



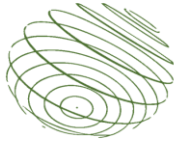
## ACTIVITATEA 12

### Analiza economiei sociale la nivel regional



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin  
Programul Operațional Capital Uman 2014-2020





**IRCEM**  
Institutul pentru Cercetări  
în Economie Circulară  
și Mediu "Ernest Lupan"

## Institutul pentru cercetări în Economie Circulară și mediu "Ernest Lupan"

Acest studiu a fost realizat în cadrul proiectului ASIST- **Antreprenoriat Social și Întreprinderi Sociale în Transilvania** cod SMIS 2014+: 126610, proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020, POCU/449/4/16/Consolidarea capacității întreprinderilor de economie socială de a funcționa într-o manieră auto-sustenabilă/16/Consolidarea capacității întreprinderilor de economie socială de a funcționa într-o manieră auto-sustenabilă.

Proiectul este implementat de **SC Pro Xpert Consulting SRL**, în parteneriat cu **Asociația Institutul pentru Cercetare în Economie Circulară și Mediu "Ernest Lupan"** (IRCEM) și **Asociația pentru Tineret Fidelitas M-Ciuc** în perioada 24 octombrie 2019 – 23 octombrie 2022.

### Colectiv de elaborare

Dr. ing. ec. Elena-Simina Lakatos  
Dr. Oana-Bianca Bercea  
Drd. Andrea Szilagyi  
Dr. ing. Roxana-Lavinia Păcurariu

Arh. Dan-Sorin Clinci  
Drd. ing. Geanina-Maria David  
Drd. ing. Roxana-Maria Druța  
Drd. Andreea-Loredana Bîrgovan

### Editor

Voichita-Maria Clinci

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020, POCU/449/4/16/126610.

### Disclaimer

Opiniile exprimate în acest raport sunt exclusiv ale autorilor și nu pot fi considerate poziția oficială a Fondului Social European.

### Data

Septembrie, 2022  
Cluj-Napoca





## CUPRINS

<b>ECONOMIA SOCIALĂ</b> .....	7
<b>1. DIRECȚII DE DEZVOLTARE A ECONOMIEI SOCIALE</b> .....	7
<b>1.1 Analiza politicilor europene in domeniul economiei sociale</b> .....	7
<b>1.2 Analiza preliminară a economiei sociale la nivelul regiunii nord vest</b> .....	10
<b>1.2.1 Aspecte generale ale economiei sociale</b> .....	10
<b>1.2.2 Cine poate dobândi statutul de întreprindere socială?</b> .....	11
<b>1.2.3 Care este procedura de obținere a atestatului de întreprindere socială?</b> .....	12
<b>1.2.4 Care sunt obligațiile întreprinderii sociale atestate?</b> .....	13
<b>1.2.4 Când se suspendă și se retrage atestatul de întreprindere socială?</b> .....	14
<b>1.2.5 Obiective</b> .....	14
<b>1.3 Exemple de bune practice în economia socială</b> .....	15
<b>1.3.1 Context</b> .....	15
<b>1.3.2 Modele de afaceri</b> .....	16
<b>1.3.3 Exemple de bune practici</b> .....	18
<b>1.4 Studiu privind economia socială în România</b> .....	19
<b>1.4.1 Conceptul de economie socială</b> .....	19
<b>1.4.2 Obiectivele cercetării</b> .....	20
<b>2. STUDIU PRIVIND ANALIZA ECONOMIEI CIRCULARE ÎN ÎNȚREPRINDERILE SOCIALE DIN ROMÂNIA</b> .....	22
<b>2.1 Fundamente teoretice</b> .....	23
<b>2.1.1 Contextul și justificarea cercetării</b> .....	23
<b>2.1.2 Clarificări conceptuale privind economia socială și antreprenoriatul social</b> .....	24



UNIUNEA EUROPEANĂ



2.1.3 Economia socială în România.....	27
2.1.4 Justificarea economiei circulare în cadrul întreprinderilor sociale.....	29
2.2 Metodologia cercetării .....	30
2.2.1 Obiectivele cercetării.....	30
2.3 Caracteristicile întreprinderilor sociale din România .....	32
2.3.1 Ecosistemul întreprinderilor sociale din România.....	32
2.3.2 Economia circulară în contextul întreprinderilor sociale.....	34
2.3.3 Sustenabilitatea întreprinderilor sociale .....	35
2.4 Forme de organizare în economia socială .....	37
2.4.1 Evoluția reglementărilor legale privind întreprinderile sociale din România .....	37
2.4.2 Forme de organizare în economia socială și caracteristici .....	41
<b>3. RAPORT PRIVIND PRELUCRAREA DATELOR CANTITIVE DIN CADRUL STUDIULUI PRIVIND ANALIZA ECONOMIEI CIRCULARE ÎN ÎNTREPRINDERILE SOCIALE DIN ROMÂNIA</b>	<b>43</b>
3.1 Aspecte generale privind funcționarea întreprinderilor sociale .....	44
3.2 Analiza datelor socio-demografice.....	47
3.3 Aspecte privind funcționarea și auto-evaluarea întreprinderilor sociale.....	49
3.4 Impactul economiei sociale asupra amprentei de carbon.....	53
<b>4. RAPORT PRIVIND ANALIZA PARTICULARITĂȚILOR ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE DIN REGIUNEA NORD-VEST DIN PERSPECTIVA MODELOR DE BUNĂ PRACTICĂ .....</b>	<b>64</b>
4.1 Actualizarea situației privind antreprenoriatul social - octombrie 2021 .....	64
4.2 Analiza întreprinderilor sociale din regiunea nord-vest.....	66
4.3 Bune practici de economie socială identificate la nivel național și european.....	69
4.3.1 Bune practici la nivel european.....	69
<b>5. ÎNTREPRINDERILE SOCIALE ÎN EUROPA: TENDINȚE ȘI EVOLUȚII RECENTE. RECOMANDĂRI PRIVIND ÎMBUNĂTĂȚIREA CADRULUI LEGISLATIV ÎN ROMÂNIA .....</b>	<b>73</b>
5.1 Evoluția economiei sociale în Franța .....	74



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014 - 2020

5.2 Evoluția economiei sociale în Danemarca .....	76
5.3 Evoluția economiei sociale în Bulgaria.....	79
5.4 Concluzii.....	82
<b>6. ANALIZĂ PRIVIND PROMOVAREA ȘI MARKETINGUL ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE ÎN ROMÂNIA.....</b>	<b>83</b>
6.1 Observații privind marketingul întreprinderilor sociale.....	84
<b>7. CERCETARE CANTITATIVĂ PRIVIND APLICAREA ECONOMIEI CIRCULARE ÎN ÎNTREPRINDERILE SOCIALE.....</b>	<b>90</b>
7.1 Metodologie.....	91
7.2 Rezultate.....	95
7.3 Interpretarea rezultatelor .....	97
7.4 Discuții și Concluzii.....	100
<b>8. CERCETARE PRIVIND DINAMICA SECTORULUI ECONOMIEI SOCIALE DIN ROMÂNIA POST-COVID-19 .....</b>	<b>103</b>
8.1 Raport privind impactul COVID 19 asupra aplicării criteriilor de circularitate a întreprinderilor sociale din România .....	103
8.1.1 Justificarea problemei.....	105
8.1.3 Metodologie.....	109
8.2 Dinamica sectorului economiei sociale din România post-COVID-19 .....	109
8.2.1 Dinamica sectorului economiei sociale din România post-COVID-19 .....	109
8.2.2 Provocările întreprinderilor sociale în perioade de criză.....	109
8.2.3 Oportunitățile întreprinderilor sociale în perioade de criză .....	110
8.2.4 Obiectiv general.....	111
8.2.5 Metodologie.....	111
8.2.6 Rezultate descriptive.....	114
<b>9. CONCLUZII.....</b>	<b>124</b>
<b>BIBLIOGRAFIE.....</b>	<b>126</b>



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin  
Programul Operațional Capital Uman 2014-2020





<b>ANEXE</b> .....	137
<b>Anexa 1- Chestionar</b> .....	137
<b>Anexa 2- Chestionar</b> .....	148
<b>ANEXA 3- STUDIUL FINAL- INTEGRAREA TUTUROR REZULTATELOR OBȚINUTE</b> .....	153





# ECONOMIA SOCIALĂ

## 1. DIRECȚII DE DEZVOLTARE A ECONOMIEI SOCIALE

### 1.1 Analiza politicilor europene în domeniul economiei sociale

Deși mai sunt încă multe de făcut pentru a sensibiliza factorii de decizie din UE în diferite instituții cu privire la contribuția economiei sociale la societate și la valoarea adăugată a acesteia, au fost deja luate câteva inițiative pentru a sprijini o abordare diferită a antreprenoriatului și a parteneriatelor locale cu întreprinderile din economia socială. În cadrul Comisiei Europene, DG întreprinderi și Industrie (Unit Crafts, Small business, cooperative și societăți mutuale) și DG ocuparea forței de muncă, afaceri sociale și egalitate de șanse se ocupă de aspecte legate de economia socială. Recent, în cadrul dlui Michel Barnier, comisarul pentru piața internă și servicii, DG piață și servicii, a început să lucreze mai în profunzime la acest tip de întreprindere. Prin propunerea sa privind un regulament privind fondurile europene de antreprenoriat social (FEAS-uri), publicată la 7 decembrie 2011, Comisia Europeană își propune să îmbunătățească accesul la finanțare pentru „întreprinderile sociale” prin eficientizarea colectării de fonduri prin fonduri de investiții specifice pentru antreprenoriatul social. Se presupune că denumirea de „fond european de antreprenoriat social” ar trebui să confere fondurilor care investesc în mod specific în „întreprinderi sociale” o mai mare atractivitate și să sporească, prin urmare, investițiile private în acest tip de întreprinderi.

La 25 octombrie 2011, a fost lansată, cu siguranță, cea mai mare inițiativă de promovare a economiei sociale/antreprenoriatului social, odată cu publicarea Comunicării Comisiei Europene „Inițiativa privind antreprenoriatul social – crearea unui climat favorabil pentru întreprinderile sociale, principalele părți interesate din economia socială și inovare”. Acesta a fost elaborat de DG piață, DG ocuparea forței de muncă și DG întreprinderi în cadrul punerii în aplicare a Actului privind piața unică (aprilie 2011). Comunicarea propune 11 acțiuni principale de promovare a economiei sociale și a antreprenoriatului



social în sens larg. Împreună cu comunicarea, Comisia Europeană a publicat un document de lucru al serviciilor Comisiei care oferă o imagine de ansamblu a inițiativelor luate de UE, precum și de OCDE, OIM și ITC, în ceea ce privește antreprenoriatul social. Punerea în aplicare a inițiativei privind antreprenoriatul social este urmată de grupul de experți multipartit în domeniul întreprinderilor sociale, înființat de Comisia Europeană în mai 2012. REVES face parte din acest grup. Sprijinul pentru antreprenoriatul social se numără, de asemenea, printre principalele priorități de investiții viitoare ale propunerii de regulament privind Fondul social european (a se vedea, de exemplu, articolele 3-1c și articolele 3-1d) și propunerea de regulament privind Fondul european de dezvoltare regională [a se vedea articolul 5 alineatul (9)]. Ambele propuneri au fost publicate de Comisia Europeană în octombrie 2011 (cu o versiune modificată a propunerii FSE, publicată în martie 2012), ca parte a pachetului legislativ privind politica de coeziune a UE pentru perioada 2014-2020. Propunerea de regulament privind un program al Uniunii Europene pentru schimbări sociale și inovare socială (PSCI), publicată în octombrie 2011, sugerează includerea, printre principalele priorități ale programului, a antreprenoriatului social și, în special, a unui acces îmbunătățit la finanțare pentru întreprinderile sociale.

În 2009, a fost publicată o cerere de propuneri privind înființarea de conturi satelit pentru cooperative și societăți mutuale la nivel european și național. O altă inițiativă, care s-a dovedit a fi de mare importanță pentru economia socială din întreaga Europă, a reprezentat programul EQUAL. Finanțat prin Fondul social european și încheiat în 2008, acest program a acordat sprijin proiectelor de combatere a discriminării și a excluziunii sociale. EGALITATEA conținea o componentă specifică privind crearea de întreprinderi și economia socială.

În 2002, Comisia Europeană a prezentat, împreună cu propunerile de directive însoțitoare privind implicarea lucrătorilor:

- Propunerea de regulament al Consiliului privind statutul societății cooperative europene; o propunere de regulament al Consiliului privind statutul de mutual European;
- Propunerea de regulament al Consiliului privind statutul Asociației Europene;
- În 2003, Consiliul a adoptat Statutul societății cooperative europene. Celelalte propuneri și directive conexe au fost retrase de Comisia Europeană în 2006, deoarece procesul legislativ nu a înregistrat progrese;
- În februarie 2012, Comisia Europeană a publicat o propunere de regulament privind statutul fundației europene;





- Tot în februarie 2012, Comisia Europeană a lansat un studiu privind situația societăților mutuale și activitățile transfrontaliere ale acestora.

Parlamentul European a recunoscut economia socială și a solicitat sprijinul său într-o serie de rapoarte, cum ar fi rezoluția Parlamentului European „către statutul societății cooperative europene în ceea ce privește participarea lucrătorilor” (13 martie 2012), rezoluția Parlamentului European privind criza financiară, economică și socială (6 iulie 2011), rezoluția Parlamentului European privind viitorul serviciilor sociale de interes general (5 iulie 2011), rezoluția Parlamentului European privind o piață unică pentru întreprinderi și creștere economică (6 aprilie 2011), Rezoluția Parlamentului European privind o piață unică pentru europeni sau rezoluția Parlamentului European privind valorificarea potențialului industriilor culturale și creative (12 mai 2011).

