succes sunt măsurate în mai mult decât profituri. Mai degrabă, afacerile sociale își măsoară succesul făcând referire la 3 factori:

- Oameni: efectul uman al afacerii și capacitatea de a avea un impact asupra schimbărilor sociale, de a îmbunătăți viețile și de a dezvolta în mod durabil o comunitate.
- Planetă: influența asupra mediului - eforturi pentru o planetă durabilă sau pentru reducerea amprentei de carbon (a emisiilor de CO2) a afacerii și a consumatorilor săi.
- Profit: ca și afacerile convenționale, întreprinderile sociale trebuie să câștige bani pentru a se întreține, a plăti angajați și a se dezvolta ca afacere.

Care sunt tipurile de întreprinderi sociale?

- Non-profit;
- Cooperativă;
- Afacere cu scop social;
- Întreprindere socială de inserție profesională;
- Afacere responsabilă din punct de vedere social;
- Cu scop lucrativ.

Munca la 50+: beneficiile și dezavantajele de a fi propriul angajat

Henri Nestlé și-a început cariera ca asistent de farmacist, dar, când a vândut compania, care îi purta numele, la vârsta de 60 de ani, aceasta era deja un succes global, renumitele alimente pentru copii pe bază de lapte - Farine Lactee – fiind deja vândute pe cinci continente.

Henri Nestlé și-a început afacerea în micul oraș elvețian de pe malul lacului Vevey, folosind lapte colectat din zonă. Vevey este locul unde se află și astăzi sediul global al Nestlé.

Experiența sa în chimie și cunoștințele sale științifice i-au modelat filosofia și viitoarea sa strategie de afaceri. Antreprenor și inovator consecvent, el a încercat să producă de toate, de la limonadă la ciment, înainte de a dezvolta formula Farine Lactee, care i-a adus bogăția.

Inițial, Henri Nestlé cumpăra laptele necesar pentru hrana de bebeluși în fiecare dimineață, dar din vara anului 1869, la doi ani după lansarea Farine Lactee, această practică nu mai era funcțională, așa că a ales să-și cumpere proviziile de la un centru de colectare a laptelui, dintr-un mic sat aproape de Vevey, de unde acestea erau apoi aduse la fabrică.

Deși era din Germania, Henri Nestlé și moștenitorii săi au exploatat încă de la început reputația pentru lapte de înaltă calitate a Elveției, ca parte a planului de marketing al produsului. Nestlé rămâne unul dintre cei mai mari cumpărători de lapte din lume, dar și de produse precum cacao și cafea.

Henri Nestlé a recunoscut că, pentru a schimba opiniile despre produsul mărcii sale, a trebuit să convingă comunitatea științifică de valoarea sa, așa că a creat o serie de broșuri, distribuite medicilor și farmaciștilor, care au demonstrat excelența produsului său.

Cunoștințele sale despre importanța dezvoltării unui brand au fost citate în campaniile publicitare ale celor care au achiziționat compania după ce a vândut-o, făcând reclame care rămân în continuare frumoase și practice.

Până în 1875, produsele Nestlé erau vândute la nivel global, din Indonezia până în Egipt și din SUA până în Argentina. Această inițiativă internațională de a crea produse pentru consumatorii din întreaga lume a persistat.

Beneficii

- Economii la unele cheltuieli;
- Program flexibil;
- Libertatea de a-ți alege munca;
- Libertatea de a alege cu cine lucrezi;
- Independență;
- Mândria de avea propria afacere.

Dezavantaje

- Venit instabil;
- Ore mai multe de lucru;
- Singurătate și izolare;
- Nu există siguranța locului de muncă;
- Riscuri legate de investiții;
- Sacrificii personale.

Activitățile de formare LOCAL

Activitatea 1 | Evaluarea aptitudinilor proprii de mentorat

Luați în considerare următorul scenariu: primăria comunității în care sunteți stabilit a anunțat implementarea unui nou program de mentorat. Oamenii din comunitate sunt chemați să fie instruiți ca mentori. „Mentorat? Mentori?", vă gândiți: „Cum pot fi mentor?". Pentru a aplica pentru formare, toți voluntarii trebuie să facă o scurtă prezentare video, în care trebuie să-și identifice și să-și explice abilitățile de mentorat. Pentru a vă pregăti pentru această prezentare, urmați pașii următori:

PASUL 1

Căutați online un profil de mentor și de persoană mentorată/ discipol, în care sunt indicate abilitățile/ aptitudinile pe care fiecare dintre ei trebuie să le aibă ca mentor/mentorat. Faceți un exercițiu de reflecție și evidențiați abilitățile pe care simțiți că le stăpâniți deja, aptitudinile pe care le aveți, dar care trebuie explorate și cele pe care credeți că nu le aveți.

PASUL 2

Pentru fiecare abilitate/ aptitudine pe care nu ați putut să o recunoașteți sau la care nu ați putut să vă raportați, accesați internetul, căutați o scurtă descriere și reflectați, luând în considerare: *1. Cum pot lucra singur? De ce am nevoie pentru a dezvolta această abilitate*? Notați-vă răspunsurile la aceste întrebări.

