

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI
CNFIS-FDI-2024-F-0462

DEZVOLTAREA ȘI CONSOLIDAREA COMPETENȚELOR PRACTICE ALE
STUDENȚILOR ÎN DOMENIUL SUSTENABILITĂȚII ȘI RESPONSABILITĂȚII
SOCIALE PRIN INTERMEDIUL UNOR PROIECTE EDUCATIONALE INOVATIVE

Director proiect: Prof. univ. dr. Dorel Mihai PARASCHIV

Perioada de desfășurare
aprilie – decembrie 2024

RESPONSABILITATEA SOCIALĂ

CSR, Sustenabilitate și Dezvoltarea Durabilă
prin prisma ODD-urilor

Autori

Prof.univ.dr. Dima Alina - *Expert coordonare dezvoltare resurse
educaționale inovative*

Prof.univ.dr. Grădinaru Giani - *Expert realizare resurse
educationale inovative*

Conf.univ.dr. Teodor Cristian - *Expert realizare resurse
educationale inovative*

Asist.univ.dr. Gheorghe Maria - *Expert realizare resurse
educationale inovative*



Agendă



1 Responsabilitatea Corporativă și Sustenabilitatea: Evoluție, Definiții și Perspective

2 Responsabilitatea socială corporativă (CSR)

3 Responsabilitatea socială – în mâinile noastre

4 Referințe



DEFINIRE ȘI CONCEPTE IMPLICATE



Agendă



1

Definirea conceptului de responsabilitate socială

2

Responsabilitatea socială corporativă (CSR)

3

Principalele concepte implicate

4

Principalele sectoare de interes – Impactul COVID

5

Bune practici în aria responsabilității sociale

1. Responsabilitatea Corporativă și Sustenabilitatea: Evoluție, Definiții și Perspective

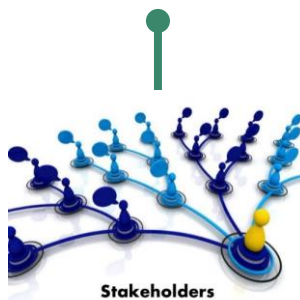
1950 - 1970



Responsabilitatea socială – datorii față de mediu și societate

Cu toate că inițial s-a prezentat conceptul de responsabilitate socială, fără a include mențiuni referitoare la mediul de afaceri, așteptările și obligațiile prezentate în cadrul conceptului au vizat mediul de afaceri și impactul acestuia asupra mediului înconjurător și asupra societății (Vizitiu, 2020).

1980-1990



Teoria Stakeholderilor

Face referire la efectul pe care activitățile corporațiilor îl au nu doar asupra acționarilor, ci și asupra altor grupuri interesate, motiv pentru care companiile trebuie să fie orientate către reducerea conflictelor și a impactului negativ (Vizitiu, 2020).

2014



La nivelul Uniunii Europene

La nivelul UE, responsabilitatea socială este înțeleasă ca un concept prin care o companie integrează în mod voluntar preocupările legate de problemele sociale și de mediu în operațiunile de afaceri și în interacțiunea acestora cu părțile interesate. (Voicu, 2014).

2024



O obligație morală colectivă

Indiferent dacă este vorba de un singur individ, sau de o instituție, ori corporație, responsabilitatea socială punctează necesitatea de a acționa în beneficiul societății în vederea conservării bunăstării sociale și a mediului înconjurător (Transparency International Romania, 2024).

1. Responsabilitatea Corporativă și Sustenabilitatea: Evoluție, Definiții și Perspective

În practică, multe companii folosesc termenii CSR și sustenabilitate în mod interschimbabil.

Anumite companii au strategii de sustenabilitate și un raport de sustenabilitate, în timp ce altele au strategii CSR și un raport **CSR**.

Cetățenia corporativă, pe de altă parte, se referă doar la acele activități ale unei companii care depășesc activitățile sale de afaceri. Cu alte cuvinte, descrie angajamentul civic al unei companii.

În general, cetățenia corporativă se limitează la sponsorizări, donații și activitățile unei fundații corporative.



1. Responsabilitatea Corporativă și Sustenabilitatea: Evoluție, Definiții și Perspective

Sustenabilitatea a fost definită drept „*satisfacerea nevoilor prezentului fără a compromite capacitatea generațiilor viitoare de a-și îndeplini propriile nevoi*” (Națiunile Unite, Comisia Brundtland; 1987).

În domeniul afacerilor, sustenabilitatea presupune desfășurarea activităților fără a impacta negativ mediul, comunitatea sau societatea în ansamblu (Harvard Business School online, Alexandra Spiliakos; 2018).



Astfel, există două categorii principale de sustenabilitate în afaceri: efectul pe care îl au afacerile asupra **mediul** și asupra **societății** (Harvard Business School online, Alexandra Spiliakos; 2018).

O strategie sustenabilă urmărește să aducă beneficii mediului sau societății, evitând probleme precum degradarea sau inegalitatea.

Companiile sustenabile integrează factori economici, sociali și de mediu în deciziile lor și monitorizează impactul pentru a preveni riscurile pe termen lung.

1. Responsabilitatea Corporativă și Sustenabilitatea: Evoluție, Definiții și Perspective

În cazul Germaniei, în urmă cu câțiva ani, multe companii au început să folosească și termenul de **responsabilitate corporativă** (RC) ca sinonim pentru CSR.

Unii autori pun mai mult accent pe dimensiunea economică a sustenabilității, precum și pe problemele de guvernanță corporativă decât atunci când privesc RSC, alții preferă CR într-un efort de a evita confuzia.

Acest lucru se datorează faptului că în limba germană „social” în CSR este adesea înțeles greșit ca însemnând „sprijinirea celor dezavantajați social”, reducându-i în mod greșit sensul la un concept prea restrâns.

Prin urmare, companiile germane au folosit mai des termenul de responsabilitate corporativă decât CSR.



2. RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ (CSR)



Responsabilitatea socială corporativă (CSR) presupune că o afacere are o responsabilitate față de societatea care există în jurul ei (Harvard Business School, 2021).

Firmele care adoptă CSR sunt organizate într-o manieră care le dă putere să acționeze într-un mod responsabil din punct de vedere social pentru a avea un impact pozitiv asupra lumii.

Este o formă de autoreglare care poate fi exprimată în inițiative sau strategii, în funcție de obiectivele unei organizații.

Multe organizații comunică aceste eforturi părților interesate externe și interne prin rapoarte de responsabilitate socială corporativă.

2. RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ (CSR)



Trio-ul **profit, oameni, planetă** (profit, people, planet), cunoscut sub numele de „**trei P**”, este adesea folosit pentru a rezuma forța motrică din spatele acestui concept.

Profit

Oameni

Planetă



Prin concentrarea asupra celor **trei P** ale Responsabilității Sociale Corporative, companiile pot construi încredere, își pot consolida reputația și pot aduce avantaje societății, beneficiind în același timp de sprijinul unei baze de consumatori și investitori mai conștienți.

2. RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ (CSR)

Profit

În trecut, profitabilitatea era considerată singurul factor important în rezultatul final al unei companii, dar afacerile de astăzi au fost nevoite să-și extindă gândirea în acest sens.

Acest lucru se datorează faptului că lumea comercială de astăzi este interconectată și este important să ne gândim la profit ca la ceva care nu are legătură cu impactul social mai larg al acțiunii unei companii.



Oameni

Managerii de resurse umane ai companiilor sunt preocupați nu doar de a oferi o compensație adecvată angajaților săi, ci și de a crea un mediu de lucru sigur și plăcut și de a ajuta angajații să găsească valoare în munca lor.

După cum raportează Harvard Business School, companiile caută în mod activ modalități pozitive de a contribui la comunitate prin activități, cum ar fi contribuții caritabile, programe educaționale și angajare cu șanse egale.



Planetă

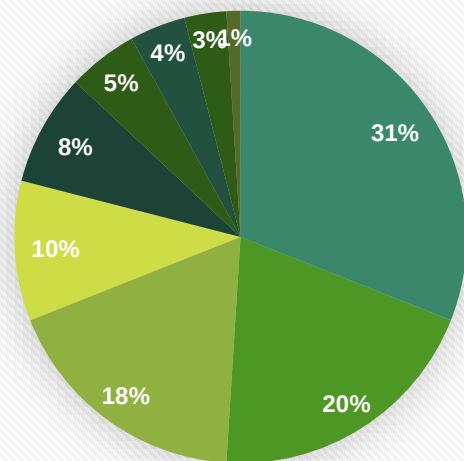
Companiile tind să evite activitățile ce dăunează mediului și caută modalități de a reduce orice impact negativ asupra ecosistemului. Acestea controlează consumul de energie și iau măsuri pentru a-și reduce emisiile de carbon.

Multe companii depășesc aceste măsuri de bază, profitând de alte mijloace de dezvoltare durabilă, cum ar fi utilizarea energiei eoliene. Multe dintre aceste practici cresc de fapt profitabilitatea unei companii, contribuind în același timp la sănătatea planetei noastre.



2. RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ (CSR)

Motivația către CSR a companiilor



- Suntem forțați de presiunea externă (media, guvern, etc)
- Contribuie la creșterea reputației companiei
- Este "la modă"
- Reprezintă avantajul nostru competitiv
- Suntem nevoiți prin prisma companiei mamă
- Este parte integrată a programului nostru de PR și marketing
- Atrage și menține angajați de calitate
- Companiile ce reprezintă competiția directă sunt angrenați în astfel de activități
- Implică deduceri de taxe

Cu toate că CSR ar trebui să reprezinte această acțiune voluntară orientată către atenuarea impactului negativ față de mediul înconjurător, precum și către conservarea resurselor existente, un studiu întreprins în 2008 arăta faptul că motivația companiilor nu este atât de pozitivă în acest sens.

Cu toate acestea, având în vedere faptul că în momentul de față există o tendință tot mai mare către sustenabilitate și un accent foarte mare alocat ariei de protejare a mediului și de consum sustenabil, este posibil ca perspectivele companiilor să fi suferit modificări.

Statistici la nivel național – 2021 vs 2020

Dinamica și perspectiva domeniului de CSR

Studiu despre percepțiile executivilor de top, managerilor și specialiștilor de CSR cu privire la evoluția, dinamica și provocările acestui domeniu în 2021 și 2020.



62% în 2021

61% în 2020

dintre companii definesc responsabilitatea socială ca etică în afaceri



55% în 2021

56% în 2020

dintre companii se implică în CSR deoarece face parte din strategia de relații publice



83% în 2021

73% în 2020

dintre companii au vizat sănătatea pentru intervenție, urmată de educație



38% în 2021

22% în 2020

dintre companii au avut numai 3-4 persoane (FTE) în echipa de CSR

Statistici la nivel național – 2022 vs 2021

Dinamica și perspectiva domeniului de CSR

Studiu despre percepțiile executivilor de top, managerilor și specialiștilor de CSR cu privire la evoluția, dinamica și provocările acestui domeniu în 2022 și 2021.