În februarie 2009, Parlamentul European a răspuns deja solicitărilor de a integra mai bine economia socială în politicile și strategiile UE prin adoptarea unui raport din proprie inițiativă privind economia socială, raportul Toia. Pe lângă faptul că pledează pentru o mai bună recunoaștere a economiei sociale la nivel local, național și european și pentru crearea unor condiții de concurență echitabile cu alte întreprinderi, raportul susține, de asemenea, promovarea parteneriatelor locale. La articolul 21, de exemplu, recomandă ca „sprijinul acordat de statele membre întreprinderilor din economia socială să fie interpretat ca o investiție reală în crearea de rețele de solidaritate care să poată consolida rolul comunităților și autorităților locale în dezvoltarea politicilor sociale”. În plus, articolul 22 prevede că „(...) cele mai multe probleme sociale trebuie abordate prin soluții locale, pentru a face față situațiilor și problemelor practice; (...) pentru a fi eficientă, o astfel de acțiune necesită norme stricte privind coordonarea, ceea ce înseamnă un nivel ridicat de cooperare între autoritățile publice și întreprinderile din economia socială.” Intergrupul pentru economie socială al Parlamentului European, înființat pentru prima dată în 1990, oferă o monitorizare a raportului Toia și a altor rezoluții și stimulează activitatea Parlamentului European în domeniul economiei sociale. Acesta facilitează cooperarea diferiților membri ai Parlamentului (deputați), provenind din diferite grupuri politice, cu privire la economia socială și acționează ca motor al unor inițiative politice importante, cum ar fi raportul Toia menționat mai sus privind economia socială. În plus, acesta oferă o platformă importantă de schimb între deputații europeni și societatea civilă. Intergrupul economiei sociale colaborează îndeaproape cu noul intergrup „servicii publice/servicii sociale de interes general (SSIG)”, care este sensibil și la aspectele legate de economia socială (cu toate acestea, atenție: Economia socială nu include doar SSIG, ci produce și alte bunuri și



servicii; Nu toți furnizorii de SSIG sunt operatori ai economiei sociale - prin urmare, economia socială nu poate fi stabilită la fel cu SSIG!).

De asemenea, organele consultative ale Uniunii Europene au devenit active în ceea ce privește economia socială:

În 2008, în cadrul conferinței europene „factori cheie ai succesului în promovarea coeziunii sociale: Contribuția parteneriatelor dintre autoritățile locale și organizațiile de interes social”, organizată de REVES, Luc Van den Brande, la acea vreme, președintele Comitetului Regiunilor, a subliniat, în discursul său de deschidere, importanța parteneriatelor dintre autoritățile locale/regionale și economia socială și eventualele acțiuni în viitor. În 2002, Comitetul Regiunilor a adoptat un aviz privind „parteneriatele între autoritățile locale și regionale și organizațiile economiei sociale: Contribuția la ocuparea forței de muncă, dezvoltarea locală și coeziunea socială”. De asemenea, Consiliul și-a reiterat punctul de vedere și angajamentul în Declarația de la Praga (2002) și în Declarația de la Cracovia (2004). Comitetul Economic și Social European a instituit o categorie specifică de economie socială. În octombrie 2011 a fost adoptat un aviz al CESE privind antreprenoriatul social și întreprinderile sociale, prezentat de raportorul Ariane Rodert (se). În mai 2012, CESE a adoptat un aviz privind propunerea de regulament privind fondurile europene de antreprenoriat social, care fusese elaborat și de Rodert. De asemenea, în diverse alte avize, CESE a solicitat crearea unor condiții de concurență echitabile, sprijinirea și nediscriminarea întreprinderilor din economia socială. Exemple sunt avizul privind comunicarea Comisiei Europene „către un Act privind piața unică...” (2011) avizul privind statutul fundației europene (2010), avizul „ce rol și perspective pentru economia socială a Africii în cooperarea pentru dezvoltare” (2010) sau „diverse forme de întreprindere” (2009), pentru a numi doar câteva.

## **1.2 Analiza preliminară a economiei sociale la nivelul regiunii nord vest**

### **1.2.1 Aspecte generale ale economiei sociale**

Întreprinderile sociale sunt persoane juridice de drept privat care dovedesc că respectă, conform actelor legale de înființare și organizare, cumulativ, definiția și principiile economiei sociale prevăzute în lege.

Definiția economiei sociale: economia socială reprezintă ansamblul activităților organizate independent de sectorul public, al căror scop este să servească interesul general, interesele unei colectivități și/sau interesele personale nepatrimoniale, prin creșterea gradului de ocupare a persoanelor aparținând grupului vulnerabil și/sau producerea și furnizarea de bunuri, prestarea de servicii și/sau execuția de lucrări.

Principiile economiei sociale sunt:

1. Prioritate acordată individului și obiectivelor sociale față de creșterea profitului;
2. Solidaritate și responsabilitate colectivă;
3. Convergența dintre interesele membrilor asociați și interesul general și/sau interesele unei colectivități;
4. Control democratic al membrilor, exercitat asupra activităților desfășurate;
5. Caracter voluntar și liber al asocierii în formele de organizare specifice domeniului economiei sociale;
6. Personalitate juridică distinctă, autonomie de gestiune și independență față de autoritățile publice;
7. Alocarea celei mai mari părți a profitului / excedentului financiar pentru atingerea obiectivelor de interes general, ale unei colectivități sau în interesul personal nepatrimonial al membrilor.

### 1.2.2 Cine poate dobândi statutul de întreprindere socială?

Statutul de întreprindere socială se recunoaște prin dobândirea unui atestat de întreprindere socială.

Persoanele juridice de drept privat, prevăzute mai sus, pot solicita un atestat de întreprindere socială, dacă actelele de înființare și funcționare conțin prevederi prin care se demonstrează faptul că:

- Activitatea desfășurată are scop social;
- Respectă principiile economiei sociale;
- Respectă următoarele criterii:
  - ✓ acționează în scop social și/sau în interesul general al comunității;
  - ✓ alocă minimum 90% din profitul realizat scopului social și rezervei statutare;
  - ✓ se obligă să transmită bunurile rămase în urma lichidării către una sau mai multe întreprinderi sociale;
  - ✓ aplică principiul echității sociale față de angajați, asigurând niveluri de salarizare echitabile, între care nu pot exista diferențe care să depășească raportul de 1 la 8.

**Tabelul 1.1** Categoriile de persoane juridice de drept privat

<b>Categoriile de persoane juridice de drept privat</b>	<b>Actele de înființare și funcționare prin care persoanele juridice de drept privat dovedesc faptul că au scop social și respectă principiile și criteriile E.S. pentru a se atesta ca ÎS sau certifica ca ÎSI:</b>
---	--



UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale  
2014 - 2020

<b>care pot fi Î.S. și Î.S.I.</b>	
Societățile cooperative de gradul I	Actul constitutiv și autorizația de funcționare emisă de Oficiul Național al Registrului Comerțului;
Cooperativele de credit	Statutul și autorizația de funcționare acordată de Banca Națională a României potrivit Ordonanței de Urgență a Guvernului nr.99/2006 privind instituțiile de credit și adecvarea capitalului, cu modificările și completările ulterioare;
Asociații și fundații	Actul constitutiv și statutul, precum și certificatul de înscriere în Registrul asociațiilor și fundațiilor aflat la grefa judecătoreiei în a cărei circumscripție își au sediul, în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, cu modificările și completările ulterioare;
Casele de ajutor reciproc ale salariaților	Actul constitutiv și statutul, precum și certificatul de înscriere în Registrul asociațiilor și fundațiilor aflat la grefa judecătoreiei în a cărei circumscripție își au sediul, în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, cu modificările și completările ulterioare;
Casele de ajutor reciproc ale pensionarilor	Actul constitutiv și statutul, precum și certificatul de înscriere în Registrul asociațiilor și fundațiilor aflat la grefa judecătoreiei în a cărei circumscripție își au sediul, în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, cu modificările și completările ulterioare;
Federații	Statutul și certificatul de înscriere în Registrul Federațiilor aflat la grefa tribunalului în circumscripția căreia federația urmează să își aibă sediul, în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, cu modificările și completările ulterioare;
Uniunile persoanelor juridice	Statutul sau actul constitutiv și dovada personalității juridice;
Alte categorii de persoane juridice de drept privat	Actul de înființare sau actul constitutiv și certificatul de înregistrare sau certificatul constatator eliberat de Oficiul Național al Registrului Comerțului, pentru persoanele juridice supuse înregistrării la Oficiul Național al Registrului Comerțului, respectiv statutul și dovada personalității juridice, în cazul altor persoane juridice de drept privat.

### 1.2.3 Care este procedura de obținere a atestatului de întreprindere socială?

Persoanele juridice de drept privat trebuie să depună sau să transmită prin poștă cu confirmare de primire la agenția județeană pentru ocuparea forței de muncă, respectiv a municipiului București, în a cărei rază teritorială își au sediul, următoarele documente:



UNIUNEA EUROPEANĂ



- Cerere pentru acordarea atestatului completată conform modelului prevăzut în anexa nr. 2 la normele metodologice de aplicare a prevederilor Legii Nr.219/2015 privind economia socială sau, după caz, în anexa nr. 6, în situația în care se solicită concomitent și acordarea mărcii sociale.
- Actele de înființare și funcționare, în copie, certificate pentru conformitate cu originalul de către reprezentantul legal sau de către persoana împuternicită în acest scop, care să conțină o serie de prevederi din care să reiasă faptul că întreprinderea are scop social și respectă principiile și criteriile economiei sociale, iar activitatea desfășurată servește scopului social ales.

Termenul de soluționare a cererii este de 30 de zile calendaristice de la data înregistrării documentației!  
Termenul poate fi prelungit o singură dată, motivat, pentru 15 zile calendaristice!

Când cererea și documentația primită sunt incomplete, solicitantul are la dispoziție încă 30 de zile calendaristice pentru a le completa!

Atestatul este valabil 5 ani și se poate prelungi succesiv pentru încă 5 ani! Dacă vrem să prelungim valabilitatea atestatului trebuie să transmiteti prin poștă cu confirmare de primire, cu cel puțin 45 de zile calendaristice înainte de data de expirare a atestatului, dar nu mai mult de 60 de zile calendaristice, la agenția județeană pentru ocuparea forței de muncă, următoarele documente:

- Cerere pentru prelungirea atestatului, completată conform anexei nr. 4 din normele metodologice de aplicare a prevederilor Legii. Nr.219/2015 privind economia socială;
- Actele de înființare și funcționare (prevăzute în normele metodologice), în copie, certificate pentru conformitate cu originalul de reprezentantul legal sau de persoana împuternicită în acest scop;
- Atestatul de întreprindere socială, în original.

Poți solicita concomitent acordarea atestatului social și a mărcii sociale, iar obținerea mărcii sociale este condiționată de obținerea atestatului de întreprindere socială (Se va completa cererea tip prevăzută în anexa 6 a normelor metodologice)! Nu se percep taxe pentru emiterea atestatului sau a mărcii sociale!

#### **1.2.4 Care sunt obligațiile întreprinderii sociale atestate?**

1. De a comunica agenției județene de ocupare orice modificări ale actelor de înființare sau constitutive, în termen de 15 zile de la modificare;
2. De a comunica agenției de ocupare rapoartele de activitate și situațiile financiare anuale;

3. De a publica, în extras, în termen de 3 luni de la încheierea anului calendaristic, raportul social anual privind activitatea desfășurată și situațiile financiare anuale în Registrul unic de evidență a întreprinderilor sociale;
4. Întreprinderile sociale se supun controlului cu privire la respectarea condițiilor legale de desfășurare a activității, anual, pentru a se verifica respectarea criteriilor care au stat la baza eliberării atestatului de întreprindere socială.

#### 1.2.4 Când se suspendă și se retrage atestatul de întreprindere socială?

Atestarea întreprinderilor sociale se suspendă de către agențiile de ocupare în următoarele situații:

1. La solicitarea întreprinderii sociale;
2. În situația în care întreprinderea socială nu a comunicat agenției de ocupare orice modificare ale actelor de înființare sau constitutive, în termen de 15 zile de la modificare;
3. În situația în care nu respectă cumulativ următoarele obligații:
  - ✓ de a comunica agenției de ocupare orice modificări ale actelor de înființare sau constitutive, în termen de 15 zile de la modificare;
  - ✓ de a comunica agenției de ocupare rapoartele de activitate și situațiile financiare anuale;
  - ✓ de a publica, în extras, în termen de 3 luni de la încheierea anului calendaristic, raportul social anual privind activitatea desfășurată și situațiile financiare anuale în Registrul unic de evidență a întreprinderilor sociale;
4. Întreprinderile sociale nu permit accesul personalului cu atribuții de control al agențiilor de ocupare, precum și al altor instituții și organe de control, în vederea exercitării de către aceștia a atribuțiilor de control potrivit prevederilor legale și să prezinte la solicitarea acestora toate informațiile, datele și documentele necesare în vederea exercitării controlului.

#### 1.2.5 Obiective

- Stimularea spiritului antreprenorial la nivelul regiunii Nord Vest și dezvoltarea competențelor în domeniul antreprenoriatului social și al managementului întreprinderilor sociale



- Sprijinirea înființării de noi întreprinderi în domeniul economiei sociale prin acordarea de ajutor financiar pentru 24 întreprinderi sociale înființate în regiunea Nord Vest și furnizarea de servicii suport pentru a funcționa într-o manieră auto – sustenabilă.
- Promovarea antreprenoriatului social, a economiei sociale și a întreprinderilor sociale înființate în proiect.

## 1.3 Exemple de bune practice în economia socială

### 1.3.1 Context

Ideile de întreprindere socială, spre deosebire de ideile convenționale de afaceri, rezultă de obicei dintr-o dorință de a rezolva o nevoie socială; similar cu modul în care încep multitudinea de organizații non-profit și caritate.

Ideile tradiționale de afaceri pot proveni și din identificarea unei nevoi sociale. Dar, diferența dintre o idee de întreprindere socială și o idee tradițională de afaceri este motivarea antreprenorului. Motivația principală pentru un antreprenor tradițional este mai des – nu dorința de a face bani; un antreprenor social este determinat mai mult de o pasiune de a rezolva o problemă socială și alege doar să folosească afacerile ca mecanism pentru rezolvarea acestor probleme. Din cauza motivațiilor diferite care determină cele două tipuri de antreprenori, trebuie să considerăm că afacerile lor vor funcționa puțin diferit. De multe ori auzim despre lumea afacerilor vorbind despre concentrarea pe practicile de afaceri de bază care duc la creșterea rentabilității monetare. În comparație, întreprinderile sociale se concentrează pe practici de afaceri duble sau triple – în concluzie cele care duc la rentabilitate socială, de mediu și economică.

Raportul identifică lecțiile-cheie, oferind orientări concrete factorilor de decizie – de la modul de sensibilizare și vizibilitate a întreprinderilor sociale și a valorii pe care acestea le oferă, la modul de deblocare și de atragere a fondurilor mai adecvate nevoilor lor specifice. Întreprinderile sociale pot crea de noi locuri de muncă, pot să fie un vehicul pentru furnizarea eficientă și eficace a serviciilor; stimula participarea cetățenilor în comunitățile locale; să transforme ideile inovatoare în acțiuni în beneficiul binelui comun. Cu toate acestea, întreprinderile sociale își pot atinge întregul potențial numai dacă există un mediu propice adecvat pentru a le permite să înceapă, să se dezvolte și să se dezvolte.

