

1. Cég adatok

Cég név:	NaturaPura Ibérica, SA
Tevékenységi Ágazat:	Textil Ipar
Tevékenységi kör/ Fő tevékenység:	Természetes módon színezett pamut termékek
Város/Ország:	Braga /Portugália
Alapítás Éve:	1999
Cég telephelyeinek száma (2004):	1
Web oldal (ha létezik):	www.naturapura.pt (Angolul is)
Alkalmazotti létszám (2004):	Teljes munkaidő: 7; Részmunkaidő: 1; Nő: 7; Férfi: 1
Éves Forgalom, 2004 (€):	480.000 (előirányzat 2005: 800.000)

2. Felelős Üzleti Tevékenység a Gyakorlatban- Fő Témakör

Vizsgálandó felelős vállalkozói tevékenység(ek):	<input type="checkbox"/> Üzleti Etika <input type="checkbox"/> Munkahelyi Környezet <input checked="" type="checkbox"/> Környezetvédelem <input checked="" type="checkbox"/> Piaci környezet <input type="checkbox"/> Társadalom (Közösség)
Felelős vállalkozói tevékenység megnyilvánulása:	<input checked="" type="checkbox"/> Biodiverzitás <input checked="" type="checkbox"/> Fenntartható termelés <input checked="" type="checkbox"/> Vásárlói biztonság
Fő okok amiért a vállalkozás ezen tevékenységet folytatja:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A piac differenciálódása ▪ Márka meghatározás: "a tisztán ökológiai márka" ▪ Vásárlói bizalom
Néhány példa a megvalósuló felelős vállalkozói tevékenységgel kapcsolatban:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Az ENSZ és helyi kormányok tervének támogatása a hagyományos kakaóbab termesztés felcserélésére biológiai gyapotra az Andok régióiban és az Amazonas-medencében ▪ Biológiai gyapot termékek Európai Környezetvédelmi Védjeggyel ellátva ▪ Beszállítóinak támogatása környezetbarát termelési eljárás megvalósításában
Üzleti stratégia részét képezik a fent említett példák? Igen/Nem? Hogyan?	A cég stratégiája kezdettől fogva arra épül, hogy kiépítsen a piaci rést lefedve egy olyan vevőkört, amely ügyel a környezetvédelemre, értékeli a biológiai gyapot minőségét, kényelmességét és hipoallergén jellemzőit.
Tevékenységből fakadó üzleti előnyök:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Termékdifferenciálás ▪ Összpontosítás egy fejlődő piaci részre ▪ Társadalmilag és környezetvédelemben érdekelt vevők növekvő lojalitása
A CSR gyakorlat által megcélzott Értékelti réteg/ Haszonélvezői csoport:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dél-amerikai gazdák ▪ Vásárlók ▪ Szomszédok
Haszon a társadalom számára:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gyapotfajok biodiverzitása ▪ Közösség általában véve
Kinek, hogyan kommunikálja a vállalat tevékenységét:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Honlap ▪ Szakkiállítások ▪ Szemináriumok ▪ Vállalati brosúrák és termékkatalógusok ▪ Árusítás és csomagolás ▪ Környezetvédelmi oktatás a helyi iskolákban
Elnyert Díjak / Elismerések/ Kitüntetések:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Európai Környezetvédelmi Védjegy (PT 16/01)

Felelős vállalkozói tevékenységgel kapcsolatban tapasztalt nehézségek:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A tanúsítvány megszerzésének bonyolultsága és hosszadalmissága (Portugáliában elsőként ezen a területen) ▪ Ipari partnerek / beszállítók felkutatása és betanítása ▪ Az előállítási folyamat beszabályozása
További információk elérhetősége:	-

3. Felelős Üzleti Gyakorlat- Leírás

NaturaPura, "a tisztán ökológiai márka", kicsi, de gyorsan növekvő cég, üzleti stratégiájának alapja a minőségi 100 % természetes termékek, amelyeket magas áron forgalmaznak kijelölt boltokban a világ néhány legigényesebb piacán. A cég gyorsan növekszik, egyaránt támogat környezetvédelmi és társadalmi ügyeket.

A NaturaPura Ibérica, SA egy közepes méretű tradicionális portugál textilcég mellékvállalata. Alapítója, Ressurreição, textilmérnök és vállalkozó, a kilencvenes évek végén az Andokban járt, és meglepetésére természetes színű gyapotültetvényeket látott. Tudomása szerint a gyapot zöld és barna fajtáinak piaci értéke meglehetősen alacsony volt akkoriban és a kihalás fenyegette. Hallott egy helyi, az ENSZ által is támogatott kezdeményezésről, amelynek keretében a veszélyeztetett faj megmentése érdekében támogatták a biológiai gyapot ültetését a hagyományos kakaóbab ültetvények helyére. Textilmérnökként Ressurreição tisztában volt a vegyszerek nélkül termesztett biológiai gyapot egyedülálló tulajdonságaival, és megfogant benne az ötlet, hogy új, minőségi, rendkívül puha és hipoallergén termékeket állít elő.

Bár szükség volt kutatásokra, Ressurreição kihívásnak érezte a feladatot és úgy döntött, hogy megrendeli az első kísérletekhez szükséges anyagot.