71% în 2022

68% în 2021

dintre companii definesc
responsabilitatea socială
ca implicarea în comunitate



65% în 2022

53% în 2021

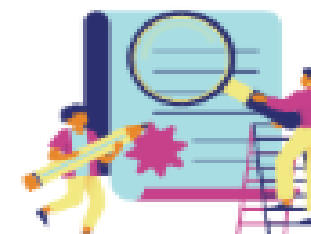
dintre companii se implică în
CSR deoarece face parte din
strategia de sustenabilitate



72% în 2022

54% în 2021

dintre companii au vizat
educația pentru intervenție,
urmată de domeniul sănătății



65% în 2022

48% în 2021

dintre companii au avut
numai 1-2 persoane (FTE)
în echipa de CSR

Statistici la nivel național

La nivel național a fost implementat CST Index ce ia în considerare cele mai importante referințe din domeniul CSR, precum:

- Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale ONU (ODD);
- Directiva 2014/95/UE,
- GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards);
- CDP (Carbon Disclosure Project);
- Dow Jones Sustainability Index;
- London Benchmarking Group (LBG) International – Measuring Community Investment.

Scorecard-ul CST index este folosit pentru a analiza nivelul de performanță și transparență privind sustenabilitatea și responsabilitatea corporativă în rândul companiilor care au peste 500 de angajați în România (> 750 de companii), dar și al companiilor care au sub 500 de angajați și care nu au obligativitate de a raporta, însă aleg să treacă prin acest proces.

CST Index conține 10 categorii și 70 de indicatori din arii precum Managementul sustenabilității, Impactul economic, Lanțul de aprovizionare, Impactul asupra mediului înconjurător, etc.



Statistici la nivel național

Rezultatele CST Index 2021:

Bronz:

Transeletrica: 68 puncte

Digi & RCS RDS: 74 puncte



Argint:

Romstal: 82 puncte

Greenpoint Management 84 puncte

Romgaz: 84 puncte



Aur:

Lidl Români: 85 puncte

Banca Transilvania: 86 puncte

Telekom România: 87 puncte

Cez România: 89 puncte

Raiffeisen Bank: 91 puncte

Antibiotice: 93 puncte

Heidelbergcement România: 94 puncte

Coca Cola HBC România: 99 puncte

Kaufland România: 99 puncte



2. RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ (CSR)

BENEFICII GENERALE

Inițiativele de responsabilitate corporativă oferă numeroase beneficii pentru afaceri.

Prin adoptarea unor practici de afaceri responsabile din punct de vedere social, companiile își pot îmbunătăți imaginea de marcă și reputația, poziționându-se ca entități responsabile din punct de vedere social, care prioritizează mai mult decât doar profiturile.



Activitățile de responsabilitate socială corporativă au potențialul de a stimula un sentiment de mândrie și scop în rândul angajaților, sporind angajamentul și moralul la locul de muncă, crescând în același timp loialitatea și încrederea clienților.

2. RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ (CSR)

BENEFICII ASUPRA MEDIULUI

Durabilitatea mediului este adesea în fruntea multor eforturi de CSR, deoarece întreprinderile recunosc nevoia urgentă de a aborda schimbările climatice și de a minimiza amprenta lor ecologică.



Strategiile de succes de responsabilitate socială corporativă implică de obicei:

- *Implementarea practicilor axate pe durabilitate, cum ar fi reducerea consumului de energie sau apă;*
- *Conservarea resurselor de apă;*
- *Promovarea reciclării și a reducerii deșeurilor.*

Companiile pot să investească în surse de energie regenerabilă și să implementeze practici verzi ale lanțului de aprovizionare pentru a minimiza impactul asupra mediului.

Statistici la nivel internațional

77%

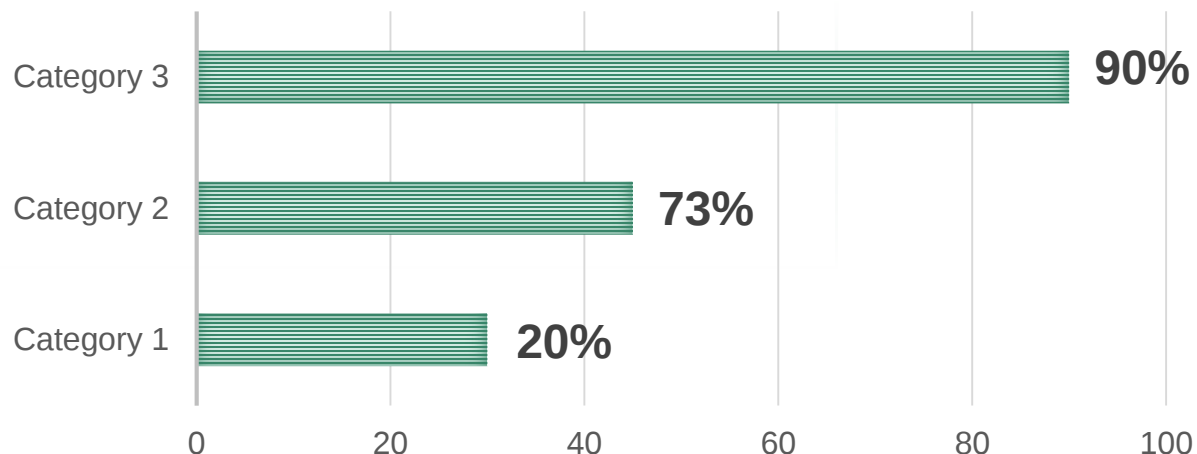
Dintre consumatorii de la nivel internațional indică faptul că se orientează către susținerea companiilor care se angajează să aibă un impact pozitiv asupra mediului și a societății.

Acest lucru se poate traduce și astfel: **3 din 4 consumatori** sunt preocupați de impactul mediului de afaceri și al corporațiilor asupra lumii.

Companii din S&P 500 ce au publicat rapoarte de CSR în 2019

Investitori ce iau în considerare inițiativele de CSR înainte de a investi

Companii din S&P 500 ce au publicat rapoarte de CSR în 2011



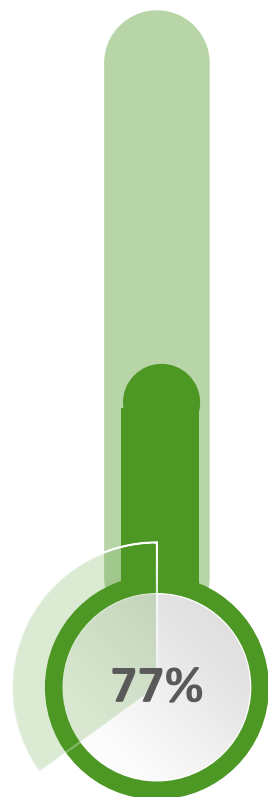
Statistici la nivel internațional

Statistici cheie care demonstrează impactul CSR

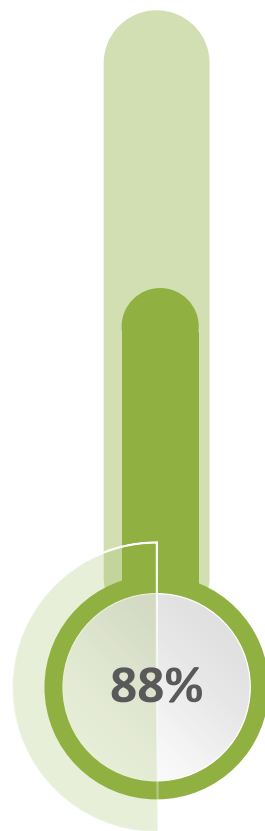
❖ Aceste fapte și cifre demonstrează efectele CSR atât asupra angajaților, cât și asupra consumatorilor:



Dintre angajați consideră că firmele ar trebui să aibă un obiectiv aliniat cu responsabilitatea socială.



Dintre consumatori tind să susțină companii care sunt responsabile social.



Dintre indivizi ar dori să afle mai multe despre inițiativele și acțiunile de CSR ale companiilor.



Ar cumpăra un produs ca să susțină o cauză nobilă.

3. PRINCIPALELE CONCEPTE IMPLICATE

Cu toate că acest subiect al responsabilității sociale, fie că este privit la nivel corporatist sau perceput la nivel general, implică o arie vastă de concepte și determină existența unor zone de impact, ce se diferențiază.

Acestea sunt după cum urmează:



SUSTENABILITATE

Există multe beneficii ale sustenabilității, atât pe termen scurt, cât și pe termen lung. Nu putem menține ecosistemele Pământului sau nu putem continua să funcționăm așa cum o facem dacă nu se fac alegeri mai durabile.

Dacă procesele dăunătoare sunt menținute fără nicio schimbare, este probabil să rămânem fără combustibili fosili, un număr imens de specii de animale să dispară, iar atmosfera va fi deteriorată iremediabil.

Aerul curat și condițiile atmosferice netoxice, creșterea resurselor pe care se poate baza și **calitatea și curățenia apei** sunt toate beneficiile sustenabilității.

DEZVOLTARE DURABILĂ

Presupune că resursele sunt limitate și ar trebui utilizate în mod conservator și cu atenție pentru a se asigura că există suficiente pentru generațiile viitoare, fără a scădea calitatea vieții actuale.

O societate durabilă trebuie să fie responsabilă din punct de vedere social, concentrându-se pe protecția mediului și pe echilibrul dinamic în sistemele umane și naturale.



3. PRINCIPALELE CONCEPTE IMPLICATE



RECICLARE

Reciclarea este procesul de colectare și procesare a materialelor care altfel ar fi aruncate și de a le transforma în produse noi.

Reciclarea poate aduce beneficii comunității, economiei și mediului.

EPA promovează ierarhia de gestionare a deșeurilor, care clasifică diverse strategii de gestionare a deșeurilor, de la cele mai preferate la cele mai puțin preferate din punct de vedere ecologic. Ierarhia acordă prioritate reducerii sursei și reutilizării deșeurilor în detrimentul reciclării.



LANȚ DE APROVIZIONARE CIRCULAR

Cuprinde **re-fabricarea** și contribuie la **includerea și diversitatea** părților interesate implicate în **crearea bunurilor de larg consum și înlocuirea articolelor deteriorate** pentru a obține **cel mai bun design de produs** atât pentru consumatori, cât și pentru organizație (Zhang et al., 2021).

3. PRINCIPALELE CONCEPTE IMPLICATE



Sustenabilitatea își are originea în economia resurselor naturale, dar de atunci a câștigat o monedă mai largă în ceea ce privește dezvoltarea durabilă și egalitatea socială.

Responsabilitatea socială corporativă sau CSR se referă de obicei la angajamentul unei companii de a practica durabilitatea socială și de mediu și de a fi buni administratori ai mediului și a peisajelor sociale în care își desfășoară activitatea.

Abordările privind sustenabilitatea și CSR variază în funcție de industrie și de modul în care o organizație individuală definește și îmbrățișează aceste idei.

Unele companii și economiști resping ideea de CSR deoarece implică o obligație față de societate și generațiile viitoare dincolo de cele cuprinse în cerințele legale obligatorii ale afacerilor.

Cu toate acestea, majoritatea companiilor îmbrățișează acum o anumită noțiune de CSR.



3. PRINCIPALELE CONCEPTE IMPLICATE



Unele companii investesc în CSR ca management al reputației sau pentru a susține profitabilitatea unei companii, iar altele investesc în CSR dintr-un sentiment de obligație morală față de societate.

Aceste resurse se concentrează pe durabilitate și CSR , mai ales în ceea ce privește obligația morală.

Acestea oferă o perspectivă asupra conceptelor etice relevante pentru sustenabilitatea economică, sustenabilitatea mediului și echitatea socială.