Deci, cum creează întreprinderile sociale un profit pe mai multe planuri, rezultând un beneficiu dublu, chiar triplu? Iată câteva dintre cele mai comune modele pe care le vedem întreprinderile sociale de succes folosind:



1. *Compensare încrucișată* – Un grup de clienți plătește serviciul. Profiturile acestui grup sunt utilizate pentru subvenționarea serviciului pentru un alt grup, defavorizat.
2. *Taxa pentru serviciu* – Beneficiarii plătesc direct pentru bunurile sau serviciile furnizate de întreprinderea socială.
3. *Ocuparea forței de muncă și formarea competențelor* – Scopul principal este să ofere salarii, dezvoltarea competențelor și formarea locurilor de muncă beneficiarilor: angajaților.
4. *Intermediar de piață* – Întreprinderea socială acționează ca intermediar sau distribuitor către o piață extinsă. Beneficiarii sunt furnizorii de produse și / sau servicii care sunt distribuite pe o piață internațională.
5. *Conector de piață* – Întreprinderea socială facilitează relațiile comerciale între beneficiari și piețele noi.
6. *Suport independent* – Întreprinderea socială livrează un produs sau serviciu pe o piață externă care este separată de beneficiar și impactul social generat. Fondurile sunt utilizate pentru a sprijini programe sociale adresate beneficiarului.
7. *Cooperativă* – O afacere cu scop lucrativ sau nonprofit, care este deținută de membrii săi care utilizează, de asemenea, serviciile sale, oferind practic orice tip de bunuri sau servicii.

### 1.3.2 Modele de afaceri

#### 1. Supermarket social

Model de afaceri: taxa pentru serviciu

Creați o piață alimentară care vinde produse alimentare comunităților cu venituri mici la un preț redus. Mâncarea cu reducere este donată (sau cumpărată foarte ieftin) de la furnizorii de alimente și din alte supermarketuri, care nu pot vinde singuri alimentele pentru o varietate de motive, cum ar fi apropierea de datele de expirare, etanșarea conservelor de și etichetarea neconforma a produsului sau lipsa acesteia.

#### 2. Piața online conștientă social

Model de afaceri: conector de piață

Ajutați-i pe artizanii defavorizati să își vândă produsele către consumatori, construind o platformă care să le ușureze valorificarea produselor lor. Artizanii își pot gestiona direct magazinul online sau platforma poate acționa doar ca un serviciu de listare care leagă artizanii față în față cu cumpărătorii. Veniturile sunt create fie prin perceperea comisioanelor de listare direct către artizan, printr-un comision pentru





bunurile vândute, fie încorporate ca o taxă pentru cumpărător. Profitul generat poate fi utilizat pentru finanțarea serviciilor sociale care vizează în mod direct comunitățile artisanale.

### **3. Produs informațional inovativ**

Model de afaceri: compensare încrucișată.

Exemplu: Pătură informațională Creați o pătură pentru copii, cu informații despre cum să aibă grijă de un copil, cum ar fi: când să vă imunizați, cât de mare ar trebui să fie un copil la o vârstă specifică și cât de des trebuie hranit bebelusul. Regiunile în care educația pentru copii este redusă sunt aceleași regiuni în care veniturile tind să fie scăzute. Prin urmare, aceste pături ar putea fi date în mod gratuit noilor mame din zonele cu venituri mici, în timp ce acestea ar putea fi vândute noilor mame din zonele mai bogate. Veniturile din vânzări ar finanța mai multe pături și educația pentru noile mame din zonele sărace.

### **4. Tehnologia ultra-modernă pentru atragerea dezvoltării economice**

Model de afaceri: taxa pentru serviciu. cooperativă.

În mod normal, o comunitate mică nu are prea multe de oferit unei afaceri, decât dacă o faceți să devină un loc în care are cel mai bun serviciu de afaceri într-o anumită zonă. De exemplu, puteți crea un serviciu de internet care este deținut de comunitate și care oferă acces la internet de zece ori lățimea de bandă la același preț pe care ar trebui să îl plătească cei dintr-o altă comunitate. Costul ar putea fi subvenționat de comunitate, dar ar atrage întreprinderile de înaltă tehnologie să se localizeze în comunitate, alimentând economia locală și beneficiind toată lumea.

### **5. O fabrică virtuală de lucrători în calculatoare**

Model de afaceri: formare pentru angajare și abilități.

Construiți o comunitate online de lucrători în calculatoare, angajați din comunități subocupate. Antrenează-i pe fiecare dintre ei să facă bine un lucru legat de computer (adică scrierea funcțiilor într-un anumit limbaj de programare, traducerea codului pentru o API specifică și comună etc.). Combina zeci dintre ele pentru a completa un produs, cum ar fi un site web, pentru un client care ar necesita în mod normal doar 1 sau 2 persoane. Deoarece fiecare persoană este extrem de micro-specializată, echipa mai mare se formează ca o „linie de asamblare” virtuală pentru a finaliza proiectul mai repede, mai ieftin și cu un standard de calitate mai ridicat decât metoda tradițională de a angaja sau externaliza local un



lucrător cu cunoștințe de gamă largă. Muncitorii de la linia virtuală de asamblare se bucură de un loc de muncă cu salarii mai mari decât ar primi în mod normal pentru munca lor.

## 6. O piață pentru binele social

Model de afaceri: intermediar de piață.

Vindeți produse corecte din punct de vedere social și etic într-un mediu virtual sau real. Prin achiziționarea acestor produse de la producători, bunul social curge în lanțul logistic către beneficiari, iar consumatorii pot găsi o mulțime de produse pe care le doresc într-un format convenabil de cumpărături.

## 7. Alimente pentru filantropie

Model de afaceri: suport independent.

Creați o companie alimentară care furnizează un produs deja necesar / dorit și utilizați profiturile pentru a susține munca filantropică. Compania este ușor scalabilă și se poate concentra pe o singură linie de produse / caritate sau poate fi ușor diferentiată pentru a oferi mai multe produse alimentare și pentru a sprijini o varietate de organizații de caritate.

### 1.3.3 Exemple de bune practici

#### ➤ Manuale folosite pentru schimbare socială

(Model de afaceri: Compensare încrucișată și sprijin independent. Exemplu: Manuale pentru schimbare) – partener cu grupuri de studenți/cluburi pentru a colecta manuale folosite la sfârșitul fiecărui semestru. Elevii donează manualele folosite. Unele dintre manuale sunt revândute studenților de la colegiu / universitate din sursa lor de colectare; unele dintre manuale sunt donate studenților care au nevoie de la universități insuficient deservite în lumea în curs de dezvoltare. Profiturile sunt împărțite între grupurile/cluburile de studenți, costurile de administrare a programelor, iar fondurile rămase sunt utilizate pentru a sprijini programele sociale în comunitățile în curs de dezvoltare.

#### ➤ Piața online autoconstientă

(Model de afaceri: Conector de piață. Exemple: ArtZoco și eBatuta) – ajută artizanii subdeserviți să-și vândă produsele către lume prin construirea unei platforme care să le faciliteze. Artizanii își pot gestiona direct magazinul online sau platforma poate acționa doar ca un serviciu de listare care conectează artizanii față în față cu cumpărătorii. Veniturile sunt create fie prin perceperea de taxe de listare direct



UNIUNEA EUROPEANĂ



către artizan, prin intermediul unui comision pentru bunurile vândute, fie prin includerea acestora ca taxă de primă pentru cumpărător. Profitul generat poate fi utilizat pentru finanțarea serviciilor sociale care afectează în mod direct comunitățile de artizani.

### ➤ **Apă durabilă**

(Model de afaceri: Taxa pentru serviciu. Exemplu: Water Health International) – construirea de mici stații de epurare a apei în comunitățile din țările în curs de dezvoltare care utilizează produse gata de utilizare. Fondurile inițiale pentru construirea acestora pot proveni din metode caritabile tradiționale sau prin finanțarea prin îndatorare/capitaluri proprii; comunitățile pot fi proprietari parțial (sau proprietari cu drepturi depline, dacă se utilizează modelul de afaceri cooperatist). Costurile permanente de întreținere și de personal ale stației de apă provin din vânzarea apei purificate către beneficiarii săi, dar la niveluri apropiate de pragul de rentabilitate, ceea ce nu costă aproape nimic pentru beneficiari.

### ➤ **Gătit pentru o cauză socială**

(Modelul de afaceri: Ocuparea forței de muncă și formarea competențelor. Exemplu: Edgar și Joe) – deschideți o brutărie/restaurant sau o altă unitate de furnizare a hranei, care se concentrează pe dezvoltarea competențelor de angajare pentru grupurile subangajate, cum ar fi tinerii expuși riscului sau foștii dependenți de droguri. Profitul din vânzările de alimente și băuturi merge la salarii, formare, și programe de îmbunătățire socială pentru personalul beneficiarilor.

### ➤ **Generare de micro-putere**

(Model de afaceri: Taxa pentru serviciu. Exemple: Husk Power) – oferă soluții microelectrice pentru aplicații la distanță în țările în curs de dezvoltare. Două moduri în care puteți face acest lucru sunt crearea unui sistem de alimentare independent, de la baterii reîncărcabile, utilizate la sălile de clasă. Sau, ai putea crea o mini-centrală electrică care utilizează biomasă produsă de oameni, plante și animale dintr-un sat off-grid. Aceste tipuri de sisteme sunt foarte ieftine pentru a construi și a pune în aplicare și pot fi plătite pe bază de comision pentru utilizare. Această idee s-ar putea împrumuta, de asemenea, în sine, precum și o cooperativă.

## **1.4 Studiu privind economia socială în România**

### **1.4.1 Conceptul de economie socială**

Uniunea Europeană și restul lumii se confruntă cu schimbări tehnologice, sociale și economice care perturbă modul obișnuit de funcționare a piețelor economice. Apariția și progresul digitalizării, creșterea



globală a inegalităților dar și a insecurității locurilor de muncă sunt tendințe care schimbă rapid lumea noastră, aducând noi oportunități, dar și noi provocări care ne îndeamnă să ne gândim la lumea pe care dorim să o lăsăm generațiilor viitoare (Social Economy Europe, 2021).

Economia socială propune o soluție la această nouă realitate, susținând afaceri care plasează oamenii și indivizii înaintea profiturilor. Întreprinderile sociale se diferențiază față de întreprinderile obișnuite în sensul în care antreprenorul urmărește și un scop social, pe lângă crearea valorii economice, rezultată din punerea pe piață a anumitor produse sau servicii.

Economia socială este o parte crucială a peisajului socioeconomic în Europa: generează 8% din PIB-ul UE, existând 2,8 milioane de întreprinderi și organizații de economie socială care asigură în total 13,6 milioane de locuri de muncă (ERDF, 2021). O întreprindere creează valoare socială atunci când resursele, procesele, oamenii și politicile converg către îmbunătățirea vieții indivizilor sau a societății în ansamblul ei (REDF, 2001).

Ca activitate, în România, economia socială își are originile în asociațiile populare și de cooperative, care constituie coloana sa vertebrală (CIRIEC, 2012). În prezent, întreprinderile sociale doresc să se adreseze direct cetățenilor, să le identifice nevoile reale și să îi implice în crearea de soluții la provocări precum șomajul, munca precară, excluziunea socială, discriminarea și rasismul, schimbările climatice sau lipsa coeziunii.

În ciuda expansiunii economiei sociale în România, sectorul este încă unul emergent în comparație cu alte țări europene. La sfârșitul lunii martie a acestui an, la nivel național erau înregistrate oficial peste 1.600 de întreprinderi sociale. Precum și în cazul altor state, România are nevoie de Uniunea Europeană pentru a-și îmbunătăți vizibilitatea economiei sociale, ca o alianță de modele virtuozose de întreprindere, și pentru a sprijini recunoașterea și dezvoltarea acestora, pe picior de egalitate cu alte forme de întreprindere, pe toată piața unică europeană.

## 1.4.2 Obiectivele cercetării

- **Amprenta de carbon generată de întreprinderile sociale**

Economia socială recunoaște relația de interdependență între mediu, economie, social și politic. O societate prosperă poate funcționa doar în contextul unor relații sănătoase de reciprocitate între acești factori. Economia nu poate funcționa optim pe fondul unui mediu înconjurător în declin, precum nici mediul înconjurătorul nu poate fi protejat fără un aport economic. Chiar dacă la nivel teoretic grija față



UNIUNEA EUROPEANĂ



de mediul înconjurător este clar conceptualizată, întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) sunt responsabile pentru aproximativ 60% din toate emisiile de dioxid de carbon și 70% din toată poluarea la nivel mondial. IMM-urile au adesea probleme majore în ceea ce privește cunoștințele și capacitățile tehnice limitate pentru a face față propriului impact negativ asupra mediului (Parker, Redmond & Simpson, 2009).

Majoritatea cercetărilor în această direcție s-au concentrat asupra barierelor cu care se confruntă IMM-urile atunci când iau în considerare practici de protecție a mediului. S-a constatat că există o lipsă de angajament din partea managerilor de a reduce impactul lor negativ asupra amprentei de Carbon (Revell & Blackburn, 2007). Acest lucru se datorează faptului că aceștia consideră impactul lor asupra mediului ca fiind minim și adesea nu văd niciun motiv pentru a se angaja în protejarea mediului (Parker, Redmond & Simpson, 2009). Prin urmare, este important să explorăm cum putem încuraja întreprinderile sociale să se angajeze în schimbări tehnologice și practici care reduc nivelul actual de emisii de dioxid de carbon.

Ținând cont de starea incipientă privind cercetarea în sfera dinamicii întreprinderilor sociale din România, dar și de lipsa cercetărilor despre impactul pe care îl au acestea asupra amprentei de carbon și atitudinea față de mediu, lucrarea "Studiu privind analiza economiei sociale în România" propune următoarele obiective:

1. Analiza longitudinală a principalelor dimensiuni și indicatori a întreprinderilor de economie socială din România

Studiul va colecta date în două valuri (T1 și T2), utilizând metoda chestionarului, atât informații generale despre întreprindere (număr de angajați, cifra de afaceri, etc.) cât și auto-evaluarea în ceea ce privește sustenabilitatea ei. În acest fel vom putea furniza dovezi empirice care să arate că întreprinderile sociale furnizează un model de dezvoltare ce se adaptează la nevoile societății și la volatilitatea pieței din prezent: Ipoteza 1: Un nivel ridicat de sustenabilitate autoraportată la T1 se va asocia cu o creștere a principalilor indicatori de performanță (cifra de afaceri, număr de angajați, expertiza resurselor umane, etc.) la T2.