PASUL 3

Mergeți mai departe cu auto-reflecția și răspundeți la întrebările de mai jos. Păstrați-vă răspunsurile, ca un exercițiu de reflecție pentru a vă ajuta să finalizați următoarele unități de învățare.

Sunt pregătit să fiu mentor?

- *De ce ar fi important pentru mine să fiu mentorat într-un context comunitar?*
- *De ce fel de sprijin aș avea nevoie ca persoană mentorată?*
- *Ce fel de sprijin aș oferi dacă aș fi mentor în comunitate?*

PASUL 4

Pregătește un scurt videoclip, în care vă prezentați și vă rezumați abilitățile/ aptitudinile de a fi mentor. Utilizați notele luate la pașii 2, 3 pentru a vă structura prezentarea, în care veți declara:

Sunt calificat să fiu mentor pentru că am abilitățile „a" și „b". Mai mult, aplic la acest program de mentorat pentru că am și calitățile „x", „y" și „z", care pot fi îmbunătățite printr-un program formal de mentorat, în care să am posibilitatea de a mă dezvolta ca mentor și, eventual, de a fi, de asemenea, îndrumat de cineva.

Activitatea 2 | Sunt un bun ascultător?

Scopul acestei activități este de a vă evalua abilitățile de ascultare activă.

PASUL 1

Căutați online informații despre calitățile unui bun ascultător și despre ascultarea activă și citiți-le. Notați-vă punctele relevante.

PASUL 2

Căutați un interviu video scurt. Încercați să alegeți un interviu despre un subiect care vă place cu adevărat sau legat de ceva despre care doriți să aflați.

PASUL 3

Vizionați din nou interviul și observați dacă intervievatorul practică ascultarea activă. Creați-vă un tabel, în care înregistrați tehnicile de ascultare activă pe care le-ați învățat înainte și cele pe care le-ați sesizat în interviu.

PASUL 4

După ce ați observat și înregistrat toate tehnicile/ abilitățile de ascultare activă identificate în interviu, creați o nouă coloană în tabelul dvs. și marcați cu: ✓ - tehnicile/ abilitățile de ascultare activă pe care considerați că le aveți și cu **X** - tehnicile/ abilitățile de ascultare activă pe care credeți că trebuie să le exersați.

PASUL 5

Examinați toate strategiile/ abilitățile de ascultare activă care necesită dezvoltare și:

- Cercetați și adunați materiale online (articole, videoclipuri, link-uri, etc.), care vă pot ajuta să vă îmbunătățiți abilitățile de ascultare.
- Începeți-vă cercetarea cu lecturile sugerate și resursele suplimentare enumerate mai jos.
- Nu uitați să organizați și să păstrați o listă a resurselor (articole, texte, linkuri) folosite pentru a parcurge acești pași.

Ghid de implementare a activităților 1 și 2

Abordare metodologică

Deoarece nu toți formatorii sunt mentori, se recomandă formatorului să practice individual ambele activități sugerate, înainte de a le implementa împreună cu participanții și/ sau persoanele mentorate. Ambele activități pot fi implementate într-o singură sesiune, pentru un grup de cel mult 10 participanți. Activitățile pot fi realizate individual sau în grupuri mici de două și/ sau trei persoane. Formatorii trebuie să organizeze sesiunile în așa fel încât participanții să simtă că sunt direcționați către un scop, simulând o sesiune de mentorat. De asemenea, formatorii trebuie să încurajeze întrebările, astfel încât participanții să se dezvolte și să obțină rezultatele dorite.

Evaluare

Activitățile propuse sunt concepute ca o etapă de evaluare, la începutul formării. Prin aceste activități, formatorul va putea înțelege nivelul de cunoștințe pe care cursanții îl au despre temele principale ale unității de învățare.

Resurse

Acces la internet, un laptop, telefon inteligent sau tabletă. Pix și caiet pentru a lua notițe.

Referințe

(2022, 17 august). Definition of Mentoring? *The art of mentoring* www.artofmentoring.net/what-is-mentoring/

(2022, 17 august). What is mentoring? *ATD - Association for Talent Development* www.td.org/talent-development-glossary-terms/what-is-mentoring

Phillips-Jones, Linda (2003). *Skills for Successful Mentoring: Competencies of Outstanding Mentors and Mentees* (p.10). www.my.lerner.udel.edu/wp-content/uploads/Skills_for_Sucessful_Mentoring.pdf

(2022, 17 august). Assessing your style as a Mentor: Mentoring Skills Checklist. *University College Dublin* www.ucd.ie/t4cms/mentoring%20skills%20checklist.pdf

Activitatea 3 | Comunitatea mea în viitor

Scopul acestor activități este acela de a identifica și recunoaște atuurile persoanelor mentorate și ale comunității, ca proces de colectare a informațiilor utile, pentru a concepe un program de mentorat comunitar. În timpul acestor activități, participanții sunt provocați să își vizualizeze comunitatea ideală.