Printre altele, resursele descriu modul în care companiile pot determina:

- ce factori să favorizeze în deciziile etice;
- impactul factorilor intangibili în dilemele etice;
- cele mai bune practici pentru dezvoltarea culturii etice în organizații.

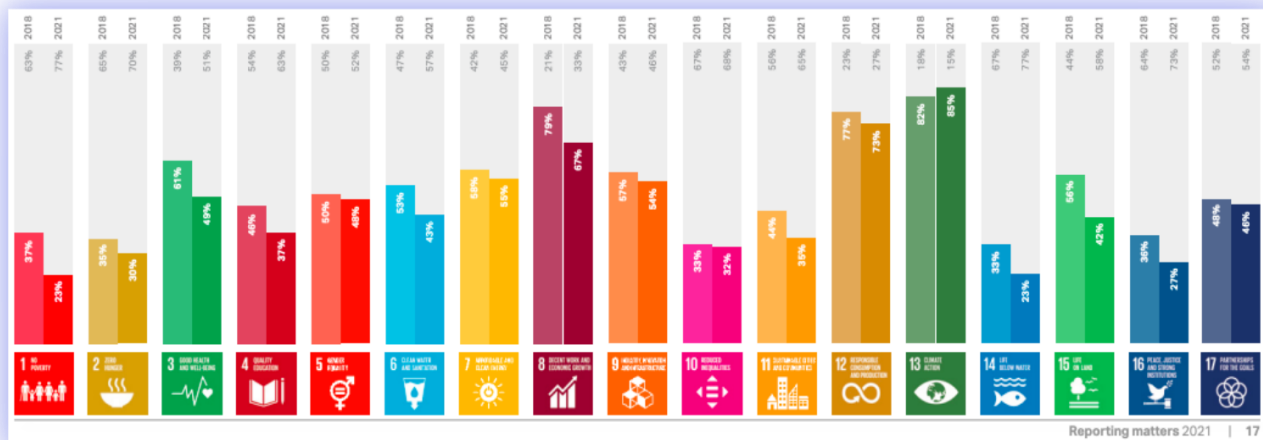


3. PRINCIPALELE CONCEPTE IMPLICATE



Potrivit ediției din 2021 a Reporting Matters, publicată în fiecare an de Consiliul Mondial de Afaceri pentru Dezvoltare Durabilă (WBCSD), **90%** dintre cele 168 de companii globale și membri WBCSD au recunoscut într-un fel ODD-urile în raportarea lor de sustenabilitate corporativă.

- **35%** dintre ei acordă prioritate 5 până la 8 ODD, iar 10% fac referire la 12 sau mai multe obiective ODD



- Obiectivele la care se face referire cel mai frecvent sunt:
 - ODD 14: Acțiune pentru climă (**85%**);
 - ODD 12: Orașe și comunități durabile (**73%**)
 - ODD 8: Muncă decentă și creștere economică (**67%**).

ODD 1: Fără sărăcie (**23%**), ODD 15: Viața sub apă (**23%**) și ODD 2: Foame Zero (**30%**) sunt cel mai puțin probabil să fie prioritizate.

Sursa: WBCSD, 2024. The building blocks of transformation [online] Disponibil la: <https://www.wbcd.org/>

<https://www.apiday.com/blog-posts/all-sdgs-sustainable-development-goals-most-recent-developments>

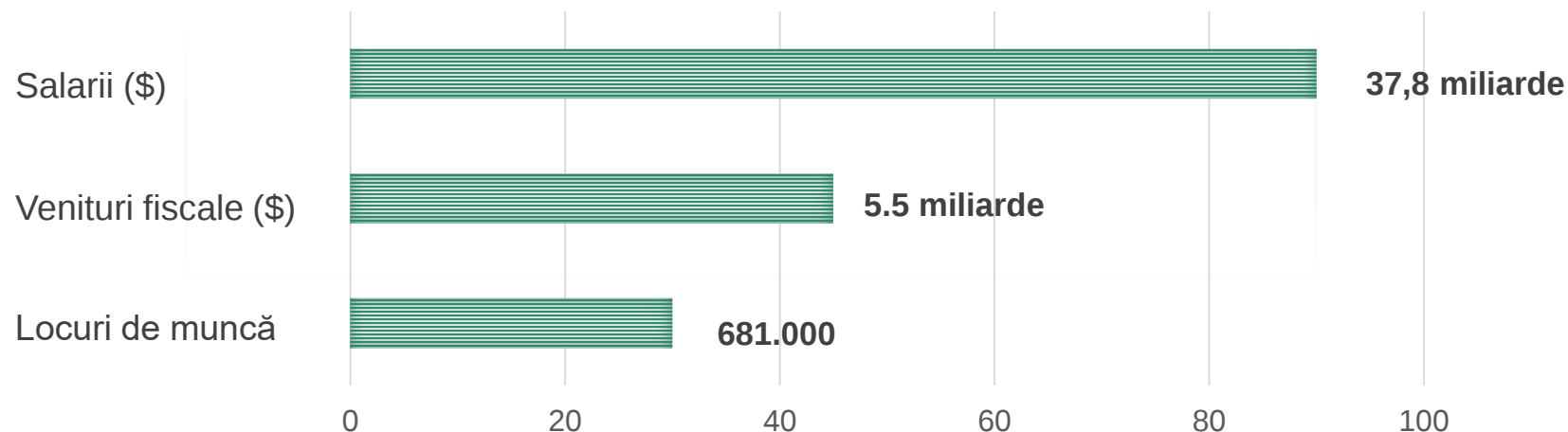


Statistici la nivel internațional

Aceasta echivalează cu **1,17 locuri de muncă** la 1.000 de tone de materiale reciclate și **65,23 USD** în salarii și **9,42 USD** în venituri fiscale pentru fiecare tonă de materiale reciclate.

EPA (Agenția de Protecție a Mediului Înconjurător din SUA) a publicat constatări semnificative cu privire la beneficiile economice ale industriei de reciclare cu o actualizare a studiului național privind informațiile economice privind reciclarea (REI) în 2020.

Acest studiu analizează numărul de locuri de muncă, salarii și venituri fiscale atribuite reciclării și a constatat că într-un singur an, activitățile de reciclare și reutilizare din Statele Unite au reprezentat:



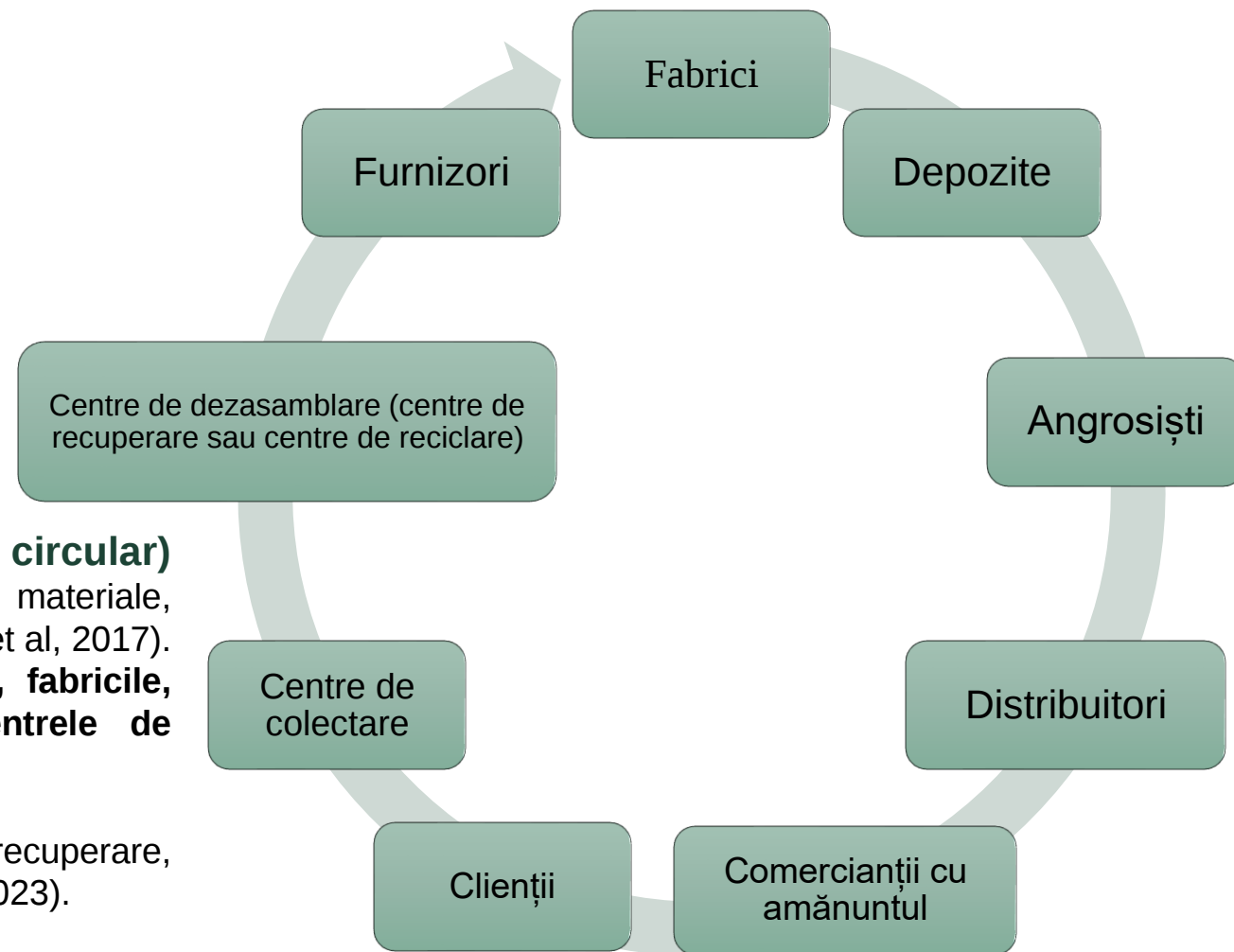
3. PRINCIPALELE CONCEPTE IMPLICATE



Sistemul în buclă închisă (Lanțul de aprovizionare circular) poate fi aplicat zonei de inventar și procese precum fluxurile de materiale, fluxurile de produse finite și fluxurile de articole uzate (Dwicahtani et al, 2017). Entitățile implicate în sistemul în buclă închisă sunt **furnizorii, fabricile, depozitele, angrosiștii, distribuitorii, retailerii, clienții, centrele de colectare și centrele de dezasamblare**.

Din aceste centre, ambalajul poate fi direcționat către centrele de recuperare, reciclare sau eliminare, în funcție de starea lor finală (Gopal et al, 2023).