2. Identificarea principalelor obstacole pe care întreprinderile sociale le întâmpină în activitatea lor și în implementarea unui mod de funcționare cu emisii de carbon scăzute



Studiul urmărește de asemenea și realizarea unei analize a dificultăților raportate de eșantionul de întreprinderi urmărind două direcții: obstacole în dezvoltarea organică a afacerii și obstacole în implementarea unui mod de funcționare prietenos cu mediul.

În acest fel, studiul poate aduce o valoare adăugată domeniului economiei sociale prin evidențierea acestor bariere în așa fel încât să se țină cont de ele pentru impulsivarea acestui sector. Astfel ne vom aștepta ca:

- Ipoteza 2: Insuficiența de cunoștințe în domeniul lansării și gestionării întreprinderilor sociale și lipsa facilităților de finanțare vor fi cele mai frecvent raportate obstacole în ceea ce privește funcționarea optimă a întreprinderilor sociale;
- Ipoteza 3: Lipsa cunoștințelor despre produsele și practicile durabile și cultura și comportamentul consumatorilor vor fi cele mai frecvent raportate obstacole de către întreprinderile sociale în ceea ce privește implementarea unui mod de funcționare durabil.

## **2. STUDIU PRIVIND ANALIZA ECONOMIEI CIRCULARE ÎN ÎNTRERINDERILE SOCIALE DIN ROMÂNIA**

Faptul că este din ce în ce mai dificil să stabilim granițe între sectorul public, sectorul privat și sectorul neguvernamental nu reprezintă o noutate, cele trei începând să colaboreze atât la nivel formal cât și la nivel informal pentru a furniza servicii și produse pentru publicul general sau pentru anumite grupuri țintă.



Concepte precum antreprenoriat social sau întreprindere socială sunt de multe ori asociate eronat cu sectorul non-profit sau sectorul neguvernamental care are rolul de a ajuta sectorul public pentru a răspunde unor nevoi sociale. Conceptul de economie socială, de origine franceză, a apărut în literatura de specialitate în jurul anilor 1930 și se referă la organizații cu anumite trăsături, precum beneficiul membrilor sau al comunităților (Barna, 2014).

Economia socială reprezintă o soluție identificată pentru rezolvarea unor probleme cu caracter predominant social la nivelul Uniunii Europene și la nivel global, care definește un grup de organizații, dintre care cele mai cunoscute sunt cooperativele, casele de ajutor reciproc, asociațiile și fundațiile, ce urmăresc în principal realizarea de scopuri sociale și sunt caracterizate de sisteme de guvernare participativă (Comisia Europeană, 2013). Potrivit acestei directive, economia socială este privită ca o posibilitate de modernizare a modelului social European întrucât ea generează locuri de muncă și dezvoltă noi premise ale antreprenoriatului care să răspundă diverselor nevoi sociale.

## 2.1 Fundamente teoretice

### 2.1.1 Contextul și justificarea cercetării

Uniunea Europeană și restul lumii se confruntă cu schimbări tehnologice, sociale și economice care perturbă modul obișnuit de funcționare a piețelor economice. Apariția și progresul digitalizării, creșterea globală a inegalităților dar și a insecurității locurilor de muncă sunt tendințe care schimbă rapid lumea noastră, aducând noi oportunități, dar și noi provocări care ne îndeamnă să ne gândim la lumea pe care dorim să o lăsăm generațiilor viitoare (Social Economy Europe, 2021).

Economia socială propune o soluție la această nouă realitate, susținând afaceri care plasează oamenii și indivizii înaintea profiturilor. Întreprinderile sociale se diferențiază față de întreprinderile obișnuite în sensul în care antreprenorul urmărește și un scop social, pe lângă crearea valorii economice, rezultată din punerea pe piață a anumitor produse sau servicii. O întreprindere creează valoare socială atunci când resursele, procesele, oamenii și politicile converg către îmbunătățirea vieții indivizilor sau a societății în ansamblul ei (REDF, 2001).

Într-o societate care este nevoită să răspundă la provocări tot mai complexe, structurile economiei sociale se prezintă ca niște entități foarte importante pentru succesul Strategiei Europa 2030 întrucât „contribuie la creștere inteligentă răspunzând nevoilor sociale care nu sunt satisfăcute cu inovare socială. De asemenea, ele determină o creștere durabilă prin impactul lor pozitiv asupra mediului și prin viziunea lor pe termen lung, și totodată ele sunt în centrul procesului de creștere incluzivă datorită accentului pus pe



oameni și pe coeziunea socială”. Rolul întreprinderilor sociale nu poate fi contestat în ceea ce privește contribuția față de societate (Renshaw and Krishnaswamy, 2009), însă nu trebuie neglijată nici contribuția economică a acestora (Salamon, 2007).

La nivel european, economia socială este o parte crucială a peisajului socio-economic în Europa: generează 8% din PIB-ul UE, existând 2,8 milioane de întreprinderi și organizații de economie socială care asigură în total 13,6 milioane de locuri de muncă (ERDF, 2021). Cele mai întâlnite forme legale ale întreprinderilor sociale, la nivelul statelor Uniunii Europene sunt (Euricse, 2013):

- (1) asociațiile, fundațiile și alte forme similare într-o proporție de 92%,
- (2) cooperative și alte forme similare acceptate (7%)
- (3) case de ajutor reciproc și alte forme similare acceptate (1%).

Ca activitate, în România, economia socială își are originile în asociațiile populare și de cooperative, care constituie coloana sa vertebrală (CIRIEC, 2012). În prezent, trendul surprinde întreprinderi sociale care doresc să se adreseze direct cetățenilor, să le identifice nevoile reale și să îi implice în crearea de soluții la provocări precum șomajul, munca precară, excluziunea socială, discriminarea și rasismul, schimbările climatice sau lipsa coeziunii.

În ciuda expansiunii economiei sociale în România, sectorul este încă unul emergent în comparație cu alte țări europene. Precum și în cazul altor state, România are nevoie de Uniunea Europeană pentru a-și îmbunătăți vizibilitatea economiei sociale, ca o alianță de modele virtuozose de întreprindere, și pentru a sprijini recunoașterea și dezvoltarea acestora, pe picior de egalitate cu alte forme de întreprindere, pe toată piața unică europeană.

### 2.1.2 Clarificări conceptuale privind economia socială și antreprenoriatul social

Antreprenoriatul social este privit ca o sub-disciplină a antreprenoriatului, iar Certo (2008) definește conceptul ca “identificarea, evaluarea și exploatarea oportunităților rezultând în valoare socială. Austin et al. (2006) adaugă caracteristica de inovare a activităților de antreprenoriat social și face referire la diversitatea mediului social care poate apărea în cadrul privat, public sau non-profit. Așadar, antreprenoriatul nu este destinat exclusiv sectorului nonprofit. Non-profit Practice Guide definește întreprinderea socială ca o companie non-profit care combină pasiunea unei misiuni sociale cu disciplina, inovarea și determinarea, de obicei asociate cu sectorul generator de profit.





Departamentul pentru Afaceri, Inovare și Calificare - Department for Business, Innovation and Skills- (BIS, 2011) potrivit căruia întreprinderea socială este o afacere condusă în principal de obiective sociale și a cărei surplus este în mare parte reinvestit în întreprindere sau comunitate, mai degrabă decât de nevoia de a maximiza profitul în favoarea acționarilor și a conducerii. Conceptele cheie ce reies din această definiție sunt afacere și utilizarea surplusului pentru obiective sociale.

Pornind de la această definiție se pot contura o serie de condiții pe care o organizație ar trebui să le îndeplinească pentru a fi inclusă în categoria întreprinderilor sociale, după cum urmează (Price, 2009):

- Întreprinderile sociale sunt firme care comercializează produse și/sau servicii. Acestea nu depind pe termen lung de mecanisme de finanțare precum donații, granturi sau alte fonduri publice sau private. Sustenabilitatea financiară a acestora este asigurată prin activitatea comercială.
- Întreprinderile sociale reinvestesc surplusul obținut pentru atingerea unor obiective cu caracter social. Diferența dintre venituri și cheltuieli nu trebuie să fie mare, dar trebuie să existe. O modalitate de atingere a unor obiective sociale de către întreprinderile sociale este și angajarea de persoane care fac parte din grupuri vulnerabile precum persoanele cu dizabilități, foști delicvenți, persoane aflate la risc de sărăcie etc. În sensul legii (Legea nr. 292, 2011) “grupul vulnerabil desemnează persoane sau familii care sunt în risc de a-și pierde capacitatea de satisfacere a nevoilor zilnice de trai din cauza unor situații de boală, dizabilitate, sărăcie, dependență de droguri sau de alcool ori a altor situații care conduc la vulnerabilitate economică și socială”;
- Întreprinderile sociale sunt răspunzătoare mai degrabă în fața stakeholderilor decât în fața acționarilor.

Întreprinderea socială este un operator în cadrul economiei sociale ale cărei obiective principale sunt mai degrabă de a avea un impact social decât obținerea de profit pentru acționari sau alți stakeholderi.

Aceasta operează prin furnizarea pe piață a unor bunuri și servicii într-o manieră antreprenorială și inovativă și folosește profitul în primul rând pentru a atinge obiective sociale. Întreprinderea socială este condusă într-un mod deschis și responsabil și, mai ales, implică angajații, consumatorii și stakeholderii afectați de activitatea sa comercială (Comisia Europeană).

Potrivit lui Certo și Miller (2008), întreprinderile sociale pot alocă un grad diferit de importanță misiunii sociale. Alter (2006) exemplifică acest aspect prin organizații care furnizează același tip de servicii a

căror obiective sunt majoritar sociale și întreprinderi a căror obiectiv principal este obținerea de profit. Opiniile în rândul cercetătorilor sunt împărțite, o parte fiind de părere că îmbinarea obiectivelor sociale cu cele economice sunt benefice pentru antreprenorii sociali (Emerson și Twersky, 1996), în timp ce alții sunt de părere că preocuparea antreprenorilor sociali pentru valoarea economică ar trebui să fie limitată, iar obiectivul principal ar trebui să fie centrat pe crearea de valoare socială (Seelos și Mair, 2005).

Astfel, componenta antreprenorială se referă la implicarea într-un proces încadrat într-un context socio-economic ce creează valoare (Chell, 2007), în cazul întreprinderilor sociale se pune accentul pe crearea de valoare socială.

Întreprinderile sociale susțin dezvoltarea economică locală prin (1) furnizarea de servicii și bunuri pe care sectorul privat sau sectorul public nu doresc sau nu pot să le furnizeze, (2) prin dezvoltarea de abilități și competențe, (3) prin crearea de noi locuri de muncă și (4) prin creșterea implicării societății civile (Smallbone et al., 2001).



Figura adaptată după Wilkinson et al., 2013

Figura 2.1

Renshaw și Krishnaswamy (2009) subliniază importanța sustenabilității întreprinderilor sociale pentru mediul social și financiar al unei națiuni.

Întreprinderile sociale se deosebesc față de alte întreprinderi prin următoarele:

- Misiunea lor este mai mult de a crea valoare socială decât a genera profit (Lettieri et al., 2004). Dees (1998) consideră ca misiunea socială explicită și centrală pentru antreprenorii sociali afectând modul în care aceștia percep oportunitățile de finanțare: impactul legat de misiune

devine un criteriu central și nu crearea de bunăstare care este doar un mijloc pentru scopul antreprenorilor sociali;

- Serviciile acestora sunt destinate în special persoanelor din grupuri defavorizate precum persoane cu dizabilități, persoane în vârstă, familii dezavantajate, copii și tineri aflați în situații de risc etc. (Cardoso, Meireles și Peralta, 2012);
- Utilizează tehnici preluate din economia de piață pentru a crea valoare socială (Talbot et al. 2002);
- Sunt finanțate printr-un mix de granturi și operațiuni de auto-finanțare (Luke și Chu, 2013);
- Utilizează calitatea capitalului uman ca o sursă de inovare și reînnoire strategică (Bontis, 1998);
- Profitul este reinvestit în vederea atingerii obiectivelor sociale (Dobrai and Farkas, 2008).

### 2.1.3 Economia socială în România

Dezvoltarea întreprinderilor sociale este condiționată de existența unui cadru legal specific care să recunoască și să reglementeze din punct de vedere juridic conceptul de întreprindere socială. La nivelul Uniunii Europene, state precum Finlanda, Lituania și Italia au adoptat legi care reglementează statutul întreprinderilor sociale începând cu anii 2003, în timp ce în Polonia, Olanda și Franța reglementarea acestora este în faza de proiect de lege.

Din perspectivă legală economia socială este definită prin art. 2 al. (1) ca fiind „ansamblul organizațiilor organizate independent de sectorul public, al căror scop este să servească interesul general, interesele unei colectivități și/sau interesele personale nepatrimoniale, prin creșterea gradului de ocupare a persoanelor aparținând grupului vulnerabil și/sau producerea de bunuri, prestarea de servicii și/sau execuția de lucrări.”

Potrivit legii naționale, întreprinderile sociale pot fi organizate sub forma unor cooperative de credit, asociații, fundații, case de ajutor reciproc ale salariaților, case de ajutor reciproc ale pensionarilor, societăți agricole sau orice alte categorii de persoane juridice care respectă, conform actelor legale de înființare și organizare, definiția și principiile economiei sociale enunțate în legea economiei sociale.

Principiile economiei sociale, așa cum rezultă din legea economiei sociale nr. 219/2015 se referă la:

- a) Prioritatea acordată individului și obiectivelor sociale în fața creșterii profitului;
- b) Solidaritate și responsabilitate colectivă;



- c) Convergența dintre interesele membrilor asociați și interesul general și/sau interesele unor colectivități;
- d) Control democratic al membrilor, exercitat asupra activităților desfășurate;
- e) Caracter voluntar și liber al asocierii în formele de organizare specific domeniului economiei sociale;
- f) Personalitate juridică distinctă, autonomie de gestiune și independență față de autoritățile publice;
- g) Alocarea celei mai mari părți a profitului/excedentului financiar pentru atingerea obiectivelor de interes general, ale unei colectivități sau în interesul personal nepatrimonial al membrilor.

Potrivit legii nr. 219/2015, art. 6 al. 1d) statutul de întreprindere socială este certificat de un atestat de întreprindere socială prin care se recunoaște contribuția acestora la dezvoltarea domeniului economiei sociale. Entitățile economiei sociale pot fi întreprinderi sociale sau întreprinderi sociale de inserție.