PASUL 1

Cunoașteți-vă participanții și faceți o hartă mentală, o reprezentare vizuală a calităților pe care fiecare membru le urmărește și le valorizează. Acest pas este faza pregătitoare a activității.

PASUL 2

Prezentați participanților harta vizuală pe care ați pregătit-o cu lista calităților și abilităților lor. Acestea sunt abilitățile pe care le-ați identificat înainte și cu care credeți că pot contribui la comunitate. Oferiți timp pentru discuții și pentru a include informații suplimentare, pe care aceștia ar putea dori să le adauge.

PASUL 3

Împărțiți participanții în grupuri mai mici și rugați-i să-și imagineze comunitatea lor în viitor. Pentru a face acest lucru, ei vor trebui să își pună următoarele întrebări: *„Ce probleme aș dori să rezolv?"* și *„Cum pot eu/ putem noi contribui la rezolvarea acestor probleme?"*.

PASUL 4

Reuniți grupurile, iar fiecare grup va prezenta concluziile discuțiilor lor. Formatorii sunt sfătuiți să folosească răspunsurile participanților la întrebările anterioare pentru a pregăti activitatea „Eu și comunitatea mea".

PASUL 5

Cereți participanților să facă un inventar al domeniilor relevante, care trebuie abordate în comunitățile lor. Ei pot căuta, de exemplu, în ziarele locale, pe site-ul web al consiliului, etc. Formatorii trebuie să furnizeze câteva informații de sprijin pentru ca participanții să efectueze acest pas.

PASUL 6

Introduceți, pe scurt, metodologia ABCD (Asset Based Community Development). După aceasta, formatorul, împreună cu participanții, urmează să facă o potrivire între atuurile cu care persoanele mentorate pot contribui către comunitate și zonele care au nevoie de dezvoltare.

Ghid de implementare a activității 3

Abordare metodologică

În calitate de formator, trebuie să vă gândiți la o activitate care să creeze conștientizare în rândul persoanelor mentorate cu privire la atuurile cu care fiecare membru poate ajuta comunitatea. De exemplu, gândiți-vă la un grup de adolescenți care au nevoie de îndrumare. Au mult timp liber și părinți absenți. De cealaltă parte, aveți persoane peste 50 de ani, pensionate și fără loc de muncă. Acești tineri pot fi ajutați de mentori din comunitate să își atingă întregul potențial, astfel că puteți pune mentori să lucreze unu-la-unu cu ei, pentru a-i ajuta la stabilirea obiectivelor și la dezvoltarea resurselor necesare. Mentoratul include asistență în privința abilităților fundamentale de viață, cum ar fi planificarea și gestionarea timpului. Poate include sfaturi privind gestionarea banilor și ajutor pentru planificarea educației și/ sau a carierei.

Evaluare

Pentru ambele activități, formatorii pot folosi întrebări reflexive pentru a colecta feedback de la participanți. În plus, cursantul poate observa modul în care participanții se angajează în diferite activități. Aceste activități pot fi adaptate, iar formatorii sunt rugați să le adapteze.

Resurse

Acces la internet, un laptop, telefon inteligent sau tabletă. Pix și un caiet pentru a lua notițe.

Referințe

Carruthers, Ryan (2022, 15 iunie). Reverse Mentoring: Connecting a multi-generation workplace. Together Platform blog

www.togetherplatform.com/blog/reverse-mentoring-the-future-of-work

(2022, 17 august). ABCD Toolkit: What is Asset Based Community Development? The Collaborative For Neighbourhood Transformation blog

www.resources.depaul.edu/abcd-institute/resources/Documents/WhatisAssetBasedCommunityDevelopment.pdf

(2022, 17 august). The Silver Linings of Asset-Based Community Development. American Planning association

www.planning.org/blog/9226680/the-silver-linings-of-asset-based-community-development/

Activitatea 4 | Implementarea unui program de mentorat comunitar

În baza atuurilor identificate în activitatea anterioară, cereți participanților să definească scopurile și obiectivele unui program de mentorat comunitar, pe care și-ar dori să îl vadă implementat în comunitatea lor. După aceea, ei vor trebui să elaboreze domeniul de aplicare al programului de mentorat. Odată ce au definit domeniul de aplicare al programului de mentorat, vor trebui să planifice implementarea acestuia.

PASUL 1

Cereți-le să cerceteze una sau două bune practici legate de programele de mentorat. Unele simple. Să preia idei din acestea și să se familiarizeze cu metodologiile și logica mentoratului.

PASUL 2

În grupuri mici, cursanții vor trebui să adapteze ceea ce au aflat la un program de mentorat comunitar, în așa fel încât să vizeze una dintre problemele identificate în activitățile anterioare.

PASUL 3

Fiecare grup va prezenta apoi rezultatele constatărilor și va explica modul în care programul lor de mentorat comunitar va fi în beneficiul comunității.

Ghid de implementare a activității 4

Abordare metodologică

Metodologiile bazate pe probleme și pe proiecte vor fi utilizate transversal pentru a oferi cursanților un context sau un mediu profesional pentru practică în care să aplice setul de cunoștințe, abilități și atitudini enumerate.