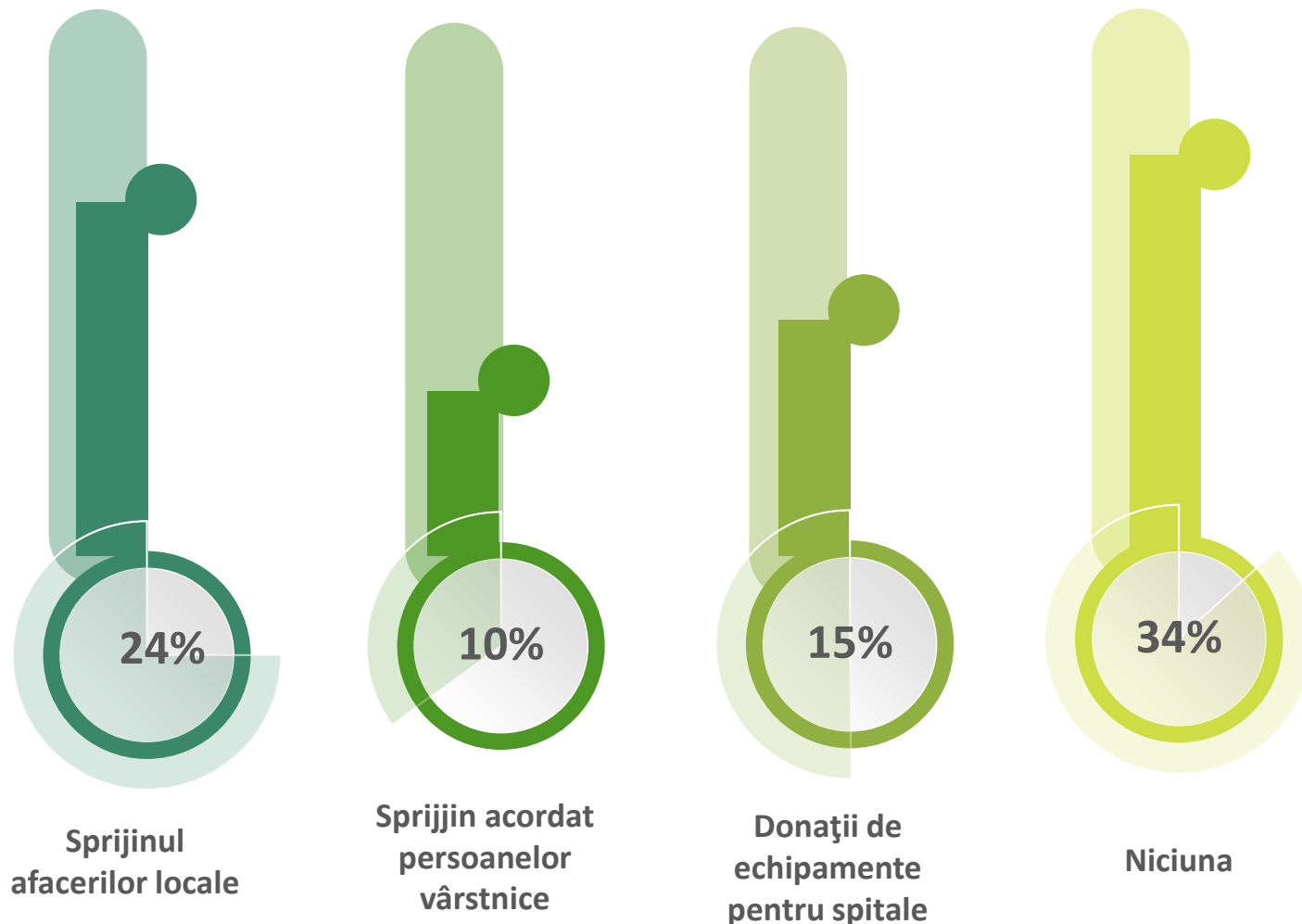
Una dintre cele mai importante valori aduse de acest tip de lanț de aprovizionare vine din capacitatea sa de a spori inovația și de a contribui la reputația mărcii (Gopal et al, 2023).



Sursa: Prelucrare proprie

4. PRINCIPALELE ARII DE INTERES – IMPACTUL COVID (Exemplul Poloniei)

Inițiative de responsabilitate socială corporativă (CSR) întreprinse de companiile de publicitate în comunicare online ca răspuns la pandemia de coronavirus (COVID-19) din Polonia în 2020 (Sas, 2024).



Context

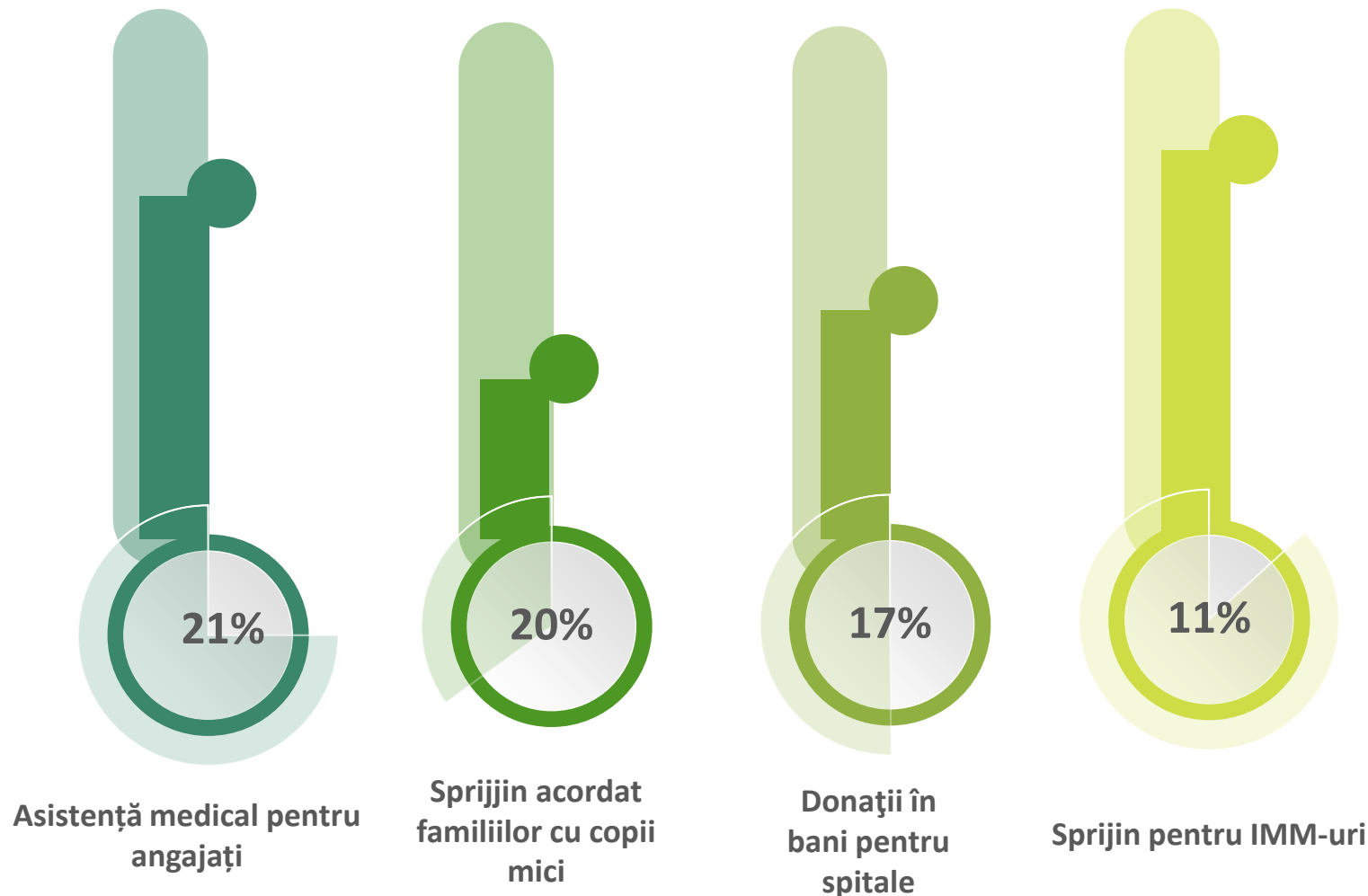
În 2020, inițiativele CSR au fost întreprinse de companii din sectorul publicității de comunicare online din Polonia, ca răspuns la pandemia de coronavirus (COVID-19).

Statistici

❖ 24% dintre companii au sprijinit afacerile locale, iar 21% au sprijinit lucrătorii din domeniul sănătății. Mai mult, 44% dintre companii au ajutat familiile cu copii mici.

4. PRINCIPALELE ARII DE INTERES – IMPACTUL COVID (Exemplul Poloniei)

Inițiative de responsabilitate socială corporativă (CSR) întreprinse de companiile de publicitate în comunicare online ca răspuns la pandemia de coronavirus (COVID-19) din Polonia în 2020 (Sas, 2024).



Context

În 2020, inițiativele CSR au fost întreprinse de companii din sectorul publicității de comunicare online din Polonia, ca răspuns la pandemia de coronavirus (COVID-19).

Statistici

- ❖ 24% dintre companii au sprijinit afacerile locale, iar 21% au sprijinit lucrătorii din domeniul sănătății. Mai mult, 44% dintre companii au ajutat familiile cu copii mici.

5. BUNE PRACTICI ÎN ARIA RESPONSABILITĂȚII SOCIALE

Conform unui studiu întreprins de către Muslim și Pelu (2023), bunele practici în domeniul responsabilității sociale corporative includ următoarele aspecte:

- *Inițiative semnificative de mediu*, cum ar fi reducerea emisiilor de carbon și promovarea aprovizionării durabile.
- *Practicile etice de muncă* – asigurarea salariilor echitabile și a condițiilor de muncă sigure.
- *Inițiativele de implicare a comunității*, exemplu: programele *Microsoft YouthSpark* și *Coca-Cola 5by20*, demonstrează contribuții substanțiale la dezvoltarea educațională și economică.
- *Guvernarea transparentă*, așa cum este practică de companii precum *Nestlé* și *Procter & Gamble*, construiește încrederea și responsabilitatea părților interesate.
- *Analiza comparativă subliniază strategiile de CSR specifice industriei*, companiile tehnologice concentrându-se pe incluziunea digitală, iar companiile de bunuri de consum punând accent pe durabilitate.





RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ



Agendă



1

Principalele firme din prisma practicilor CSR la nivel internațional

2

Metode de cuantificare a activităților de CSR

3

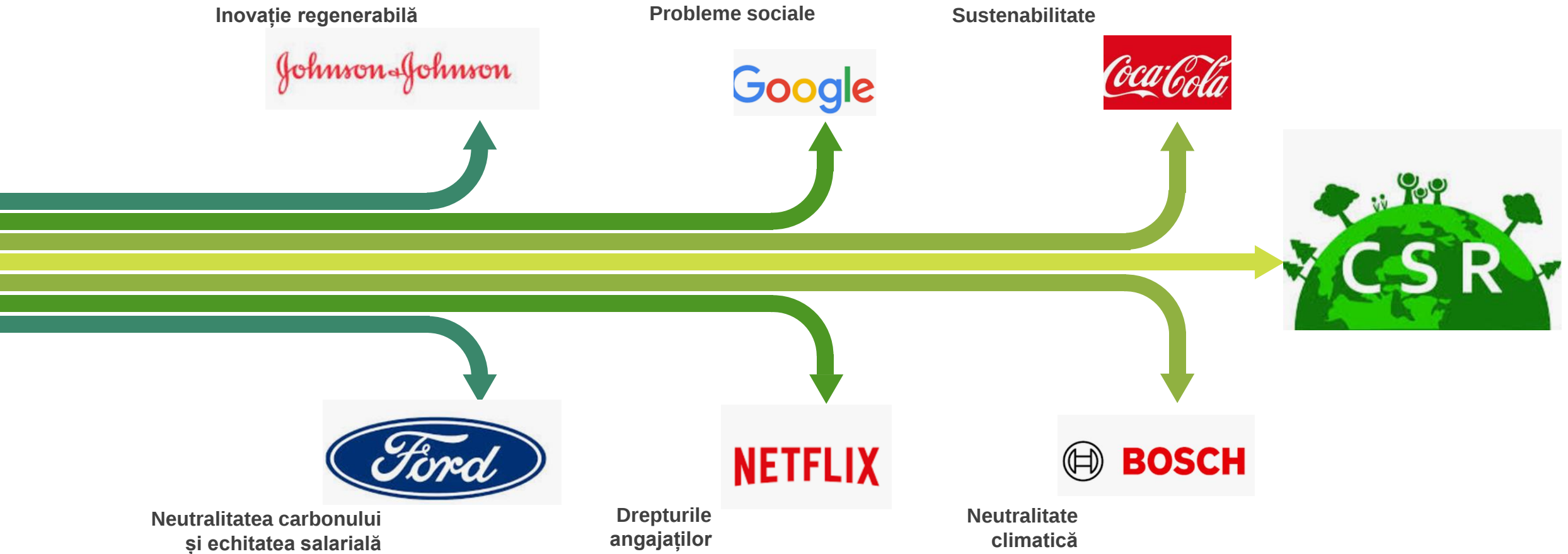
Implicațiile activităților de CSR și impactul asupra dezvoltării durabile

4

Actualele limitări și problematice ale acțiunilor de CSR

1. Principalele firme din prisma practicilor CSR la nivel internațional

Nivel național



1. Principalele firme din prisma practicilor CSR la nivel internațional

Un exemplu important de CSR în prima linie este marele pionier din domeniul farmaceutic Johnson & Johnson.