În ciuda ultimelor eforturi de a crea un cadru favorabil dezvoltării sectorului întreprinderilor sociale în România, anumite bariere încă persistă (Wilkinson, 2014):

- Gradul scăzut de înțelegere a conceptului de întreprindere socială este principala barieră care stă în calea dezvoltării întreprinderilor sociale. Recunoașterea întreprinderilor sociale de către actorii de politici publice, funcționarii publici, publicul general, investitori, parteneri și potențiali beneficiari este scăzută, în anumite țări conceptul de întreprindere socială fiind asociat cu activitățile de integrare a persoanelor dezavantajate sau cu dizabilități a sectorului neguvernamental fără legătură cu activitatea antreprenorială.
- Lipsa de servicii specializate în dezvoltarea afacerilor și de susținere precum incubatoare, scheme de mentorat și de calificare profesională precum și de pregătire pentru investiții. Acestea sunt necesare având în vedere misiunea cu caracter dual, necesitatea de dezvoltare a unui model de afaceri, grupurile țintă cărora se adresează acestea și sectoarele de activitate specifice.
- Lipsa unui cadru legal din multe dintre statele membre face dificilă crearea unor programe de susținere și oferirea de stimulente financiare din partea autorităților publice pentru întreprinderile sociale.
- Accesul pe piață. Utilizarea inadecvată a clauzelor sociale, practicile curențe din domeniul achizițiilor publice, întârzierile privind plățile contribuie negativ la competitivitatea întreprinderilor sociale pe piețele achizițiilor publice.



UNIUNEA EUROPEANĂ



- Accesul la finanțare. Investitorilor convenționali și creditorilor nu le este foarte clară misiunea duală și caracterul hibrid al întreprinderilor sociale. Investitorii specializați, instrumentele și intermediarii financiari sunt inexistenți sau puțin dezvoltați la nivelul statelor Uniunii Europene ceea ce face dificilă accesarea de fonduri din surse externe de către întreprinderile sociale.
- Absența unor mecanisme comune pentru măsurarea și demonstrarea impactului întreprinderilor sociale care să rezulte într-o mai mare transparență, responsabilitate și recunoaștere a impactului întreprinderilor sociale și astfel un mai mare interes din partea investitorilor externi și a publicului larg.

#### 2.1.4 Justificarea economiei circulare în cadrul întreprinderilor sociale

Piețele economice actuale și activitatea întreprinderilor de la nivel global sunt caracterizate de un consum excesiv și irațional al resurse naturale alimentat de atitudinea consumeristă a societății. Acest model de consum este unul liniar, care determină un consum accelerat și o utilizare extensivă a resurselor naturale care duce în timp la creșterea cantității de deșeuri, contaminare mediului, respectiv la accelerarea schimbărilor climatice. Mai mult de atât, impactul modelului liniar este agravat de obiceiurile de consum din prezent, asociate din ce în ce mai mult cu o rată înaltă de înlocuire a produselor, chiar înainte de epuizarea ciclului lor util de viață.

Economia circulară reprezintă o alternativă la această paradigmă liniară și vizează producția și consumul de bunuri dar și de servicii în cadrul unor fluxuri de materiale în buclă închisă în care se ține cont de potențialul impact asupra mediului încă din faza de proiectare a produselor, urmărind decuplarea prosperității economice de la consumul de resurse (Sauvé, Bernard & Sloan, 2016). Mai exact, economia circulară reprezintă un sistem economic care înlocuiește conceptul de sfârșit de viață cu reducerea, reutilizarea alternativă, reciclarea și recuperarea materialelor în procesele de producție, distribuție și consum.

Economia circulară are aplicații la nivel micro (produse, companii, consumatori), nivel mezo (parcuri eco-industriale) dar și nivel macro (orașe, țări), scopul final fiind acela de a atinge o dezvoltare durabilă, creând astfel simultan un mediu calitativ și prosperitate economică, fără a compromite bunăstarea generațiilor viitoare (Kirchherr, Reike & Hekkert, 2017). În acest context, întreprinderile sociale pot juca un rol cheie în accelerarea tranziției la modelul circular al economiei.

Economia socială recunoaște relația de interdependență între mediu, economie, social și politic. O societate prosperă poate funcționa doar în contextul unor relații sănătoase de reciprocitate între acești



factori. Economia nu poate funcționa optim pe fondul unui mediu înconjurător în declin, precum nici mediul înconjurătorul nu poate fi protejat fără un aport economic.

Chiar dacă la nivel teoretic grija față de mediul înconjurător este clar conceptualizată, întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) sunt responsabile pentru aproximativ 60% din toate emisiile de dioxid de carbon și 70% din toată poluarea la nivel mondial. IMM-urile au adesea probleme majore în ceea ce privește cunoștințele și capacitățile tehnice limitate pentru a face față propriului impact negativ asupra mediului (Parker, Redmond & Simpson, 2009).

Majoritatea cercetărilor în această direcție s-au concentrat asupra barierelor cu care se confruntă IMM-urile atunci când iau în considerare practici de protejare a mediului. S-a constatat că există o lipsă de angajament din partea managerilor de a reduce impactul lor negativ asupra amprentei de Carbon (Revell & Blackburn, 2007).

Acest lucru se datorează faptului că aceștia consideră impactul lor asupra mediului ca fiind minim și adesea nu văd niciun motiv pentru a se angaja în protejarea mediului (Parker, Redmond & Simpson, 2009).

Prin urmare, este important să explorăm cum putem încuraja întreprinderile sociale să se angajeze în schimbări tehnologice și practici care reduc nivelul actual de emisii de dioxid de carbon, păstrându-și în același timp rentabilitatea și profitul intact.

## 2.2 Metodologia cercetării

### 2.2.1 Obiectivele cercetării

Ținând cont de starea incipientă privind cercetarea în sfera dinamicii întreprinderilor sociale din România, dar și de lipsa cercetărilor despre impactul pe care îl au acestea asupra amprentei de carbon și atitudinea față de mediu, lucrarea "STUDIUL PRIVIND ANALIZA ECONOMIEI CIRCULARE ÎN ÎNTRINDERILE SOCIALE DIN ROMÂNIA" propune următoarele obiective:

1. Analiza datelor secundare privind economia socială în România

Acest obiectiv presupune analiza literaturii de specialitate și a bazelor de date oficiale privind economia și întreprinderile sociale din România. Se vor prezenta și analiza trendurile actuale în ceea ce privește dinamica întreprinderilor actuale, perspective teoretice dar și reglementări legislative specifice mediului național. De asemenea, se va include și o analiză referitoare la starea de fapt a întreprinderilor sociale și raportarea acestora față de problematica economiei circulare și dezvoltării sustenabile. Având în vedere



UNIUNEA EUROPEANĂ



cantitatea ridicată de emisii de carbon la nivel mondial emisă de către IMM-URI dar și obiectivele de dezvoltare durabilă la care România a aderat și care prevăd trecerea la o economie decuplată de carbon, o analiză a modului în care întreprinderile sociale se raportează la problematica amprentei de carbon este imperioasă, în special în absența unor cercetări anterioare. În această etapă a analizei vor fi luate în considerare toate cele 8 Regiuni de Dezvoltare. Principale surse consultate, în ceea ce privește datele secundare vor fi:

- articole științifice;
  - rapoarte oficiale naționale și europene;
  - cadre legislative naționale și europene;
  - strategii de interes la nivel national;
  - baze de date ale organelor abilitate în acest sens (INS, Ministerul Muncii și protecției sociale).
2. Colectarea și prelucrarea cantitativă a datelor furnizate de întreprinderile sociale respondent

Studiul va colecta prin intermediul unui chestionar elaborat date în două valuri (T1 și T2), atât informații generale despre întreprindere (număr de angajați, cifra de afaceri, etc.) cât și autoevaluarea în ceea ce privește sustenabilitatea ei. În acest fel vom putea furniza dovezi empirice care să arate că întreprinderile sociale furnizează un model de dezvoltare ce se adaptează la nevoile societății și la volatilitatea pieței din prezent. Datele vor fi colectate din toate cele 8 regiuni de dezvoltare, softul utilizat fiind SPSS. Prin prelucrarea datelor vom putea trage concluzii și asupra dificultăților raportate de eșantionul de întreprinderi urmărind două direcții: obstacole în dezvoltarea organică a afacerii și obstacole în implementarea unui mod de funcționare prietenos cu mediul. În acest fel, studiul poate aduce o valoare adăugată domeniului economiei sociale prin evidențierea acestor bariere în așa fel încât să se țină cont de ele pentru impulsionarea acestui sector.

3. Analiza particularităților întreprinderilor sociale din Regiunea Nord-Vest: Modele de bună practică

Acest obiectiv conduce nivelul de analiză la un nivel mai specific. În urma analizei datelor cantitative furnizate de întreprinderile respondente se va realiza o caracterizare detaliată a Regiunii Nord-Vest din punct de vedere al modelelor de bună practică identificate. Vor fi prezentate și analizate acele întreprinderi care demonstrează un model sustenabil și inovativ de creare a unui impact pozitiv asupra comunității dar și cele care iau în considerare practicile economiei circulare în vederea unui mod de



funcționare și de creare de profit pretenos cu mediul. De asemenea, va fi analizat și potențialul lor de replicabilitate în alte regiuni în ceea ce privește posibilitatea creării unui impact pozitiv în comunități.

#### 4. Elaborarea unui ghid de recomandări privind funcționarea optimă a întreprinderilor sociale

Acest obiectiv însumează de fapt totalitatea analizelor teoretice și cantitative realizate. Pe baza rezultatelor chestionarului și analiza literaturii de specialitate se vor fundamenta empiric o serie de recomandări pentru funcționarea întreprinderilor sociale referitoare la sustenabilitatea financiară, crearea unui impact pozitiv în comunitate dar și implementarea cu succes a practicilor specifice economiei circulare.

## 2.3 Caracteristicile întreprinderilor sociale din România

### 2.3.1 Ecosistemul întreprinderilor sociale din România

Ecosistemul specific întreprinderilor sociale din România înglobează o varietate de actori, atât publici, cât și privați. Nivelul lor de înțelegere a conceptului și modul în care acest tip de organizație poate contribui mai bine la societatea românească influențează acțiunile și atitudinile lor în ceea ce privește dezvoltarea unui cadru politic favorabil. Ca urmare a interacțiunii lor, politicile publice care vizează întreprinderile sociale din România sunt limitate la recunoaștere și le lipsește coerența și viziunea strategică. Factorii de decizie publici par să înțeleagă întreprinderile sociale ca vehicule pentru integrarea în muncă a grupurilor vulnerabile și a actorilor cu roluri marginale în cadrul sistemului de asistență socială. Finanțarea publică pentru dezvoltarea întreprinderilor sociale este limitată în principal la finanțarea UE, concentrându-se mult pe inițiativele de înființare. Sistemul de achiziții publice recent reformat are numeroase probleme în implementarea instrumentelor politice moderne care vizează stimularea activităților întreprinderilor sociale (Lambru & Petrescu, 2019, 2016).





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instituțiile de cercetare și educație au jucat un rol instrumental în diseminarea conceptului de întreprindere socială, împreună cu exemple de bune practici în politici și management. Deși foarte fragilă, prezența acestor instituții a avut un impact asupra construirii unei noi categorii de profesioniști care lucrează în sau cu întreprinderi sociale, construind o bază de cunoștințe despre sectorul întreprinderilor sociale și caracteristicile sale.

România generează, de asemenea, o comunitate dinamică de rețele și coaliții implicate în calitate de antreprenori politici sau participanți activi la toate activitățile de advocacy care vizează promovarea unui cadru politic favorabil întreprinderilor sociale. Cei mai relevanți stakeholderi la nivelul României sunt prezentați sumativ în cele ce urmează:

- Entități guvernamentale: Ministerul Muncii și Protecției Sociale și Agențiilor și instituțiile descentralizate, Ministerul Fondurilor Europene și Ministerul Economiei iau majoritatea deciziilor în sectorul economiei sociale. Ministerul Muncii și Justiției Sociale, prin Departamentul de Incluziune Socială / Politici ale Serviciilor Sociale, a contribuit la proiectarea legislației în domeniul economiei sociale. Departamentul „Politici privind ocuparea forței de muncă, competențe și mobilitate profesională” și Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă (ambele sub coordonarea Ministerului Muncii și Justiției Sociale) au contribuit, de asemenea, la implementarea legii economiei sociale.
- Institute de cercetare: Datorită finanțării europene, interesul pentru cercetare în sectorul economiei sociale continuă să crească, așa cum se vede cu noile cursuri academice și programe de formare specializată. Cercetările în acest domeniu emergent au contribuit la construirea de informații / cunoștințe relevante, structurate și fiabile despre sectorul economiei sociale, inclusiv dinamica întreprinderilor sociale.
- Organizații reprezentative, rețele și centre de sprijin reciproc: Pentru a stimula promovarea politicilor, organizații reprezentative puternice, rețele și centre de resurse oferă o voce importantă întreprinderilor sociale, identificând nevoile specifice și pledând pentru schimbare. Aceste organizații și rețele reprezentative s-au mobilizat în timpul procesului de instituționalizare a întreprinderilor sociale. Cu toate acestea, rolul lor potențial în dezvoltarea întreprinderii sociale rămâne departe de a fi pe deplin dezvoltat
- Uniunea Europeană: UE reprezintă un actor important, deoarece finanțarea sa a creat un mediu mai favorabil pentru sectorul economiei sociale. Mai mult, oferă o sursă importantă pentru dezvoltarea întreprinderilor sociale. Începând din 2007, subvențiile acordate inițiativelor de



UNIUNEA EUROPEANĂ



înființare a întreprinderilor sociale (finanțate din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane) au fost cel mai important sprijin financiar pentru aceste organizații.

- Mediu de afaceri: În ceea ce privește finanțarea, programele de responsabilitate socială corporativă (CSR) ale multor corporații reprezintă o sursă modestă pentru întreprinderile sociale, deoarece acestea se concentrează în principal pe finanțarea proiectelor de antreprenoriat social.

### 2.3.2 Economia circulară în contextul întreprinderilor sociale

Economia socială recunoaște relația de interdependență între mediu, economie, social și politic. O societate prosperă poate funcționa doar în contextul unor relații sănătoase de reciprocitate între acești factori. Economia nu poate funcționa optim pe fondul unui mediu înconjurător în declin, precum nici mediul înconjurătorul nu poate fi protejat fără un aport economic.

Chiar dacă la nivel teoretic grija față de mediul înconjurător este clar conceptualizată, întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) sunt responsabile pentru aproximativ 60% din toate emisiile de dioxid de carbon și 70% din toată poluarea la nivel mondial. IMM-urile au adesea probleme majore în ceea ce privește cunoștințele și capacitățile tehnice limitate pentru a face față propriului impact negativ asupra mediului (Parker, Redmond & Simpson, 2009).