Evaluare

Utilizați teste de autoevaluare; exerciții de auto-reflecție, prezentare de studii de caz, joc de rol și exerciții de planificare a scenariilor.

Resurse

Acces la internet, un laptop, telefon inteligent sau tabletă. Pix și un caiet pentru a lua notițe.

Referințe

Cronin, Nicolas. (2022, 6 februarie). How to start a Mentoring Program: a step-by-step guide. *Guider.com blog* www.guider-ai.com/blog/how-to-start-a-mentoring-program#step-1

Carruthers, Ryan. (2022, 24 martie). Creating a mentoring plan: templated agreement. *Together platform blog* www.togetherplatform.com/blog/mentoring-plan-template

Jacob Morgan (2020, 30 aprilie). *How to Create Mentoring Programs Inside Your Organization?* www.youtu.be/onShkc9X7Zo

COACH este un program de consolidare a comunității, care își propune să împuternicească oamenii și familiile prin mentorat unu-la-unu, rupând ciclurile generaționale de sărăcie și destrămare a familiei. www.coachnetwork.org/about-us/

Activitatea 5 | Caut afaceri potrivite pentru vârstnici în cartierul meu

Scopul acestei activități este de a aplica în lumea reală cunoștințele dobândite cu privire la afacerile prietenoase cu vârstnicii. Aceasta va sensibiliza cu privire la nevoile și limitările vârstnicilor, și anume: pierderea mobilității, deficiențe de vedere și de auz.

PASUL 1

Organizați grupuri de 4 sau 5 cursanți; apoi alegeți 3 sau 4 afaceri din cartierele lor.

PASUL 2

Discutați dacă unitățile alese au caracteristici și practici prietenoase cu vârstnicii.

PASUL 3

Oferiți participanților următoarele recomandări:

Pierderea mobilității

- Dacă intrarea nu este la nivelul solului, trebuie luată în considerare instalarea unei rampe.
- Ușile și pasajele trebuie să aibă spațiu amplu. Dacă este posibil, spațiul trebuie să fie suficient pentru accesul în scaunul cu rotile (cel puțin 90 cm).
- Podeaua trebuie să fie netedă sau fără obstacole.
- Covoarele trebuie înlăturate sau fixate pe podea.
- Obiectele trebuie așezate la o înălțime adecvată sau personalul trebuie să fie disponibil pentru a ajuta persoanele care au dificultăți în a ajunge la aceste articole.
- Scaun sau canapea disponibile pentru ca vârstnicii să se poată odihni în timp ce așteaptă.
- Scaun sau bancă disponibile în fața unității, pentru ca trecătorii să se poată odihni, la nevoie.

Deficiențe de vedere

- Lumină naturală bună.
- Iluminat artificial bun.
- Instalarea unui iluminat adecvat, în special în coridoare, zone întunecate, zone de acces sau cu scări.
- Lumina trebuie să fie blândă, nu strălucitoare.
- În zonele întunecate, becurile de intensitate scăzută trebuie înlocuite cu cele de mare putere.

- Trebuie să existe ochelari pentru ochii obosiți sau o lupă, astfel încât persoanele cu deficiențe de vedere să poată citi specificațiile produselor, informațiile, meniurile etc.
- Clienții trebuie să poată primi ajutor la citirea materialelor cu voce tare, dacă au nevoie.
- Informații disponibile în română și alte limbi și în limbajul braille, ori de câte ori este posibil.

Deficiențe de auz

- Volumul redus al muzicii. Muzica zgomotoasă reprezintă o dificultate suplimentară pentru toți oamenii.
- Muzica ambientală se dovedește adesea a fi „zgomot de fundal”; trebuie luat în considerare impactul pe care îl va avea muzica asupra posibilității de a purta conversații. Este recomandat să existe ore fără muzică și/ sau zone liniștite, cum ar fi o zonă de mese sau zone specific desemnate.
- Există diferite opțiuni pentru a reduce zgomotul: pereți groși cu o bună izolare fonică, geamuri termopan, oprirea sau înlocuirea ventilatoarelor, a aparatelor care generează zgomot, ușile și ferestrele care se deschid spre spații zgomotoase să fie închise.
- Dacă se renovează, se recomandă includerea sistemelor de absorbție fonică și de izolare fonică.
- Comunicare orală prin vorbire clară și repetată, ori de câte ori este nevoie.
- Oferta unității să fie disponibilă și pe suport de hârtie.

Activitatea 6 | Avantajele și caracteristicile unei locuințe inteligente pentru persoanele vârstnice

Scopul acestei activități este de a discuta despre soluțiile AgeTech disponibile pentru persoanele în vârstă. În acest sens, pentru această activitate, vom discuta despre caracteristicile unei case inteligente.

PASUL 1

Organizați grupuri de 4 sau 5 cursanți; apoi alegeți 3 sau 4 unități din cartierele lor.