A folyamat során Ressurreição úgy gondolta, lehetőség lesz egy új márka elindítására, és olyan arcúlaton kezdett el dolgozni, amely szorosan kapcsolódik a termék jellegzetességeihez, így jött létre a NaturaPura, amely 1999-ben vált önálló vállalattá.

Időközben Ressurreição tudomást szerzett az Európai Környezetvédelmi Védjegy (European Eco Label) nevű kezdeményezésről és úgy döntött, hogy folyamodik ezért a címért, amelyet két év erőfeszítése és fáradtságos ügyintézése után sikerült megszerezni, elsőként a portugál textiliparban.

A termelési folyamat beállítása hosszú és költséges folyamatnak bizonyult, de végül 2002-ben egy teljesen új termékcsalád született.

A NaturaPura közvetlenül a termelőktől vásárolja a nyersanyagot és biztosítja, hogy az egész feldolgozó folyamat természetes módszerrel menjen végbe, vegyszerek és színezőanyagok használata nélkül. A különböző színárnyalatokat a természetesen színes gyapotfajták megfelelő keverékével állítják elő, az egész folyamatot szigorúan kell ellenőrizni.

Nem volt egyszerű olyan helyi gyártókat találni, akik hajlandók voltak ezzel a másféle anyaggal dolgozni, így kezdetben a NaturaPura jelentős segítséget nyújtott a gépek beállításában. Mára már jobban elfogadott lett, de rendszeres ellenőrzések zajlanak, hogy biztosítsák a termék tisztaságát.

A NaturaPura csapaton látható lelkesedésük a cégért. Tudják, hogy különleges vállalatnak dolgoznak és örömmel osztják meg tapasztalataikat a látogatókkal. Az élet és munka közötti egyensúly fontos: az időbeosztás rugalmas, azzal a feltétellel, hogy a munkát elvégzik.

A NaturaPura nyitva áll a helyi közösség számára:

- Helyszín biztosít helyi intézmények kezdeményezései, találkozói és tanfolyamai részére.
- Támogatja a környezetvédelmi szervezeteket és helyi környezetvédelmi oktatást.
- Támogatja a kulturális kezdeményezéseket és regionális fejlesztési szervezeteket.
- Bemutatja az üzleti esettanulmányát az innovációval, fenntarthatósággal, CSR-rel és környezettel kapcsolatos különböző workshopokon és szemináriumokon.

4. Tréning Hasznosítása

A) További a témához tartozó információ, az esettanulmány Tréning Szituációkban történő hasznosítása tekintetében (Lényegi kritérium: Vizsgálандó felelős vállalkozói tevékenységek)

A NaturaPura esettanulmányának fő előnye, hogy a környezeti tudatosság megfelelő technikai hozzáértéssel társulva létrehozott egy teljesen új üzleti koncepciót. A cég arculatát jelentősen támogatja az Európai Környezetvédelmi Védjegy, amely fontos megkülönböztető eszköz.

Ez az eset jó példája a vállalati szociális felelősség gyakorlatára mind a piaci környezet, mind a környezetvédelem terén, ám az oktatóknak azt javasoljuk, hogy a két terület közötti üzleti együttműködés példájaként mutassák be.

B) Pedagógiai Javaslatok az esettanulmány Tréning Szituációkban történő hasznosítása tekintetében (Lényegi kritérium: Vizsgálандó felelős vállalkozói tevékenységek)

1) Vitatémák:

- A NaturaPura márkával kapcsolatba hozható szavak
- A biodiverzitás fontossága a Föld fenntarthatóságában
- Biológiai mezőgazdaság *kontra* elterjedt vegyszerhasználat
- Pozitív hatások a helyi és a globális közösségre annak következtében, hogy a kakaóbabot gyapotra cserélik fel
- A cég részvétele a helyi környezetvédelmi oktatásban

2) **Európai Környezetvédelmi Védjegy:** látogasson el a következő honlapra <http://www.eco-label.com/> és magyarázza el a résztvevőknek az elképzelést. Használja a CSR glosszáriumban található definíciót.

3) A globalizáció heves kritikát vált ki a hagyományos európai textil szektorban. Számos vállalat nehézségekkel küzd vagy a piac elhagyására kényszerül. A NaturaPura sokat fektetett be a R&D, Környezetvédelmi Védjegy általi elismerésbe, az ágazat és a cég arculatának kiépítésébe. Az eladási ráta már harmadik éve 100 %-os arányhoz közelít, de a vállalat csak most éri el a fedezeti pontot. Kérje fel a résztvevőket, hogy kommentálják **a vállalat értékeit és hasonlítsák össze a hagyományos textilipari vállalatokkal.**

4) A NaturaPura kezdetben különböző boltokban árusította termékeit, első önálló üzletét 2004 novemberében nyitotta meg, majd egy év múlva a másodikat. A cég franchise megállapodás megkötésére készül. Vitassa meg a résztvevőkkel **a továbbadó és átvevők közötti kiegyensúlyozott kapcsolat** főbb szempontjait. (Amennyiben lehetséges, használjon példaként egy franchise megállapodást.)