Preluând principiile economiei sociale, putem încuraja munca incluzivă și etică în economia circulară. Economia circulară are potențialul de a crea diferite tipuri de impact social pozitiv, inclusiv redistribuirea și îmbunătățirea oportunităților de muncă pentru indivizi cu o gamă largă de competențe. Cu toate acestea, fundamentele sociale ale economiei circulare rămân subexplorate în România și, ca urmare, nu există multe date statistice în acest sens.

Pentru a depăși provocările cu care ne confruntăm la nivel global, de la creșterea inegalității la pierderea rapidă a biodiversității, avem nevoie de schimbări sistemice majore și de o abordare nouă. Economia circulară integrată în economia socială oferă o astfel de abordare. Modelele circulare de afaceri își propun să abordeze un rezultat pe trei niveluri la nivelul comunităților: crearea unui impact pozitiv asupra mediului, economic și social. Acest fapt ne oferă o oportunitate de a redefini munca, a reechilibra puterea și a reimagina modul în care folosim și valorificăm resursele - inclusiv forța de muncă.

Circularitatea prezintă, de asemenea, oportunități de consolidare a economiilor locale din România și asigurarea de locuri de muncă. De exemplu, partajarea resurselor prin grupuri de lanțuri de valori în



buclă închisă crește activitatea descentralizată. Activitățile descentralizate și luarea deciziilor formează sistemele de guvernare mai aproape de comunitățile iar prin aceasta, pot implica activ și extinde participarea la aceste procese. Spre exemplu, în Europa, întreprinderile sociale care oferă locuri de muncă ce implică activități de reutilizare au primit o denumire specială: Întreprinderi ECO-WISE. Din aceste considerente, economia circulară reprezintă instrument cheie pentru redresarea economică în urma pandemiei COVID-19, oferind o foaie de parcurs pentru a crea locuri de muncă circulare și durabile care pot ajuta comunitățile să devină mai reziliente.

### 2.3.3 Sustenabilitatea întreprinderilor sociale

Organizațiile non-profit depind prin natura lor de surse externe de finanțare, acestea fiind grupate în 4 categorii (Anheier, 2005; Fonadova et al, 2016):

- Alocări financiare de la stat (ex. granturi, subvenții);
- Contribuții private (donații și filantropie);
- Venituri comerciale;
- Taxe de utilizator.

Salamon et al. (2012) susține că taxele și tarifele reprezintă sursa majoră de venituri a organizațiilor non-profit și nu filantropia. Studiile arată că 53% din veniturile organizațiilor non-profit provin din taxele pentru serviciile prestate și veniturile comerciale realizate, cotizații și alte surse comerciale. În 24 din 34 de țări analizate, taxele de utilizator reprezintă sursa majoră a acestor organizații, fără a lua în considerare granturile (Salamon, 2004).

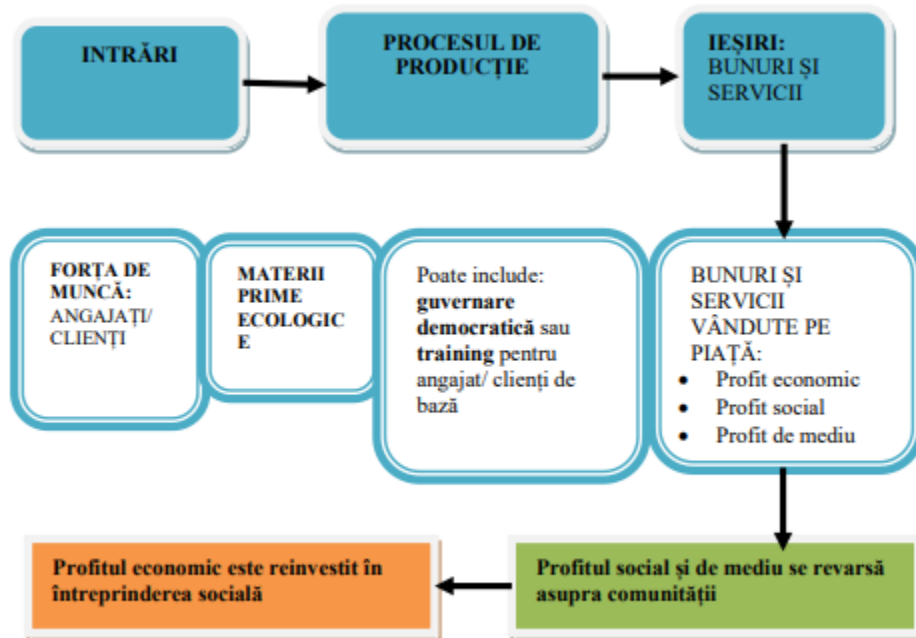
Mediul instituțional și domeniul în care își desfășoară activitatea au un rol esențial pentru sustenabilitatea financiară a organizațiilor sociale (Kerlin și Pollak, 2011; Fonadova et al, 2016), unele domenii de activitate fiind mai încurajate decât altele prin alocări financiare private sau publice. În acest context de diferențiere, ia naștere o nouă formă de organizație socială, și anume întreprinderea socială, care oferă organizațiilor non-profit o sursă de venituri prin adaptarea la modelul tradițional de afaceri (Kerlin, 2010).

Întreprinderile sociale sunt organizații antreprenoriale care inovează pentru a rezolva probleme. Acestea pot fi organizații profit sau non-profit, rezultatul fiind o contopire dintre beneficii sociale și financiare (Bugg-Levine et al., 2012). Rațiunea formării organizațiilor sociale variază de la un stat la altul, însă cel

mai comun argument este acela că întreprinderile sociale se adresează mai eficient problemelor sociale și de mediu decât administrația publică (Radhari et al., 2016).

Acest concept oferă un mecanism pentru atingerea unui scop dual, al dezvoltării sociale și economice pentru eradicarea sărăciei. Întreprinderea socială folosește modelul de afaceri ca instrument al dezvoltării sociale (Zainon et al., 2014). Modelul de business al acestor organizații hibride este construit pentru a servi piețe care nu sunt acoperite de firme și guvern. O astfel de piață este piața muncii compusă din persoanele cu dizabilități (Haigh et al., 2015). Sustenabilitatea organizațiilor sociale, inclusiv a întreprinderilor sociale poate fi reprezentată printr-o funcție compusă din trei influențe cauzale: acumularea de capital, o nevoie recunoscută de comunitate și o legitimitate percepută a organizației. În lipsa unuia dintre acești factori cauzali, organizația devine nesustenabilă.

Abilitatea acestor organizații de a oferi bunuri și servicii crește sau scade odată cu disponibilitatea capitalului (Bugg-Levine et al., 2012; Zainon et al., 2014), astfel că dezvoltarea unor modele de business și a unor strategii care să echilibreze riscul abaterii de la misiunea organizației cu riscul insolvenței financiare devine vitală (Haigh et al., 2015).



**Figura 2.2** Tipar de funcționare a întreprinderii sociale

În activitatea lor comercială, întreprinderile sociale utilizează intrări alternative, ori un proces modificat de producție, odată ce un bun sau serviciu fiind produs și vândut pe piață, fiind posibil să se identifice



un profit social și de mediu, nu doar profitul economic (Wallace, 2005). Întreprinderile sociale joacă un rol integrat pentru valorificarea capacităților sale în ceea ce privește dobândirea de resurse și exploatarea oportunităților, ajutorul reciproc, comunitatea și solidaritate în limita legitimității, pentru procesul de producție în vederea obținerii rezultatelor în ceea ce privește bunuri sau servicii. Rolul integrat al întreprinderilor sociale, dintre organizație și părțile interesate, creează "activele relaționale" ale organizației (Haugh, 2005).

Succesul unei întreprinderi sociale este dat de latura socială și nu cea de business. Abilitatea de a fi viabile financiar printr-un mix de canale de finanțare, inclusiv comerțul, reprezintă doar un mijloc de atingere a scopului social (Zainon et al., 2014).

Lipsa unor oportunități de finanțare rămâne una dintre dezavantajele majore ale întreprinderilor sociale, multe dintre acestea supraviețuind doar prin subvenții de la stat, fundații caritabile sau donații de la persoane care acceptă încasări financiare mai mici prin investiția în proiectul social (Bugg-Levine et al., 2012). Totuși, organizațiile hibride care se angajează într-o activitate cu potențial de creștere și profitabilitate sunt caracterizate de autofinanțare (Haigh et al., 2015).

În România, întreprinderile sociale și-au câștigat legitimitatea prin adoptarea legii economiei sociale și recent prin adoptarea normelor metodologice de aplicare a legii economiei sociale. Orice organizație poate solicita să i se recunoască statutul de întreprindere socială printr-un atestat de întreprindere socială și opțional, prin marca socială de inserție profesională. Potențialul de dezvoltare al acestor întreprinderi rămâne incert, astfel că un studiu care abordează această tematică din perspectiva potențialilor beneficiari ai bunurilor și serviciilor oferite de întreprinderile sociale este foarte util pentru organizațiile care sunt atestate sau care doresc să obțină atestatul de întreprindere socială.

## 2.4 Forme de organizare în economia socială

### 2.4.1 Evoluția reglementărilor legale privind întreprinderile sociale din România

Întreprinderile sociale au fost instituționalizate acum 6 ani în România. La sfârșitul unui proces de consultare politică de cinci ani, Legea 2019/2015 privind economia socială a fost adoptată, oferind recunoaștere legală întreprinderilor sociale.

Întreprinderile sociale au fost instituționalizate acum 6 ani în România. La sfârșitul unui proces de consultare politică de cinci ani, Legea 2019/2015 privind economia socială a fost adoptată, oferind recunoaștere legală întreprinderilor sociale.

**Tabel 2.2** Recunoașterea legală a economiei sociale sau a statutului de întreprindere social (CIRIEC, 2012)

Statul membru	Lege	Numele legii/ Proiectul de lege
SPANIA	DA	<i>Economia socială (2011)</i>
GRECIA	DA	<i>Economia socială și întreprinderile sociale (2011)</i>
BELGIA (WALLONIA)	DA	<i>Economia socială (2008, Decret regional)</i>
FINLANDA	DA	<i>Întreprinderea socială (2003)</i>
LITUANIA	DA	<i>Întreprinderea socială (2004)</i>
ITALIA	DA	<i>Întreprinderea socială (2005)</i>
PORTUGALIA	DA	<i>Economia socială (2013)</i>
ROMÂNIA	DA	<i>Întreprinderea socială (2015)</i>
SLOVENIA	DA	<i>Întreprinderea socială (2011)</i>
PORTUGALIA	DA	<i>Economia socială (2013)</i>
POLONIA	Proiect	<i>Economia socială (2012)</i>
OLANDA	Proiect	<i>Întreprinderea socială</i>
FRANȚA	Proiect	<i>Economie de solidaritate</i>

Stănescu și colaboratorii (2013) sugerau în articolul intitulat “Social economy in Romania: Recommendations for development” revizuirea legislației naționale cu privire la modul de operare al entităților economiei sociale având în vedere armonizare acesteia cu normativele comunitare. În acest sens a fost aprobată Legea nr. 219/2015 privind economia socială.

Din perspectivă legală economia socială este definită prin art. 2 al. (1) ca fiind „ansamblul organizațiilor organizate independent de sectorul public, al căror scop este să servească interesul general, interesele unei colectivități și/sau interesele personale nepatrimoniale, prin creșterea gradului de ocupare a persoanelor aparținând grupului vulnerabil și/sau producerea de bunuri, prestarea de servicii și/sau execuția de lucrări.”

Potrivit legii naționale, întreprinderile sociale pot fi organizate sub forma unor cooperative de credit, asociații, fundații, case de ajutor reciproc ale salariaților, case de ajutor reciproc ale pensionarilor, societăți agricole sau orice alte categorii de persoane juridice care respectă, conform actelor legale de înființare și organizare, definiția și principiile economiei sociale enunțate în legea economiei sociale.



Ordonanța de guvern nr. 26 din 2000 prevede posibilitatea ca organismele neguvernamentale să înființeze societăți comerciale, iar dividendele obținute din activitatea acestora, în cazul în care nu se reinvestesc în aceeași societate economică, este obligatoriu să se folosească în realizarea scopului asociației, fundației sau federației. De asemenea, aceste organizații pot desfășura activități economice directe cu condiția de a fi în strânsă legătură cu scopul principal al persoanei juridice, aceste activități având un caracter accesoriu. Această activitate economică prevăzută de lege a permis dezvoltarea întreprinderilor sociale până la momentul reglementării activității întreprinderilor sociale prin promulgarea legii economiei sociale, în anul 2015.

Referitor la relațiile organizațiilor neguvernamentale, inclusiv întreprinderile sociale, cu autoritățile publice, acestea din urmă vor oferi sprijin prin punerea la dispoziție a unor spații pentru sedii sau atribuirea de terenuri pentru ridicarea unor construcții care să servească la desfășurarea activității organizației. Pentru atribuirea de terenuri și spații pentru sedii, autoritățile publice locale, la cererea organizațiilor neguvernamentale, vor constitui liste de prioritate. Autoritățile publice sunt obligate să pună informațiile de interes public la dispoziția asociațiilor, fundațiilor și federațiilor.

Potrivit legii nr. 219/2015, art. 6 al. 1d) statutul de întreprindere socială este certificat de un atestat de întreprindere socială prin care se recunoaște contribuția acestora la dezvoltarea domeniului economiei sociale. Entitățile economiei sociale pot fi întreprinderi sociale sau întreprinderi sociale de inserție. Atestatul de întreprindere socială se acordă de către Agenția Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă (AJOFM) pentru o perioadă de 5 ani cu posibilitatea prelungirii acestuia acelor entități juridice care dovedesc prin acte de înființare și funcționare respectarea următoarelor principii, așa cum prevede Legea economiei sociale, respectiv:

- Acționează în scop social și/sau în interesul general al comunității;
- Alocă minimum 90% din profitul realizat scopului social și rezervei statutare;
- Se obligă să transmită bunurile rămase în urma lichidării către una sau mai multe întreprinderi sociale;
- Aplică principiul echității sociale față de angajați, asigurând niveluri de salarizare echitabile, între care nu pot exista diferențe care să depășească raportul de 1 la 8.

Întreprinderea socială de inserție reprezintă întreprinderea socială care (a) are permanent cel puțin 30% din personalul angajat aparținând grupului vulnerabil, astfel încât timpul de lucru cumulat să reprezinte cel puțin 30% din total timpul de lucru al tuturor angajaților și (b) are ca scop lupta împotriva



excluziunii, discriminărilor și șomajului prin inserția socio-profesională a persoanelor defavorizate. Statutul de întreprindere socială se certifică prin acordarea mărcii sociale.