Ei s-au concentrat pe reducerea impactului lor asupra planetei timp de trei decenii. Inițiativele lor variază de la valorificarea puterii vântului până la furnizarea de apă sigură comunităților din întreaga lume.

Achiziționarea unui furnizor de energie privat din Texas Panhandle a permis companiei să reducă poluarea, oferind în același timp o alternativă regenerabilă și economică la electricitate.

Compania continuă să caute opțiuni de energie regenerabilă cu scopul de a avea 100% din necesarul de energie din surse regenerabile până în 2025.

Johnson & Johnson

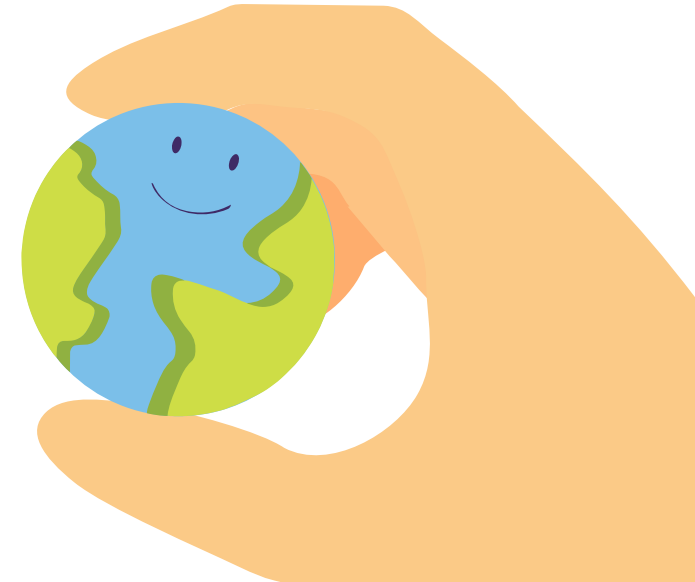


1. Principalele firme din prisma practicilor CSR la nivel internațional

Google este de încredere nu numai pentru inițiativele sale ecologice, ci și datorită CEO-ului său, Sundar Pichai. Acesta se ridică împotriva problemelor sociale și a impactului inteligenței artificiale în societate în ceea ce privește dezinformarea și știrile false.

De asemenea, Google finanțează inițiative pentru a stimula incluziunea atât în companie, cât și în societate în domeniile:

- Echitatea rasială
- Includerea handicapului
- Egalitatea de gen
- Incluziunea LGBTQ+
- Includerea veteranilor



1. Principalele firme din prisma practicilor CSR la nivel internațional

Ca marcă, Coca-Cola pune un accent deosebit pe durabilitate. Domeniile cheie sunt clima, ambalarea și agricultura, împreună cu gestionarea apei și calitatea produselor.

Mesajul lor „o lume fără deșeurî” are scopul de a colecta și recicla fiecare sticlă, făcând ambalajele lor 100% reciclabile și înlocuind toată apa folosită la crearea băuturilor, înapoi în mediu pentru a asigura securitatea apei.

Compania își propune ca până în 2030 să-și reducă amprenta de carbon cu 25%.

Cu câțiva ani în urmă, Coca-Cola a dezvăluit prima sa sticlă realizată din plastic 100% vegetal: „Scopul nostru este să dezvoltăm soluții durabile pentru întreaga industrie. Ne dorim ca alte companii să ni se alăture și să avanseze, în mod colectiv. Nu vedem conținutul regenerabil sau reciclat drept domenii în care dorim un avantaj competitiv”, a declarat Dana Breed, director global de cercetare și dezvoltare, Ambalare și durabilitate, The Coca-Cola Company.



1. Principalele firme din prisma practicilor CSR la nivel internațional

Ford are planuri uriașe în domeniul CSR.

Misiunea lor este de a „*construi o lume mai bună, în care fiecare să fie liber să se miște și să-și urmeze visele*”. Au crescut investițiile în electrificare la 22 de miliarde de dolari (de la 11 miliarde de dolari inițial) și urmăresc ca vehiculele lor să fie neutre din punct de vedere al emisiilor de carbon până în 2050.

„*Ne angajăm pentru neutralitatea carbonului*”, a declarat Bob Holycross, VP Ford, Chief Sustainability, Environment & Safety Officer. „*Este lucrul potrivit pentru clienții noștri, planetă și Ford. Nouăzeci și cinci la sută din emisiile noastre de carbon astăzi provin de la vehiculele, operațiunile și furnizorii noștri și abordăm toate cele trei domenii cu urgență și optimism.*”

Totodată, compania se concentrează și pe echitatea salarială. Ei efectuează un audit privind diversitatea, echitatea și incluziunea, în timp ce introduc un raport global de salarizare a salariilor (inclusiv sexul) pentru a asigura condiții echitabile pentru toți angajații.



1. Principalele firme din prisma practicilor CSR la nivel internațional

Din punct de vedere social, companii precum Netflix și Spotify oferă beneficii pentru a-și susține angajații și familiile.

Netflix oferă 52 de săptămâni de concediu pentru creșterea copilului plătit părintelui natural și părintelui non-naștere (care include copiii adoptați).

Aceasta poate fi luată în orice moment, indiferent dacă este primul an de viață al copilului sau un alt moment care se potrivește nevoilor acestuia. Aceasta se compară cu o medie de 18 săptămâni la alte companii tehnologice importante.



NETFLIX

1. Principalele firme din prisma practicilor CSR la nivel internațional

Bosch și-a stabilit obiective ambițioase pentru protejarea mediului, cu scopul de a reduce amprenta ecologică a acestora prin acțiuni climatice, utilizarea apei și o economie circulară.

Această ambiție a dat roade și a deschis calea pentru alte companii globale, deoarece 400 dintre locațiile sale sunt acum neutre din punct de vedere climatic.

Compania dorește acum să reducă emisiile din amonte (bunuri și servicii achiziționate) și din aval (utilizarea produselor) cu 15% în 2030.

„După ce ne-am atins obiectivele inițiale pentru domeniile 1 și 2, acum abordăm emisiile din domeniul de aplicare 3 cu același grad de rigoare – stabilind obiective și repere specifice pentru următorii ani.” - Torsten Kallweit, șeful EHS și sustenabilitate.



2. Metode de cuantificare a activităților de CSR

Conform Harvard Business School (2021), există o serie de exemple referitoare la ceea ce înseamnă *responsabil social*, în funcție de organizație. Firmele sunt adesea ghidate de un concept cunoscut sub numele de linia de bază triplă, care dictează că o afacere ar trebui să se angajeze să-și măsoare impactul social și de mediu, eforturile de sustenabilitate și profiturile.

Metode comune

Metodele obișnuite de măsurare a impactului CSR includ metrice cantitativi (reducerea amprente de carbon, numărul de beneficiari în programele comunitare etc.), evaluări calitative (sondaje și interviuri cu părțile interesate) și compararea cu standardele sau cadrele CSR stabilite.

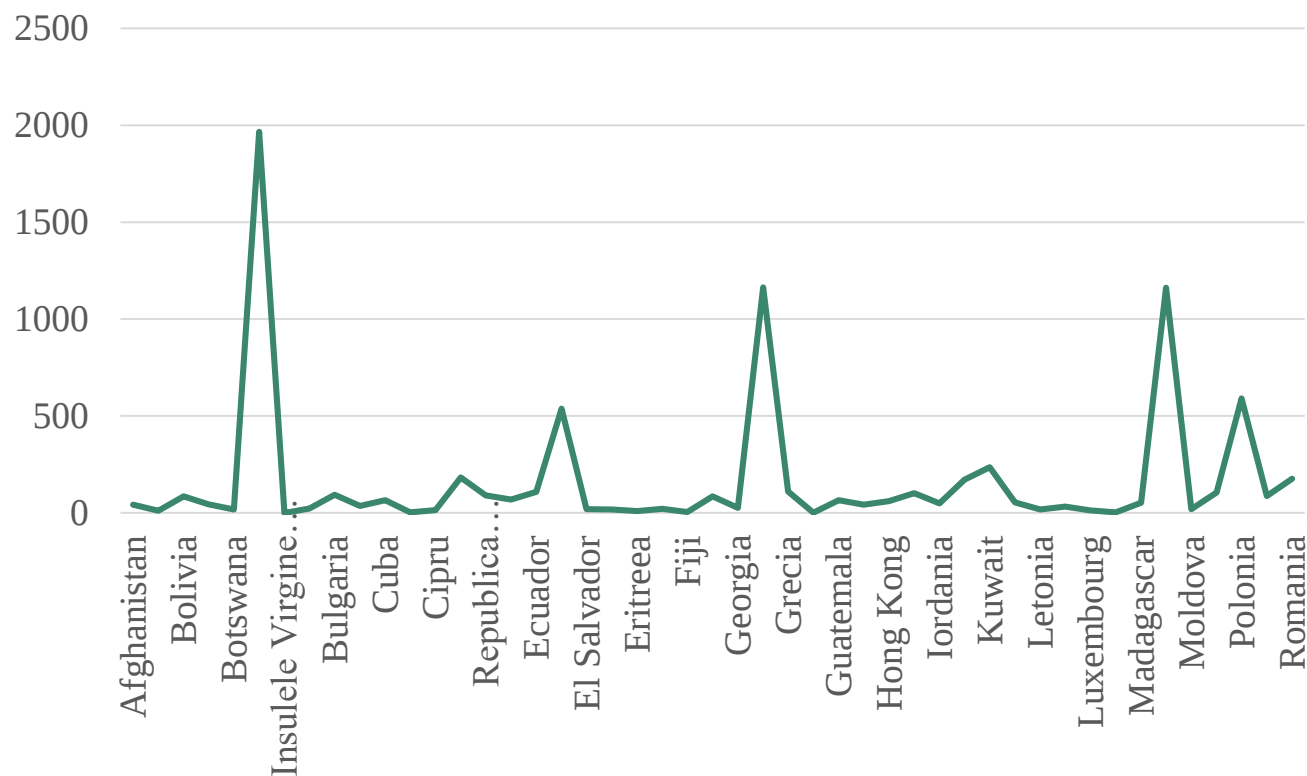
Indicatori adiționali corelați cu dezvoltarea durabilă

Abordând suubiectul CSR din perspectiva impactului pe care inițiativele sau activitățile de acest tip îl pot avea asupra dezvoltării durabile sau sustenabile, este posibil ca prin utilizarea unor indicatori prezenți pe site-urile de specialitate (precum Eurostat), să se analizeze impactul responsabilității sociale corporative asupra mediului.