PASUL 2

Discutați următoarele caracteristici ale unei case inteligente:

Automatizarea locuinței

Sistemele de monitorizare a aparatelor permit oprirea acestora, chiar și de la distanță, și vă anunță dacă se întâmplă ceva ieșit din comun. Utilizând un iluminat inteligent care se poate conecta la Wi-Fi-ul casei și poate fi controlat printr-o aplicație de telefon, vârstnicii nu mai au nevoie să se deplaseze de fiecare dată până la comutator. Pentru părinții mai în vârstă, care au probleme cu echilibrul sau deplasarea, jaluzelele inteligente pot fi și ele acționate prin intermediul unui telefon inteligent.

Asistenți inteligenți și difuzoare inteligente

Siri, Alexa, și Amazon Echo sunt nume bine cunoscute. Asistenții inteligenți transformă viața de zi cu zi, ajutându-ne, prin intermediul comenzilor vocale, să finalizăm treburi precum programarea întâlnirilor, raportarea scorurilor sportive și trimiterea de mesaje text, în timp ce noi ne ocupăm de alte lucruri.

Încuietori inteligente pentru uși

Oricine se poate enerva atunci când își pierde cheile, și, mai ales, persoanele în vârstă. O încuietoare inteligentă, fără cheie, activată printr-un cod digital, este un înlocuitor excelent.

Siguranța locuinței

Securitatea locuinței devine mai importantă pe măsură ce oamenii îmbătrânesc, deoarece sunt mai predispuși să devină victime ale spargerilor sau invaziilor de locuințe. Numeroase tehnologii inteligente sunt disponibile pentru familiile preocupate de siguranță și securitate.

Tehnologii de alertare medicală

Seniorii au mai multe alternative pentru bijuterii de alertă medicală, inclusiv coliere, brățări și alte tehnologii portabile. PERS, sau sistemul personal de răspuns în caz de urgență, este un buton portabil de urgență, pe care utilizatorii îl pot acționa, pentru a primi imediat asistență. PERS poate fi acționat vocal, dacă este conectat la un telefon sau la un asistent inteligent.

Dozatoare inteligente de pastile

Dozatoarele inteligente de pastile ar putea fi o bună investiție pentru îngrijitori și membrii familiei, care vor să se asigure că părinții lor în vârstă își iau medicamentele la timp. Aceste dozatoare utilizează senzori în fiecare compartiment pentru pastile, pentru a monitoriza când utilizatorii își iau medicamentele, și se pot conecta la telefoane mobile și tablete prin Bluetooth. În baza acestor informații, sistemul poate trimite atenționări pentru a lua medicamentele. Un asistent vocal poate, de asemenea, fi configurat pe tablete, pentru a le reaminti clienților mai în vârstă când și câte medicamente să ia.

Tehnologie de monitorizare a sănătății

Pe măsură ce îmbătrânesc, persoanele în vârstă au mai multe șanse să dobândească afecțiuni cronice, cum ar fi diabet, boli de inimă și hipertensiune arterială, care au nevoie de îngrijire non-stop. Acum, gestionarea și să monitorizarea tulburărilor cronice și a stării de sănătate sunt mult mai simple, datorită progreselor tehnologice semnificative. Aceste servicii sunt ca un ghișeu unic, care oferă utilizatorilor posibilitatea de a ține evidența sănătății lor zilnice și de a-și urmări semnele vitale, cum ar fi tensiunea arterială, ritmul cardiac și nivelul zahărului din sânge, și de a comunica aceste informații medicilor lor și altor profesioniști în servicii medicale. În cazuri rare, se pot chiar livra medicamente în baza lor.

Urmărirea locației

Vârstnicii cu demență sau Alzheimer riscă să devină dezorientați și se pot rătăci, atunci când își părăsesc locuința. Aceștia pot purta gadget-uri, care se atașează de hainele lor, care să îi ajute să nu se mai rătăcească. O cronologie zilnică a locațiilor, rutelor parcurse și duratei opririlor este înregistrată pe dispozitive și partajată cu membrii familiei și îngrijitorii. Tehnologia va anunța prompt pe cei dragi dacă ceva pare ieșit din comun.

Ghid pentru implementarea activităților 5 și 6

Abordare metodologică

Educația adulților necesită utilizarea unor metode și tehnici de predare diferite. Fără îndoială, mai multe abordări metodologice încurajează implicarea cursanților, care este unul dintre obiectivele fundamentale ale educației adulților. Unele dintre acestea includ:

- metode participative care favorizează interacțiunea dintre formatori și cursanți;
- metode euristice prin care cursanții dezvoltă teme și învață;
- metode interogative care îi ajută pe cursanți să-și dea seama ce doresc formatorii ca ei să învețe;
- metode active care combină acțiunea și gândirea; și
- metode de explorare și aplicare.

Aceste metodologii sunt folosite în funcție de tipul de lecție predată, de mediul în care este predată și de grupul de cursanți. Combinația lor poate avea succes, deoarece crește motivația participanților adulți, prevenind în același timp plictiseala. Abordările de formare sugerate pentru a sprijini utilizarea acestor tehnologii sunt:

- **Prezentare detaliată.** Formatorul trebuie să aibă o pregătire excelentă și cunoștințe cu privire la subiectul abordat, să fie succint, să folosească umorul, numeroase exemple și materiale audio-vizuale de suport. Formatorul trebuie să observe și să analizeze în mod activ indiciile nonverbale ale participanților, pentru a determina dacă aceștia sunt interesați de material. Alte cerințe fundamentale includ evitarea jargonului, îmbrăcăminte adecvată și încredere în cunoștințele proprii cu privire la subiect.