În vederea implementării legii economiei sociale a fost lansat spre dezbatere publică Hotărârea pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor Legii nr. 219/2015 privind economia socială format din trei capitole: Capitolul I – Dispoziții generale, Capitolul II – Atestatul de întreprindere socială și Capitolul III – Marca socială. Capitolul II reglementează procedura obținerii atestatului de întreprindere socială, obligațiile întreprinderilor sociale atestate, precum și suspendarea și retragerea atestatului de întreprindere socială.

Capitolul III reglementează procedura acordării mărcii sociale, obligațiilor întreprinderilor sociale de inserție, suspendarea și retragerea mărcii sociale, anularea mărcii sociale. De asemenea, se aduce în discuție Planul județean de inserție socioprofesională ca „document de planificare elaborat de agențiile de ocupare prin compartimentele pentru economie socială, pe o perioadă de 3 ani, prin consultarea întreprinderilor sociale de inserție certificate și a serviciilor publice de asistență socială de la nivel local și județean.”

Ca anexe la normele metodologice apar modelele tipizate pentru efectuarea unei anchete sociale, cerere pentru acordarea atestatului de întreprindere socială, model de atestat de întreprindere socială, cerere tip de prelungire a atestatului de întreprindere socială, condițiile minime privind raportul social anual privind activitatea desfășurată a întreprinderii sociale, cerere pentru acordarea mărcii sociale, model tip de situație privind personalul angajat cu contract individual de muncă și model de atestat de întreprindere socială de inserție.

În ciuda acestor eforturi legislative, neînțelegerile conceptuale și lipsa de claritate legate de terminologia „economiei sociale” și „întreprinderii sociale” au marcat dezbaterile publice din ultimul deceniu. În momentul în care prima inițiativă de reglementare a sectorului economiei sociale a fost inițiată de Ministerul Muncii și Protecției Sociale (la începutul anului 2011), întreprinderile sociale de facto erau deja organizate și funcționale în România, dar funcționau fără recunoaștere legală. Cadrul de reglementare și politica publică pentru aceste întreprinderi sociale de facto a fost stabilit de legislația specifică care reglementează înființarea și funcționarea fiecărei categorii de organizații de economie socială (cooperative, asociații și fundații antreprenoriale, asociații de ajutor reciproc) și legislația care reglementează activitatea întreprinderilor din general (Codul fiscal, legea achizițiilor publice etc.) sau anumite domenii de activitate, cum ar fi serviciile sociale și de ocupare a forței de muncă.





## 2.4.2 Forme de organizare în economia socială și caracteristici

Asociațiile și fundațiile sunt reglementate de Ordonanța nr. 26 din 30 ianuarie 2000 aprobată prin Legea nr. 246 din 18 iulie 2005. Ordonanța a fost actualizată ultima dată în anul 2010. Asociația este definită ca “subiect de drept constituit de trei sau mai multe persoane care, pe baza unei înțelegeri, pun în comun și fără drept de restituire contribuția materială, cunoștințele sau aportul lor în muncă pentru realizarea unor activități în interes general, al unor colectivități sau, după caz, în interesul lor personal nepatrimonial”. Fundația reprezintă „subiectul de drept înființat de una sau mai multe persoane care, pe baza unui act juridic între vii ori pentru cauză de moarte, constituie un patrimoniu afectat, în mod permanent și irevocabil, realizării unui scop de interes general sau, după caz, al unor colectivități”.

Societatea cooperativă reprezintă un sector specific al economiei care își desfășoară activitatea prin societăți cooperative și alte forme de asociere a acestora la nivel local și național. Legea nr. 1 din 2005 privind organizarea și funcționarea cooperăției definește societatea cooperativă ca “o asociație autonomă de persoane fizice și/sau juridice, după caz, constituită pe baza consimțământului liber exprimat de acestea, în scopul promovării intereselor economice, sociale și culturale ale membrilor cooperatori, fiind deținută în comun și controlată democratic de către membrii săi, în conformitate cu principiile cooperatiste”. Societățile cooperative sunt agenți economici cu capital privat constituiți pe baza liberului consimțământ, sunt deschise tuturor persoanelor capabile să utilizeze serviciile lor și care sunt de acord să își asume responsabilitățile calității de membru cooperativ, fără nici un fel de discriminare pe criterii de naționalitate, origine etnică, religie, apartenență politică, origine socială sau sex. Acestea sunt gestionate de către membrii cooperatori care participă la stabilirea politicilor și adoptarea deciziilor. Membrii contribuie în mod echitabil la constituirea proprietății societății cooperative, exercitând asupra acesteia un control democratic. Din punct de vedere al modalității de constituire, societățile cooperative se împart în (Legea nr. 1, 2005):

- Societăți cooperative de gradul 1 - persoană juridică constituită de persoane fizice și înregistrată în conformitate cu legea nr. 1 din 2005;
- Societăți cooperative de gradul 2 - persoană juridică constituită din societăți cooperative de gradul 1, în majoritate, și alte persoane fizice sau juridice, în scopul integrării pe orizontală sau pe verticală a activității economice desfășurate de acestea.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Casele de ajutor reciproc sunt înființate, organizate și funcționează în baza prevederilor referitoare la asociații din Ordonanța Guvernului nr.26 din 2000 cu privire la asociații și fundații. Acestea pot lua două forme de organizare:

- Casele de ajutor reciproc ale salariaților, potrivit legii nr. 122 din 1996 republicată la data de 20 aprilie 2009, sunt “asociații fără scop patrimonial, organizate pe baza liberului consimțământ al salariaților, în vederea sprijinirii și întrajutorării financiare a membrilor lor”. Obiectul de activitate al acestora îl constituie acordarea de împrumuturi cu dobândă către membrii acestora pe baza unor contracte de împrumut încheiate în formă scrisă. Casele de ajutor reciproc ale salariaților se pot asocia în uniuni teritoriale afiliate la Uniunea Națională a Caselor de Ajutor Reciproc ale Salariaților din Romania având scopul de a fi reprezentate la nivel național și internațional.
- Casele de ajutor reciproc ale pensionarilor sunt definite de Legea nr. 540 din 2002 ca “organizații cu caracter civic, persoane juridice de drept privat cu caracter nepatrimonial, neguvernamentale, apolitice, cu scop de caritate, de întrajutorare mutuală și asistența socială”. În mod obișnuit, casele de ajutor reciproc se constituie pe zone teritoriale și pot fi formate din următoarele categorii de persoane: pensionari, beneficiari de ajutor social și membrii de familie – soț, soție, precum și copiii majori incapabili de muncă, aflați în întreținerea pensionarilor sau a beneficiarilor de ajutor social - membri ai respectivei case de ajutor reciproc a pensionarilor. Potrivit legislației în vigoare, scopul principal al caselor de ajutor reciproc ale pensionarilor este de a-și sprijini membrii prin acordarea de împrumuturi rambursabile, ajutoare nerambursabile și ajutoare pentru acoperirea cheltuielilor cu înmormântarea foștilor membri.

Întreprinderi de inserție socială: Legea din 2015 privind economia socială reglementează întreprinderile de inserție socială. Acestea își propune să integreze persoanele vulnerabile pe piața muncii, inclusiv persoanele cu dizabilități. Astfel, întreprinderile de inserție socială ar putea include, în principiu, și ateliere protejate. De fapt, totuși, întreprinderile de inserție socială și atelierele protejate funcționează în paralel, nici una „înlocuind” cealaltă. Întreprinderile de inserție socială pot lua forma unor cooperative, asociații sau fundații, asociații de ajutor reciproc sau societăți cu răspundere limitată, cu condiția să îndeplinească criteriile date și să includă în structura lor de angajare cel puțin 30% din lucrătorii care se confruntă cu provocări multiple să intre pe piața muncii obișnuită: șomeri de lungă durată, foști dependenți de droguri, foști delincvenți șomeri, minorități care se confruntă cu discriminare (de exemplu, romi, NEET, victime ale violenței domestice, mame singure, persoane fără adăpost etc.). Nivelul de



UNIUNEA EUROPEANĂ



vulnerabilitate ar trebui stabilit printr-un diagnostic social realizat de autoritățile publice locale, în conformitate cu HG 585/2016 (reprezentând normele metodologice pentru punerea în aplicare a Legii 219/2015).

### **3. RAPORT PRIVIND PRELUCRAREA DATELOR CANTITIVE DIN CADRUL STUDIULUI PRIVIND ANALIZA ECONOMIEI CIRCULARE ÎN ÎNTREPRINDERILE SOCIALE DIN ROMÂNIA**

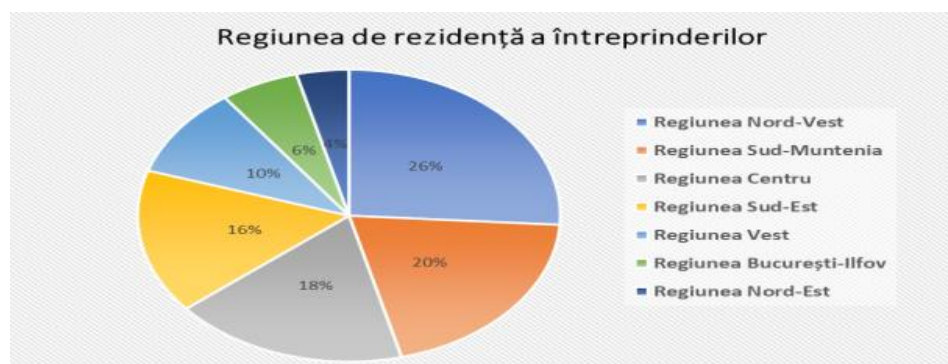
În cadrul Studiului privind analiza economiei circulare în întreprinderile sociale din România s-au colectat prin intermediul unui chestionar elaborat date în două valuri (T1 și T2), atât informații generale despre întreprinderi sociale (număr de angajați, cifra de afaceri, etc.) cât și auto-evaluarea în ceea ce privește sustenabilitatea, impactul funcționării acestora asupra amprentei de carbon sau planurile de dezvoltare pentru viitor. Prezentul raport analizează datele din valul 1 (T1).

Designul acestei cercetări este unul de tip longitudinal. Într-o astfel de cercetare sunt examinate în mod repetat aceleași entități/indivizi pentru a identifica evoluțiile care ar putea apărea într-o perioadă de timp determinată. Studiile longitudinale sunt un tip de cercetare corelațională în care cercetătorii observă și colectează date despre o serie de variabile fără a încerca să le influențeze în vreun fel. Datele s-au colectat din toate cele 8 regiuni de dezvoltare și au fost agregate într-o bază de date.

Prin prelucrarea datelor finale din cele două valuri vom putea trage concluzii și asupra dificultăților raportate de eșantionul de întreprinderi urmărind două direcții: obstacole în dezvoltarea organică a afacerii și obstacole în implementarea unui mod de funcționare prietenos cu mediul. În acest fel, studiul poate aduce o valoare adăugată domeniului economiei sociale prin identificarea și conștientizarea acestor bariere.

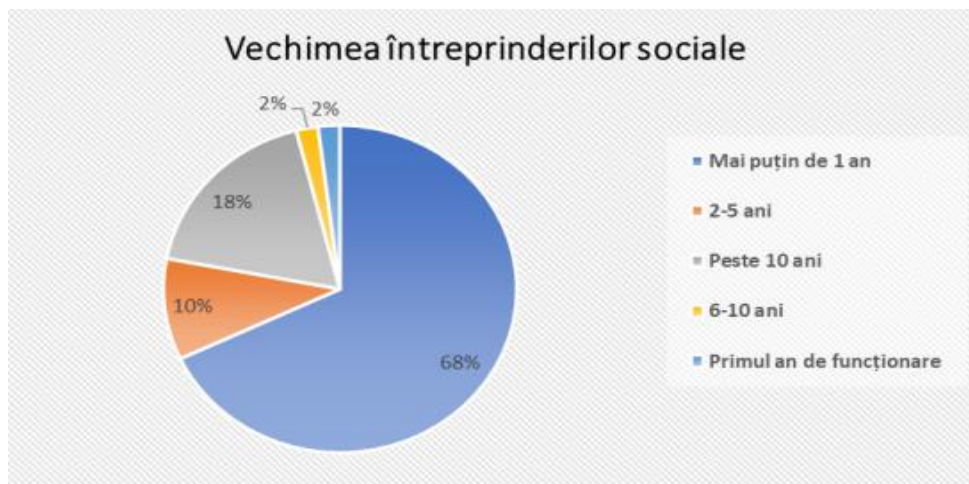
### 3.1 Aspecte generale privind funcționarea întreprinderilor sociale

Primul aspect chestionat a fost regiunea în care întreprinderile sociale își desfășoară activitatea. După cum se poate observa în figura 2.1, 26% din întreprinderile sociale chestionate își au sediul în Regiunea Nord-Vest (Bihor, Bistrița-Năsăud, Cluj, Maramureș, Satu-Mare și Sălaj). Regiunea Sud-Muntenia este cea de a doua regiune ca număr de întreprinderi respondente, însumând un procent de 20% din total eșantionului.



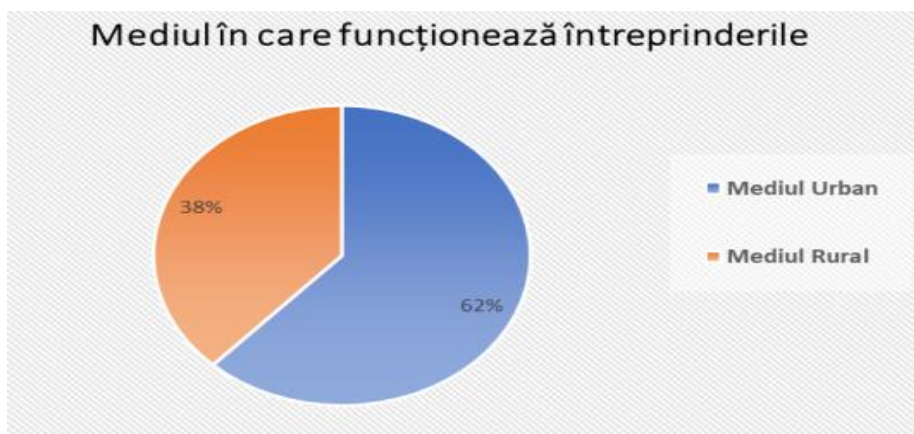
**Figura 3.3** Regiunile în care funcționează întreprinderile sociale chestionate

În ceea ce privește anii de activitate raportați, cele mai multe dintre întreprinderile chestionate se aflau la momentul completării chestionarului în primul an de funcționare (68%). De asemenea, un procent de 18% au declarat că au peste 10 ani de când funcționează.