2. Metode de cuantificare a activităților de CSR

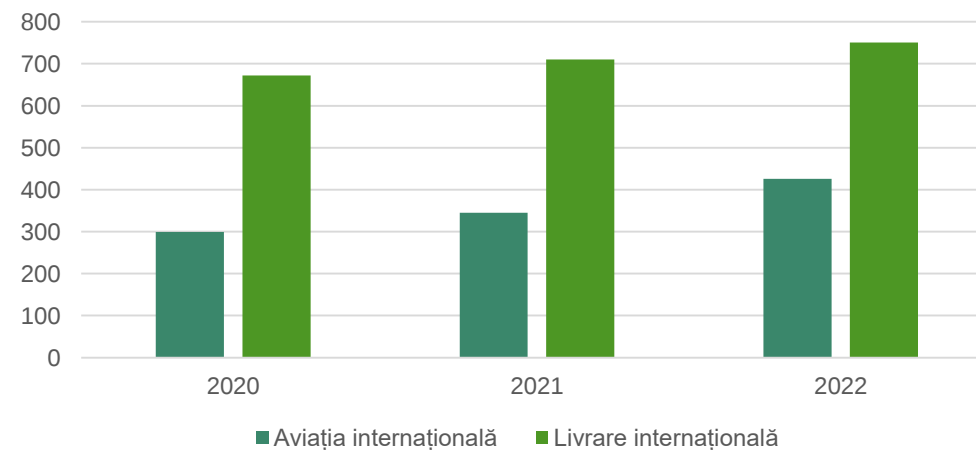
Emisiile de carbon în perioada 2020-2022 (Mton CO₂eq)



Sursa: Comisia Europeană, 2023. CO₂ emissions of all world countries [online] Disponibil la: https://edgar.jrc.ec.europa.eu/report_2022

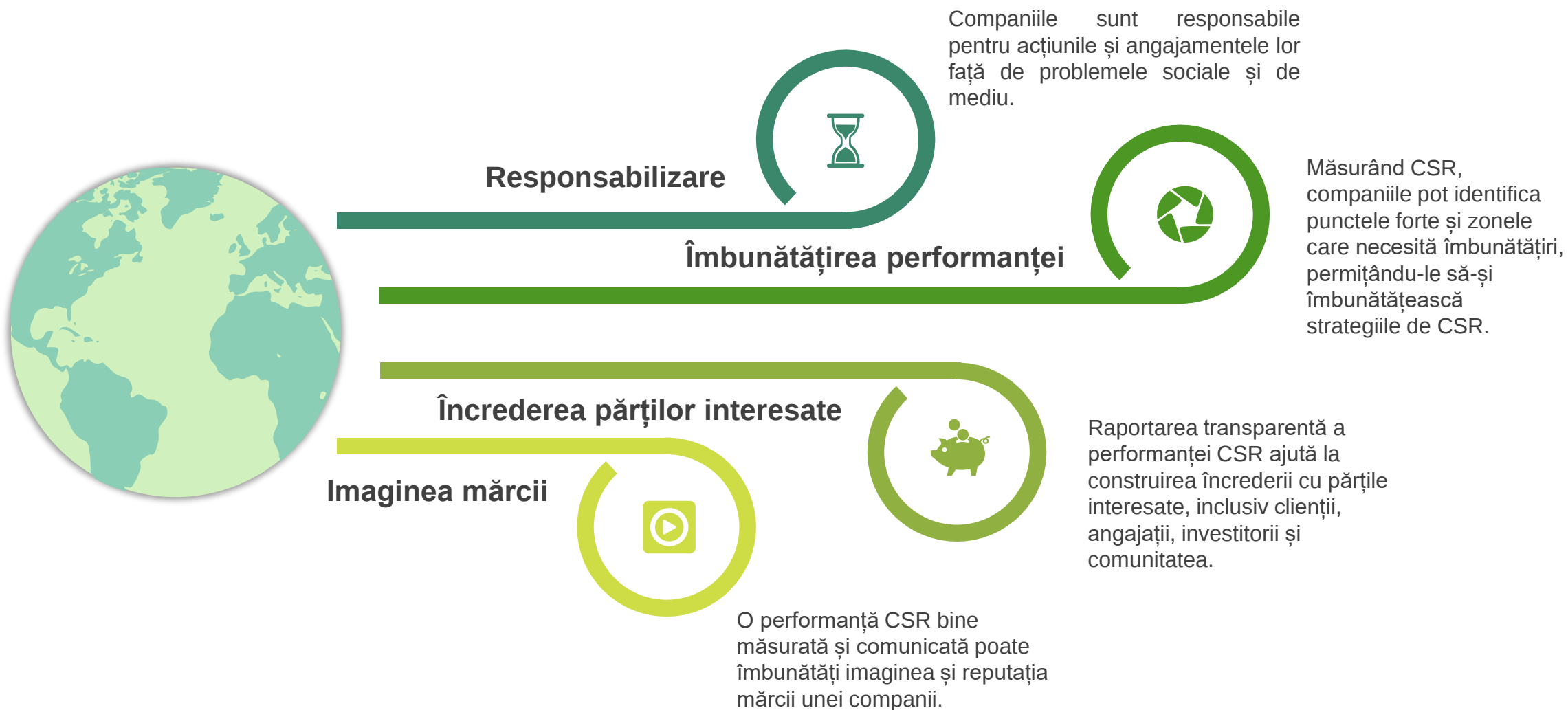
Amprenta de carbon reprezintă una dintre principalele metode de cuantificare a activităților de CSR. În acest sens companiile pot măsura și reduce emisiile de gaze cu efect de seră pentru a atenua schimbările climatice.

Emisiile de carbon ale principalelor sectoare de activitate la nivel internațional 2020-2022 (Mton CO₂eq)



Sursa: Comisia Europeană, 2023. CO₂ emissions of all world countries [online] Disponibil la: https://edgar.jrc.ec.europa.eu/report_2022

Importanța cuantificării CSR



3. IMPLICAȚIILE ACTIVITĂȚILOR DE CSR ȘI IMPACTUL ASUPRA DEZVOLTARII DURABILE



Legătura dintre dezvoltarea durabilă și responsabilitate socială este determinată de natura acțiunilor și scopul final al acestora ce vizează în principal bunăstarea mediului înconjurător, a populației și a comunităților prin conservarea resurselor existente și promovarea consumului sustenabil.

Din prisma aspectelor teoretice, se remarcă existența unei game vaste de cercetări de natură să confirme impactul CSR asupra Dezvoltării durabile (exemplu: Mamo et al, 2024; Kirchherr, Reike, Hekkert, 2017; Alves, 2024), însă acest domeniu implică totodată existența unor posibilități de dezvoltare și observare adițională.

EUROSTAT ȘI CUANTIFICAREA ODD-URILOR

Exemplul indicatorilor selectați și prezentați pe site-ul Eurostat în vederea cuantificării ODD 11

Goal 11 - Sustainable cities and communities (sdg_11)

- Severe housing deprivation rate by poverty status (sdg_11_11)
- Population living in households considering that they suffer from noise, by poverty status (sdg_11_20)
- Soil sealing index (sdg_11_32)
- Road traffic deaths, by type of roads (sdg_11_40)
- Premature deaths due to exposure to fine particulate matter (PM2.5) (sdg_11_52)
- Recycling rate of municipal waste (sdg_11_60)
- Population connected to at least secondary wastewater treatment (sdg_06_20)
- Share of buses and trains in inland passenger transport (sdg_09_50)
- Population reporting occurrence of crime, violence or vandalism in their area by poverty status (sdg_16_20)

Sursa: Eurostat, 2024. Database [online] Disponibil la:
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/data/database>

Evaluări anuale - Eurostat

Evaluările anuale ale setului de indicatori pentru ODD al UE servesc pentru a asigura o relevanță continuă a politicii și pentru a îmbunătăți calitatea statistică.

Cuantificarea fiecărui ODD

Fiecărui obiectiv al Dezvoltării Durabile îi sunt atribuiți o serie de indicatori în baza de date Eurostat, ceea ce îi face mai ușor de cuantificat.

Acest lucru permite întreprinderea unor analize de impact și cauzalitate între diferite variabile.





4. ACTUALELE LIMITĂRI ȘI PROBLEMATICI ALE ACȚIUNILOR DE CSR

Credibilitatea rapoartelor CSR

În cadrul cercetării întreprinse de către Lock și Seele **credibilitatea** (sau lipsa acesteia) s-a dovedit a fi cea mai mare problematică a rapoartelor de CSR de la nivelul companiilor europene.

Lipsa standardizării

În lipsa unui format standard al rapoartelor de CSR, acestea pot fi greu de citit și de înțeles pentru auditorii externi.

Cuantificarea

Lipsa unor indicatori standardizați la nivelul UE (dar nu numai) care să măsoare tendința către îndeplinirea ODD-urilor prin intermediul CSR.

Dependența de resursele financiare

Cu toate că există studii care infirmă existența unei corelații directe între performanțele financiare ale companiilor și inițiativele de CSR (Hojer și Mataigne , 2024), Mucko (2021) susține că acele companii ce au o performanță financiară pozitivă tind să fie mai conștiente de necesitatea inițiativelor de CSR.