- **Întrebări și răspunsuri – discuție**. Pot fi utilizate și cu alte abordări bazate pe prezentare. Discuțiile sunt utile atunci când o problemă este introdusă pentru prima dată, deoarece îi încurajează pe cursanți să se gândească la ea și să ia în considerare numeroși factori. Întrebările ar trebui să fie disponibile pentru toată lumea, să aibă o rațiune solidă și să evite utilizarea cuvântului „întrebare" în titlul lor.

- **Brainstorming**. Folosind această abordare, formatorul oferă cursanților un concept principal sau o problemă și apoi îi invită să-și exprime gândurile în mod liber și spontan. Este o metodă extrem de participativă, ce încurajează implicarea cursanților în procesul de învățare, ajută la familiarizarea cu ceilalți, la munca în echipă și la îmbunătățirea mediului de învățare. Folosirea experienței și creativității cursanților, încurajarea liberei exprimări, a gândirii critice și a muncii în echipă, precum și analizarea problemelor din unghiuri noi,

care schimbă noțiunile preconcepute despre anumite subiecte, sunt beneficii ale acestei abordări.

- **Lucrul în grupuri.** Prin această metodă, cursanții sunt împărțiți în grupuri mai mici de trei până la cinci persoane, pentru a se angaja într-o activitate sau pentru a avea o discuție. Fiecare subgrup își prezintă rezultatele în fața grupului mare, iar formatorul facilitează interacțiunea dintre subgrupuri. Analiza formatorului, observațiile și legătura cu obiectivele de formare completează aplicarea acestei abordări.

- **Studii de caz.** În contextul acestei abordări, cursanților li se oferă o descriere a unei probleme care este fie ipotetică, fie autentică, și li se cere să o investigheze în detaliu și să ofere răspunsuri. Multe propuneri diferite sunt frecvent prezentate și discutate în plen, subliniind atât elementele pozitive, cât și cele negative. Dacă exemplul implică o problemă reală, remediul implementat este apoi dat și dezbătut.

- **Joc de rol.** Pentru a înțelege mai bine scenariul și reacțiile lor la acesta, cursanții joacă roluri, care sunt reprezentative pentru mediul lor profesional sau social. Este folosit atunci când sunt necesare anumite abilități, moduri de comunicare și acțiuni, pentru a rezolva un dezacord sau o situație.

Evaluare

Scopul evaluării performanței cursantului este de a oferi o judecată adevărată și precisă a nivelului de cunoștințe, abilități și competențe, pe care le-a dobândit acesta, prin participarea la activitatea de formare. Pe lângă evaluare, se ține cont și de performanța formatorului, precum și de alte aspecte, inclusiv adecvarea materialelor de instruire și eficacitatea metodelor de predare. Metodele și instrumentele utilizate pentru colectarea datelor pentru evaluare ar trebui să fie în concordanță cu obiectivele de formare și curriculumul definite, precum și cu calitățile și capacitățile fundamentale ale cursanților. Instrumentele utilizate adesea pentru evaluare includ sondaje, testări de performanță și de succes, întrebări pentru cursanți, înregistrări, discuții și observare.

Resurse

Lista de verificare pentru afaceri prietenoase cu vârstnicii

https://extranet.who.int/agefriendlyworld/wp-content/uploads/2020/08/Checklist.2019-docx.pdf

AGE Platform Europe. Vocea persoanelor în vârstă la nivelul UE

https://www.age-platform.eu/glossary/silver-economy-0

SENESCIENCIA. El envejecimiento como oportunidad de negocio

http://www.ub.edu/senesciencia/noticia/silver-economy/

Referințe

Eatock, D. (2015), *The silver economy. Opportunities from ageing*

www.europarl.europa.eu/EPRS/EPRS-Briefing-565872-The-silver-economy-FINAL.pdf

European Commission, Directorate-General of Communications Networks, Content & Technology (2018), *Silver Economy. Final Report.*

https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a9efa929-3ec7-11e8-b5fe-01aa75ed71a1

Comisia Europeană (2015). *The 2015 Ageing Report*

https://ec.europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/2015/pdf/ee3_en.pdf

Uniunea Europeană (2019). Ageing Europe - Looking at the lives of older people in the EU – 2020 Edition
https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-books/-/ks-02-20-655

Matia Instituto, Gobierno Vasco (2019), *Guía de amigabilidad para establecimientos. Comercio y Restauración*
www.euskadilagunkoia.net/images/guia-formacion-establecimientoES4.pdf

Activitatea 7 | Brainstorming antreprenorial

Scopul acestei activități este de a determina grupul țintă de peste 50 de ani să ia în considerare un nou tip de întreprindere sau idee de afaceri, pe care ar putea fi interesați să o lanseze în zona locală.

PASUL 1

În grupuri mici, cursanții trebuie să facă brainstorming cu privire la tipul de întreprindere/ afacere pe care ar putea încerca să o lanseze în zona lor locală. Se pot ghida după următoarele întrebări:

- Ce vă pasionează?
- Ce lacune există în zona dvs., pe care le puteți umple?
- Veți putea obține finanțare pentru a vă lansa ideea?
- Ideea dvs. este sustenabilă?

PASUL 2

Apoi, fiecare grup va face un clasament al ideilor, de sus în jos, și o va selecta pe cea pe care o consideră a fi cea mai bună.

PASUL 3

Odată ce cursanții au găsit o idee de care sunt mulțumiți, fiecare grup își va prezenta ideea de afaceri în fața grupului mare, pe rând, subliniind de ce au ales afacerea respectivă și de ce cred că va fi o afacere de succes.

PASUL 4

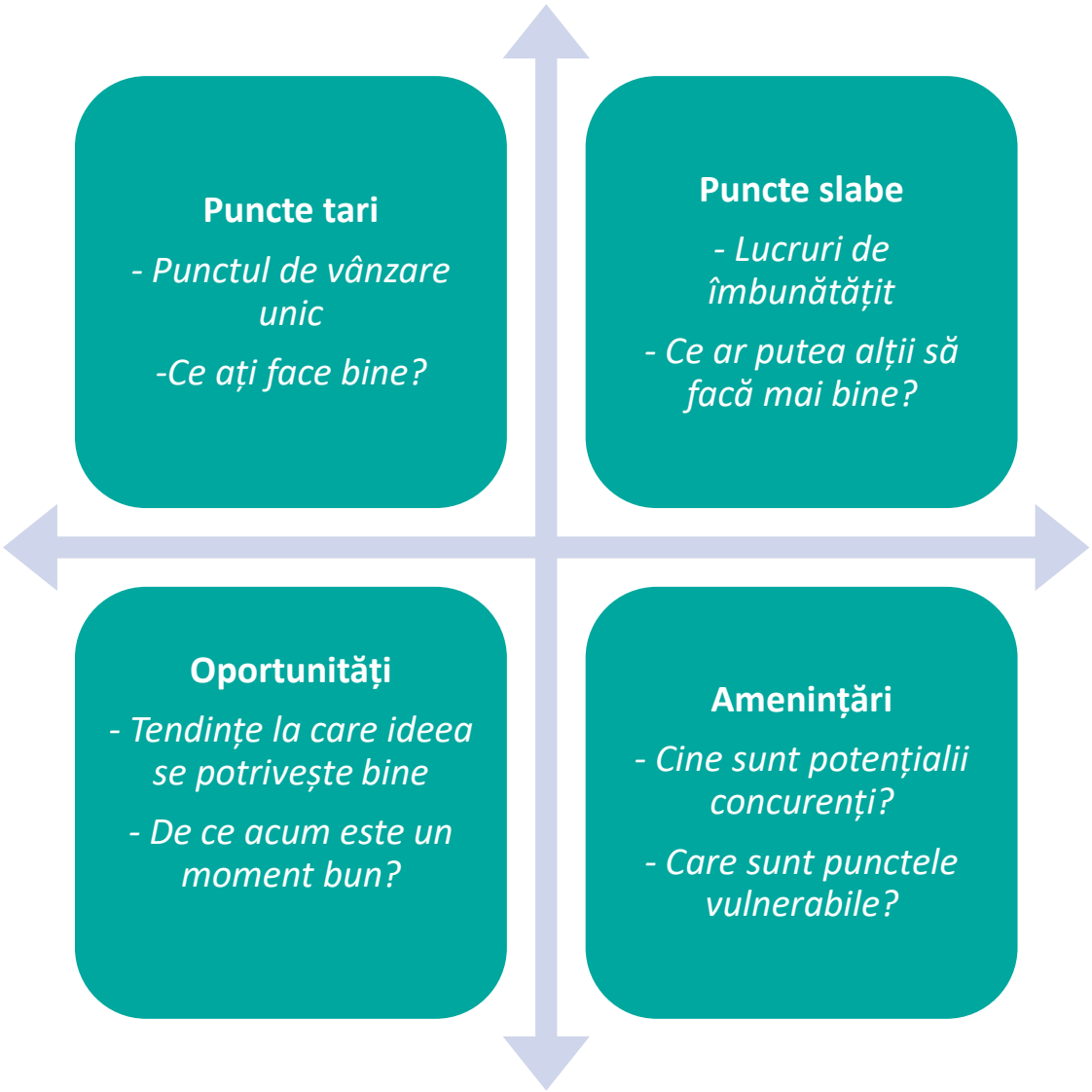
Ceilalți membri ai grupului vor avea ocazia să pună întrebări despre fiecare idee și vor fi încurajați să își ofere propriile opinii.

Activitatea 8 | Antreprenoriatul Seniorilor - Analiză SWOT

Urmând activității anterioare, scopul acestei activități este de a determina cursanții seniori să aprofundeze ideea de afaceri pe care și-au format-o deja și să facă analiza acesteia, folosind modelul SWOT.