RESPONSABILITATEA SOCIALĂ ÎN MÂINILE NOASTRE



Agendă



1

Modalități de promovare a responsabilității sociale

2

Construirea unui viitor sustenabil

3

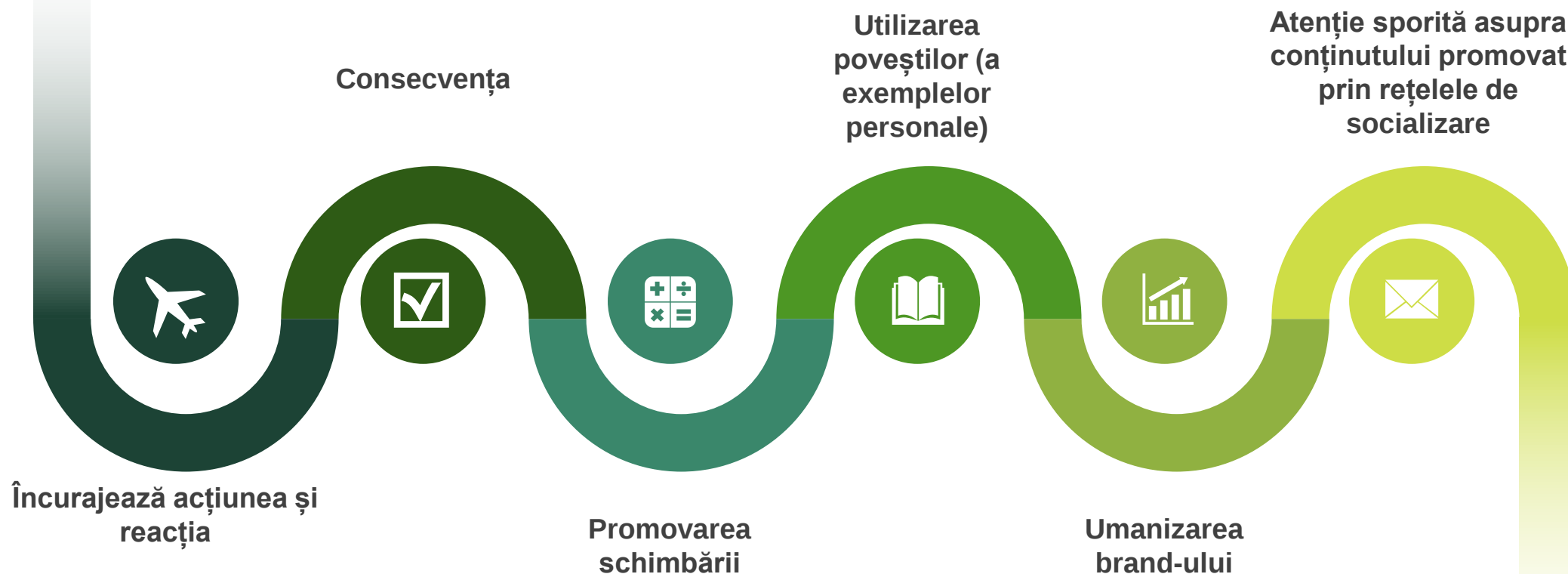
Aplicații

4

Jocuri interactive

1. MODALITĂȚI DE PROMOVARE A RESPONSABILITĂȚII SOCIALE

„70% dintre consumatori doresc să știe ce fac mărcile pe care le susțin pentru a aborda problemele sociale și de mediu și 46% acordă o atenție deosebită eforturilor de responsabilitate socială ale mărcii atunci când cumpără un produs” (Business Wire, 2019)



Exemplu

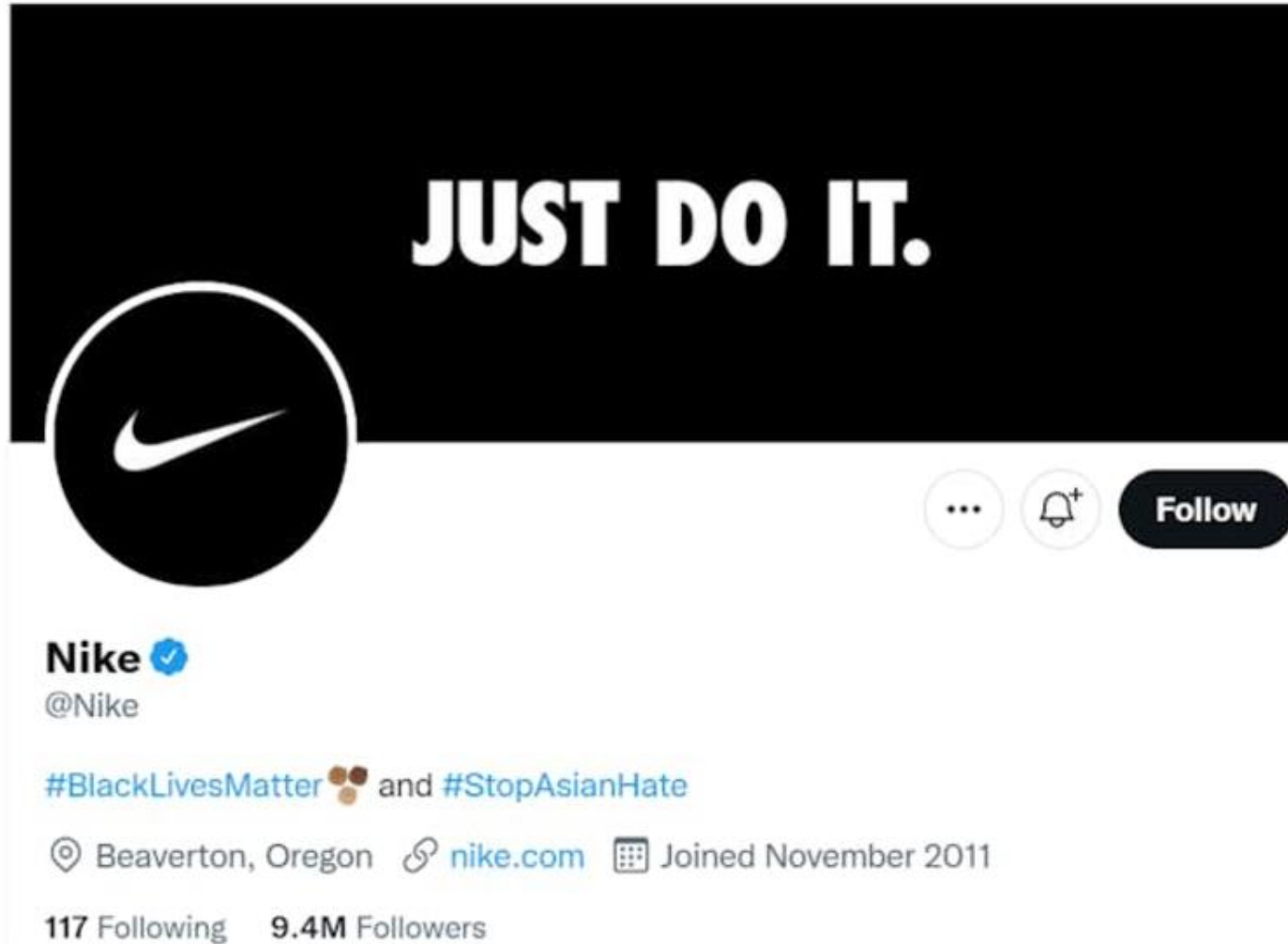
Încurajarea acțiunii și a reacției consumatorilor cu privire la o inițiativă de CSR



Sursa: O'Brien (2022). 8 Ways To Promote Corporate Social Responsibility On Social Media [online] Disponibil la: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/8-ways-to-promote-corporate-social-responsibility-on-social-media>

Exemplu

Consistența mesajelor promovate și a accentului orientat către susținerea și promovarea drepturilor omului și luptei împotriva discriminării de rasă. În același timp, conținutul din rețelele sociale este divers și captivant.



Sursa: O'Brien (2022). 8 Ways To Promote Corporate Social Responsibility On Social Media [online] Disponibil la: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/8-ways-to-promote-corporate-social-responsibility-on-social-media>

Exemplu



...

Diageo statement on social media advertising pause.

Diageo strives to promote inclusion and diversity, including through our marketing campaigns. From 1 July we will pause all paid advertising globally on major social media platforms. We will continue to discuss with media partners how they will deal with unacceptable content.

DIAGEO

În 2020, o mișcare #StopHateforProfit a fost lansată de grupurile de justiție socială care îndeamnă companiile să boicoteze Facebook (și alte canale de social media) timp de o lună din cauza inacțiunii sale asupra discursului instigator la ură și a dezinformării.

La început, multe dintre companiile care au participat au fost mici, dar s-au înscris și mărci mai mari, cum ar fi BestBuy, North Face, Diageo, Walgreens și Adidas.

Acest boicot a transmis un mesaj și a dus la Meta implementarea mai multor acțiuni, inclusiv angajarea primului vicepreședinte al drepturilor civile și instruirea angajaților în domeniul drepturilor civile.

Sursa: O'Brien (2022). 8 Ways To Promote Corporate Social Responsibility On Social Media [online] Disponibil la:

<https://digitalmarketinginstitute.com/blog/8-ways-to-promote-corporate-social-responsibility-on-social-media>

A large, stylized hand is shown against a background of a blue sky with white clouds. The hand is composed of a green palm and fingers, with a world map texture overlaid. The map shows continents in various colors (green for land, blue for water) and labels for major countries like CANADA, UNITED STATES, MEXICO, BRAZIL, PERU, CHINA, and others. The hand is positioned as if holding the world.

Cele mai sustenabile orașe din lume:

Oslo, Stockholm, Tokyo, Copenhaga, Berlin,
Londra, Seattle, Paris, San Fransisco,
Amsterdam

Caracteristici ale orașelor durabile

- ✓ Accesul la resurse publice
- ✓ Transport
- ✓ Spații publice verzi
- ✓ Arhitectura verde
- ✓ Conservarea apei
- ✓ Gestionarea deșeurilor

2. CONSTRUIREA UNUI VIITOR SUSTENABIL

Gestionarea deșeurilor Reciclarea –SGR

Conform unui raport publicat în data de 11 Noiembrie 2024, rata de reciclare a ambalajelor prin intermediul programului SGR a fost de peste 82%.

Acțiunea de reciclare întreprinsă prin intermediul programului a determinat ca România să fie utilizată drept exemplu la nivel european în acest sens, conform spuselor ministrului de Mediu Mircea Fechet.

De asemenea, o dată cu noua inițiativă de reciclare se întrevide și generarea unor posibile locuri de muncă, întrucât anumite companii se orientează către colectarea ambalajelor sau către curățarea profesională a aparatelor de reciclat.



3. APLICAȚII



3.1. Întreprinderea unui proiect comunitar care să se afle în corelație directă cu unul sau mai multe Obiective ale Dezvoltării Durabile

Studentii vor lucra în echipe de maxim 5 persoane și vor crea un proiect de responsabilitate socială (CSR). Vor puncta următoarele aspecte:

- Prezentarea companiei alese;
- Prezentarea problematicii alese;
- Stabilirea obiectivelor;
- Punctarea ODD-urilor aflate în corelație directă cu problematica;
- Detalierea programului și a inițiativelor de CSR propuse;
- Întreprinderea unui plan financiar;
- Stabilirea unor modalități de cuantificare a rezultatelor.

3. APLICAȚII



3.2. Proiect de cercetare

Studentii vor lucra în echipe de maximum 7 persoane și vor realiza un studiu în vederea evaluării necesităților comunității din prisma transportului sustenabil.

Cercetarea va cuprinde un sondaj și va include totodată propunerea unor soluții viabile.



4. JOCURI INTERACTIVE ÎN VEDEREA APLICĂRII CONCEPTELOR DE RESPONSABILITATE SOCIALĂ ÎN CONTEXTUL DEZVOLTĂRII SUSTENABILE

4.1 Resursele planetei

Studentii vor lucra în echipe de maxim 10 persoane și vor primi resurse limitate (apă, energie, minereuri, materii prime – critice sau nu, etc).

Fiecare echipă reprezintă o anumită țară și în funcție de necesitățile lor de dezvoltare (o anumită țară necesită dezvoltare pe partea de infrastructură, alta pe partea de urbanizare), vor analiza modalitatea optimă de gestionare a resurselor pe termen lung.



Notă:

În cazul în care o anumită țară are nevoie de resurse adiționale, aceasta poate negocia cu celelalte țări în vederea încheierii unui acord. În acest sens, studenții vor putea aplica și cunoștințele pe care le dețin în domeniul negocierii.

Studenții sunt invitați să coreleze acțiunile lor și modalitatea de gestionare cu ODD-urile existente.