PASUL 1

În grupuri mici, cursanții vor selecta o idee de afaceri pe care au ales-o deja și vor efectua o analiză SWOT a acesteia, pe baza matricei tradiționale:



PASUL 2

Grupurile ar trebui să reflecteze la ceea ce au descoperit în urma analizei SWOT și la modificările pe care le-ar putea aduce ideii de afaceri, pentru a o face mai atractivă și pentru a avea șanse mai mari de succes.

PASUL 3

Discuție cu tot grupul, în care fiecare subgrup își prezintă analiza SWOT realizată și modul în care ar putea schimba ideea sau considerațiile cheie pe care exercițiul le-a adus în discuție.

Activitatea 9 | Antreprenoriatul social

Scopul acestei activități este de a oferi persoanelor peste 50 de ani o mai bună înțelegere a antreprenoriatului social și a tipurilor de întreprinderi în care ar dori să se implice.

PASUL 1

În grupuri mici, cursanții ar trebui să discute și să cerceteze despre antreprenoriatul social și să vină cu propria lor definiție.

PASUL 2

Subgrupurile vor prezenta pe rând definiția în fața grupului mare, iar formatorul îi va invita la discuții suplimentare despre antreprenoriatul social.

PASUL 3

Apoi, fiecare subgrup va lua în considerare întreprinderile sociale locale pe care le cunoaște în țara/ zona lor și va alege una, al cărei profil să îl poată realiza cât mai detaliat. Ei vor trebui să cerceteze unitatea în cauză, înainte de a completa tabelul de mai jos.

PASUL 4

Fiecare subgrup va prezenta în fața grupului mare întreprinderea socială al cărei profil l-a realizat.

Tabel pentru studiu de caz al întreprinderii sociale

Denumirea întreprinderii sociale	
Cum este finanțată organizația și din ce obține profit?	
Ce probleme sociale își propune această întreprindere să abordeze / care este misiunea sa de întreprindere socială?	
Cine beneficiază de activitățile organizației și cum?	
Cum interacționează întreprinderea cu beneficiarii (prin ce mediu/ cât de des)?	

Ghid pentru implementarea activităților 7,8 și 9

Abordare metodologică

Aceste activități se concentrează pe o abordare centrată pe cursant, prin care cursanții sunt încurajați să gândească creativ și să lucreze în grupuri mici, pentru a finaliza activitățile înainte de a reveni pentru a discuta și a concluziona ceea ce au învățat ca grup întreg. Formatorii trebuie să faciliteze lucrul în grup și discuțiile de grup și să ghideze cursanții pe calea cea bună. Formatorii trebuie să aibă cunoștințe de bază despre antreprenoriat, pentru a putea ghida cursanții în domeniile tematice.

Deși activitățile au fost concepute astfel încât să conducă una către cealaltă, ele pot fi, de asemenea, utilizate individual, acolo unde este cazul. Formatorii ar trebui să încerce să mențină cursanții implicați și interesați de ceea ce fac, încurajând discuțiile de grup și schimbul de idei în cadrul unor subgrupuri mici și discuții în cadrul întregului grup.

Evaluare

Activitățile sugerate sunt concepute pentru a fi utilizare împreună cu formarea și pentru a le permite cursanților să înțeleagă corect Antreprenoriatul Seniorilor și să poată aplica principiile antreprenoriatului și antreprenoriatului social pentru ei înșiși și în zonele lor locale.

Resurse

Acces la internet, un laptop, telefon mobil sau tabletă. Pix și un caiet pentru a lua notițe. Pentru activitatea 9, în mod ideal, formatorul ar trebui să tipărească, de asemenea, câte o copie a Tabelului pentru studiu de caz al întreprinderilor sociale pentru fiecare subgrup.

Referințe

Cook, J. (2020, 9 noiembrie). 5 ways To Come Up With Great Business Ideas. Forbes. Preluat de la: https://www.forbes.com/sites/jodiecook/2020/11/09/5-ways-to-come-up-with-great-business-ideas/?sh=2d59580c446d

(26 februarie 2020). Analiza SWOT. Preluat de la: https://www.cipd.ie/news-resources/practical-guidance/factsheets/swot-analysis

(Iunie 2021). What are Social Innovation and Entrepreneurship? Dublin City University. Preluat de la: https://www.dcu.ie/socialentrepreneurship/what-are-social-innovation-and-entrepreneurship

Kumar B. (2022, 14 septembrie). Social Entrepreneurship 101: Business Models and Examples To Inspire You. Preluat de la: https://www.shopify.com/ie/blog/social-entrepreneurship

LOCAL

Boosting Silver Economy through local community mentoring

Cofinanțat de Uniunea Europeană

"Suportul Comisiei Europene pentru producerea acestei publicații nu reprezintă o aprobare a conținutului, care reflectă strict părerile autorilor, iar Agenția Națională și Comisia Europeană nu sunt responsabile pentru modul în care va fi folosit conținutul informației.

Număr proiect: 2021-1-PT01-KA220-ADU-000033443