4.2 Criza enegetică



Context: România și UE sunt în criză energetică, din pricina războiului din Ucraina, care a afectat fluxul resurselor energetice dinspre Est către Vest, cu efect major asupra creșterii prețurilor, iar singura soluție de a ieși de aici este de a continua Green Deal-ul.

Cerințe: Studenții sunt împărțiți în grupe de către maximum 5 persoane. Aceștia sunt invitați să analizeze problemele energetice cu care se confruntă România în contextul prezentat anterior prin analiza datelor prezente în mediul online. Ulterior, aceștia trebuie să colaboreze astfel încât să identifice cele mai potrivite soluții în vederea depășirii acestei crize energetice

Notă: Punctarea corelării cu dezvoltarea durabilă reprezintă un aspect important și necesar.

4.3 Propunerea unor scenarii eco pentru comunități sustenabile

Studentii vor lucra în echipe de maximum 10 persoane.

Aceștia vor aborda o temă/problematică per echipa care să vizeze o situație specifică pe care au identificat-o în cadrul comunității lor de natură să cauzeze mediului înconjurător (sau nealiniată cu ODD-urile).

Problematica va fi prezentată, descrisă și caracterizată, putând fi susținută și de câteva date statistice din mediul online. Ulterior, studenții vor veni cu propuneri în vederea îmbunătățirii și chiar rezvolării arieri de interes.

Soluțiile propuse trebuie să includă bugete potențiale, o perioadă de timp alocată, resursele necesare și eventualele sponsorizări pe care le au în vedere.



4.4 Sustenabilitatea în viața de zi cu zi



Fii parte din schimbare!

Studentii vor lucra în echipe de maximum 10 persoane.

Aceștia vor avea ca obiectiv principal identificarea și documentarea practicilor de sustenabilitate și responsabilitate socială existente la nivelul universității. Aceste practici pot fi implementate atât de către studenți, cât și de către conducerea universității.

În baza informațiilor obținute, studenții vor realiza o prezentare. Datele de natură cantitativă reprezintă un plus în acest sens. De asemenea, studenții vor puncta și minimum 5 arii adiționale ce ar putea fi vizate de către conducerea universității cu acțiuni specifice.

4.5 Dileme etice în CSR



Context: Conform autorului Dunca (2024), cele mai multe dileme etice apar în **marketing** (legate de reclamă, publicitate), **producție** (referitoare la calitatea materiilor prime, a produselor finite și costurile implicate), **resursele umane** (legate de angajare, salarizare, evaluare, promovare).

Practic însă, aceste probleme sunt extrem de dificil de rezolvat, deoarece în realitate ceea ce este etic pentru o persoană, poate părea lipsit de etică pentru altcineva.

Cerințe: Studenții sunt împărțiți în grupe de câte maximum 5 persoane. Aceștia sunt invitați să discute perspectivele pe care le au referitoare la dilemele etice din zona de marketing și resurse umane și modalitatea în care acestea pot impacta activitatea de CSR, dar și invers, cum pot acțiunile de CSR să contribuie la diminuarea acestor dileme.

REFERINȚE

- Alves B (2024). Municipal waste recycling rate in the European Union (EU-27) in 2022, and targets from 2025 to 2035. . [online] Disponibil la: <https://www.statista.com/statistics/1315931/recycling-rate-targets-in-european-union/>
- Apiday (2024). All SDGs (sustainable development goals) most recent developments [online] Disponibil la: <https://www.apiday.com/blog-posts/all-sdgs-sustainable-development-goals-most-recent-developments>
- Comisia Europeană, 2023. CO2 emissions of all world countries [online] Disponibil la: https://edgar.jrc.ec.europa.eu/report_2022
- Coursera (2023). Sustainable Cities: 6 Ways to Build a Greener Future Media
- CSR Basics, 2020. Sustainability and CSR [online] Disponibil la: <https://www.csr-in-deutschland.de/EN/CSR/Background/Sustainability-and-CSR/sustainability-and-csr.html>
- Dinca S (2021). VALORIA: Responsabilitatea sociala a firmelor, asociata cu implicarea in comunitate [online] Disponibil la: <https://www.agendaconstructiilor.ro/files/sustenabilitate-csr/valoria-responsabilitatea-sociala-a-firmelor-asociata-cu-implicarea-in-comunitate.html>
- Dunca (2024). Responsabilitatea socială și soluționarea dilemelor morale în organizațiile de afaceri. EON 5 (3). [online] Disponibil la: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/2078771>
- Dwicahyani et al, (2017). "Lot sizing decisions in a closed-loop supply chain system with remanufacturing,, International Journal of Procurement Management, Inderscience Enterprises Ltd, vol. 10(3), pages 381-409, [online] Disponibil la: <https://ideas.repec.org/a/ids/ijpman/v10y2017i3p381-409.html>
- Economedia (2024). Ministrul Mediului: Rata de reciclare a ambalajelor prin Sistemul Garanție – Returnare a depășit 82% online] Disponibil la: <https://economedia.ro/ministrul-mediului-rata-de-reciclare-a-ambalajelor-prin-sistemul-garantie-returnare-a-depasit-82.html>
- EPA (2024). Recycling Basics and Benefits [online] Disponibil la: <https://www.epa.gov/recycle/recycling-basics-and-benefits>
- Ethics Unwrapped (2024). Sustainability & CSR [online] Disponibil la: <https://ethicsunwrapped.utexas.edu/subject-area/sustainability-csr>
- Eurostat (2024). Recycling rate of municipal waste. [online] Disponibil la: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_11_60/default/table?lang=en&category=sdg.sdg_11
- Eurostat (2024). Recycling rates of packaging waste for monitoring compliance with policy targets, by type of packaging. [online] Disponibil la: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/env_waspacr/default/table?lang=en
- Eurostat (2024). Waste generation per capita. [online] Disponibil la: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/cei_pc034/default/table?lang=en

REFERINȚE

- Eurostat (2024). Recycling rates of packaging waste for monitoring compliance with policy targets, by type of packaging. [online] Disponibil la: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/env_waspacr/default/table?lang=en
- Eurostat (2024). Waste generation per capita. [online] Disponibil la: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/cei_pc034/default/table?lang=en
- Gopal et al, (2023). Breakthrough Supply Chains: How Companies and Nations Can Thrive and Prosper in an Uncertain World,, editura McGraw-Hill
- Hojer A, Mataigne V (2024). CSR in the banking industry: A longitudinal analysis of the impact on financial performance and risk-taking. Finance Research Letters 64
- Kirchherr J, Reike D, Hekkert M (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. Resources, Conservation and Recycling 127, pp. 221-232. [online] Disponibil la: <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.005>
- Lock I, Seele P (2016). The credibility of CSR (corporate social responsibility) reports in Europe. Evidence from a quantitative content analysis in 11 countries. Journal of Cleaner Production 122, pp. 186-200. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.02.060>
- Mamo Y A, Sisay A M, Dessalegn B, Angaw K W (2024). Corporate social responsibilities contribution for sustainable community development: evidence from industries in Southern Ethiopia. Taylor & Francis. Cogent Economics & Finance 12(1), . [online] Disponibil la: [10.1080/23322039.2024.2373540](https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2373540)
- Measures, A (2014). What Is a 3P Triple Bottom Line Company? [online] Disponibil la: <https://smallbusiness.chron.com/3p-triple-bottom-line-company-4141.html>
- Mucko P (2021). Sentiment analysis of CSR disclosures in annual reports of EU companies. Procedia Computer Science 192, pp. 3351-3359. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.09.108>
- Muslim M, Pelu M F (2023). Corporate Social Responsibility: Best Practices and Industry Comparisons 10.55098/tjbmr.v6i1.578
- O'Brien C (2022). 8 Ways To Promote Corporate Social Responsibility On Social Media [online] Disponibil la: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/8-ways-to-promote-corporate-social-responsibility-on-social-media>
- Santiago S, Scavarda L F, Caiado R G, Santos R S, Nascimento D L (2024). Corporate social responsibility and circular economy integration framework within sustainable supply chain management: Building blocks for industry 5.0. Corporate Social Responsibility and Environmental Management <https://doi.org/10.1002/csr.2949>
- Sas A (2024). CSR initiatives of advertising companies during COVID-19 pandemic in Poland 2020 [online] Disponibil la: <https://www.statista.com/statistics/1115174/poland-csr-initiatives-taken-by-advertising-companies-during-the-covid-19-pandemic/>
- Stancu A, Olteanu V (2008). Corporate Social Responsibility in Romania from a EU Perspective.

REFERINȚE

- Stobierski, T (2021). What Is Corporate Social Responsibility? 4 Types [online] Disponibil la: <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>
- The Azores Sustainability & CSR Services (2022). Romania corporate sustainability & transparency index (cst index) [online] Disponibil la: https://www.theazores.ro/wp-content/uploads/2021/12/Romania_CST_Index_2021_Results-2.pdf
- Transparency International Romania (2024). Responsabilitate sociala [online] Disponibil la: <https://www.transparency.org.ro/ro/content/responsabilitate-sociala>
- TWI (2024). What is Sustainability and Why is it so Important? [online] Disponibil la: <https://www.twi-global.com/technical-knowledge/faqs/faq-what-is-sustainability>
- Valoria Business Solutions SRL (2023). 65% dintre companiile care fac CSR in Romania spun ca se implica in acest domeniu deoarece face parte din strategia lor de sustenabilitate [online] Disponibil la: <https://doingbusiness.ro/articol/65-dintre-companiile-care-fac-csr-in-romania-spun-ca-se-implica-in-acest-domeniu-deoarece-face-parte-din-strategia-lor-de-sustenabilitate-7471>
- Vizitiu (2020). Responsabilitatea sociala corporatista – istoric si concepte. Viitorul ne aparține Ediția 10, p.67 . [online] Disponibil la: https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/115097/gscholar
- Voicu L (2014). Evoluția conceptului de responsabilitate socială în plan european și internațional. Universul Juridic
- WBCSD (2024). The building blocks of transformation [online] Disponibil la: <https://www.wbcsd.org/>
- Weinger, A (2022). What's the Impact of CSR? FAQ & Key Benefits for Businesses [online] Disponibil la: <https://doublethedonation.com/how-csr-impacts-businesses/>
- <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.105497>
- <https://about.netflix.com/en/sustainability>
- <https://www.apiday.com/blog-posts/all-sdgs-sustainable-development-goals-most-recent-developments>
- <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/data/database>

REFERINȚE

- <https://economedia.ro/ministrul-mediului-rata-de-reciclare-a-ambalajelor-prin-sistemul-garantie-returnare-a-deposit-82.html>
- <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-csr-training>
- <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-sustainability-in-business>
- <https://shareholder.ford.com/Investors/esg/default.aspx>
- <https://sustainability.google/>
- <https://www.bosch.com/sustainability/responsibility/>
- <https://www.businesswire.com/news/home/20191002005697/en/Consumers-Expect-the-Brands-they-Support-to-be-Socially-Responsible>
- <https://www.coca-colacompany.com/sustainability>
- <https://www.jjvision.com/corporate-social-responsibility>
- <https://www.un.org/en/academic-impact/sustainability>
- <https://www.wbcsd.org/>

Autori

Prof.univ.dr. Dima Alina

Prof.univ.dr. Manea Daniela

Prof.univ.dr. Grădinaru Giani

Conf.univ.dr. Teodor Cristian

Asist.univ.dr. Gheorghe Maria