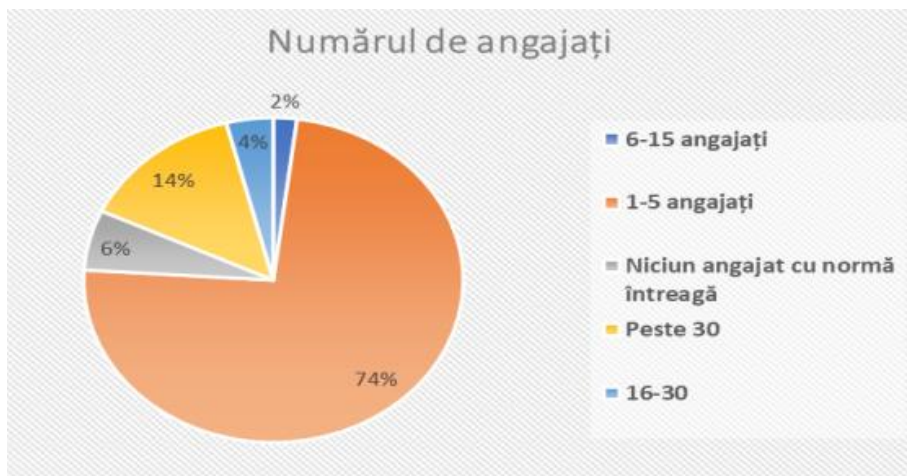
**Figura 3.4** Anii de activitate al întreprinderilor

Mediul în care întreprinderile sociale ce formează eșantionul operează este în proporție majoritară de 62% mediul urban, ceea ce confirmă analizele anterioare din literatură care ne indică ca în mediul rural există o subreprezentare a sectorului economic social. 38% dintre întreprinderile chestionate au raportat că își desfășoară activitatea în mediul rural.



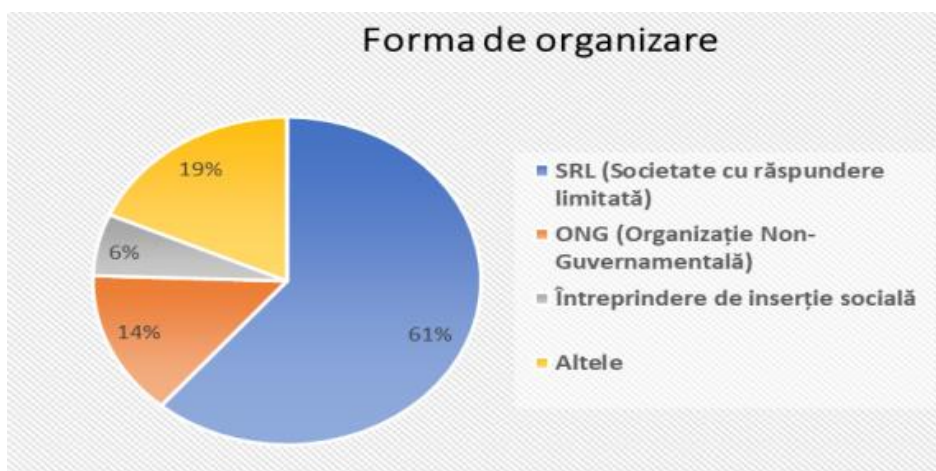
**Figura 3.5** Distribuția mediului urban/rural în cadrul eșantionului

Un alt aspect chestionat este numărul de angajați. Cea mai mare parte a întreprinderilor sociale au între 1-5 angajați, ceea ce este conform cu alte rapoarte ce au analizat dimensiunea acestora și discutate în cadrul raportului dedicat analizei literaturii de specialitate.



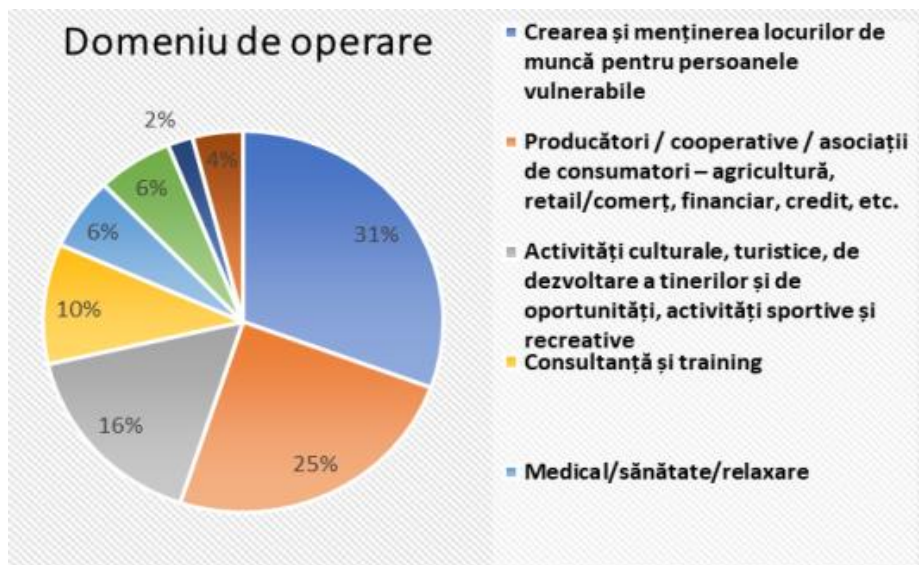
**Figura 3.6** Dimensiunea întreprinderilor sociale

Referitor la forma de organizare a întreprinderilor, un procent majoritar al eșantionului a raportat că forma lor de organizare corespunde unei Societăți cu răspundere limitată. Organizațiile non-guvernamentale au fost raportate de asemenea ca fiind forma de organizare de un procent de 14% dintre respondenți.



**Figura 3.7** Forma de organizare a întreprinderilor sociale

Un ultim aspect chestionat ce ține de aspectele generale a fost domeniul în care întreprinderea socială își desfășoară activitatea. Cel mai mare procent din eșantion, 31% au declarat că activitatea lor este legată de crearea și menținerea locurilor de muncă pentru persoane vulnerabile. De asemenea, un procent de 25% dintre întreprinderi au raportat că își desfășoară activitatea ca producători / cooperative / asociații de consumatori în domenii precum agricultura, retail/comerț, financiar, credit, servicii financiare, microfinanțare, energie, locuințe, cooperative funciare și forestiere și obști/composesorate, etc.

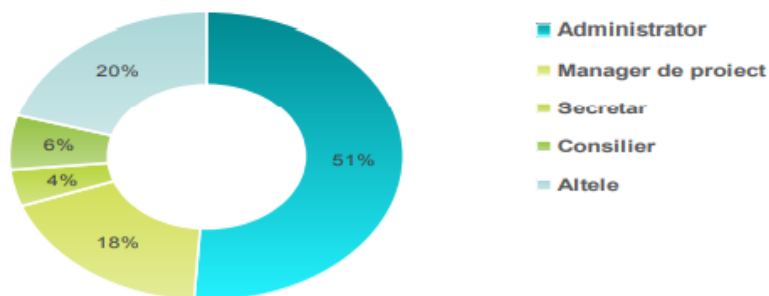


**Figura 3.8** Domeniul de operare al întreprinderilor

### 3.2 Analiza datelor socio-demografice

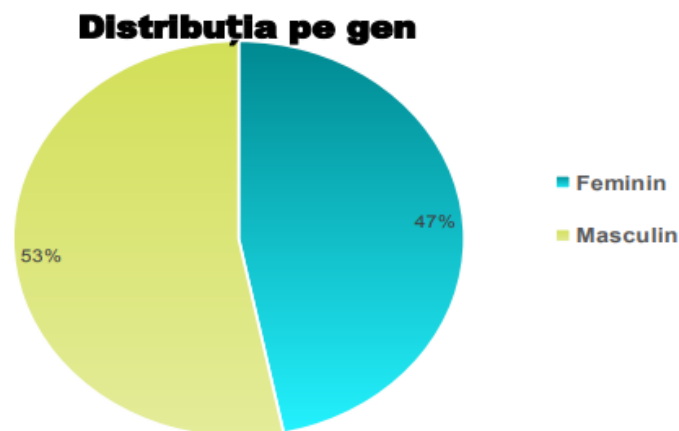
Chestionarea poziției ocupată în cadrul întreprinderii este relevantă în contextul unei cercetări de acest fel întrucât o serie de aspecte privind evaluarea întreprinderilor sunt autoraportate, deci pozițiile precum administrator sau manager de proiect în cadrul aceleiași întreprinderi pot furniza perspective diferite. În cazul acestui eșantion, mai bine de jumătate, 51%, au declarat că sunt administratorii întreprinderii. Un procent de 21% au declarat că activează ca manageri de proiect iar 18% din eșantion a raportat funcția de manager de proiect. Un procent de 21% a ales rubrica ”altele” declarând poziții precum ”consultant financiar”, ”manager” sau ”asistent social”.

### Funcția ocupată în cadrul întreprinderii



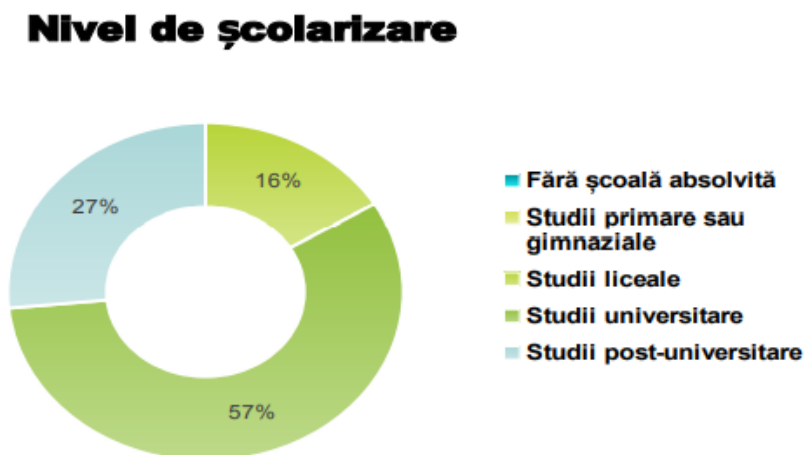
**Figura 3.9** Funcția ocupată în cadrul întreprinderii

În ceea ce privește distribuția eșantionului în funcție de sex, 53% dintre respondenți sunt de sex masculin iar 47% de sex feminin.



**Figura 3.10** Distribuția în funcție de gen

O altă întrebare din secțiunea destinată datelor demografice a fost alocată nivelului de școlarizare a eșantionului. O supoziție des întâlnită în literatura de specialitate este aceea că un nivel înalt de școlarizare corelează pozitiv cu activitatea în domeniul economiei sociale. Deși acest eșantion nu ne permite să inferăm generalizări, totuși ipoteza se confirmă și în acest caz. Niciun respondent nu a raportat studii primare sau gimnaziale sau situația lipsei unei școli absolvite. Din contră, 57%, mai bine de jumătate dintre reprezentanții întreprinderilor au studii universitare, 27% chiar studii postuniversitare, iar 16% au liceul absolvit.



**Figura 3.11** Nivelul de școlarizare



Ultima întrebare aferentă datelor socio-demografice s-a referit la vârsta eșantionului. Un procent de 38% dintre respondenți are o vârstă cuprinsă între 18-24 ani, 8% între 25-29 de ani, ceea ce indică că populația tânără este reprezentată și în acest context. De asemenea, un procent de 22% din eșantion are o vârstă raportată de 50-59 de ani, 12% între 36-39 de ani, iar 14% între 30 și 35 de ani.

### Distribuția pe grupe de vârstă

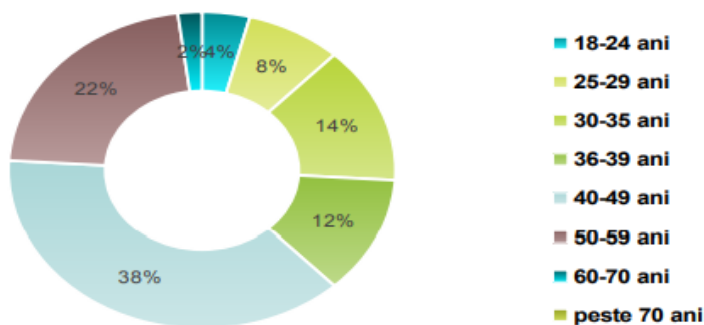
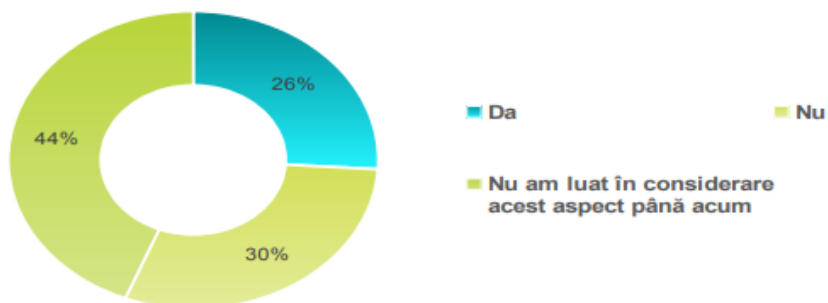


Figura 3.12 Distribuția pe grupe de vârstă

### 3.3 Aspecte privind funcționarea și auto-evaluarea întreprinderilor sociale

Prima întrebare a căror rezultate sunt analizate în interiorul acestei secțiuni a chestionarului:” În cadrul realizării achizițiilor pe care întreprinderea le realizează pentru activitatea zilnică se ține cont de implicarea socială a furnizorului?” vizează investigarea responsabilității extinse a întreprinderii sociale, dincolo de propria funcționare și reguli. Faptul că o întreprindere socială ține cont de implicarea socială a furnizorilor săi ne poate indica un nivel ridicat de responsabilitate și de atenție față de implementarea principiilor economiei sociale. În cadrul acestui eșantion, 46% dintre întreprinderi au declarat că nu au luat în considerare acest până acum, ceea ce ne indică că există loc de îmbunătățire a cunoștințelor și posibilităților de dezvoltare a întreprinderilor chestionate. 26% din întreprinderi țin cont de implicarea socială a furnizorului iar 30% au mărturisit că nu au luat în considerare deloc acest aspect.

## Implicarea socială a furnizorilor



**Figura 3.13** În cadrul realizării achizițiilor pe care întreprinderea le realizează pentru activitatea zilnică se ține cont de implicarea socială a furnizorului?

Întrebarea” Întreprinderea socială are în prezent o strategie de responsabilitate socială corporativă?” puntează un aspect esențial al întreprinderilor sociale, anume responsabilitatea socială corporativă. Responsabilitatea socială corporativă este de fapt un concept de management prin care companiile integrează preocupările sociale și de mediu în operațiunile lor de afaceri și în interacțiunile cu părțile interesate. Deși este un concept popular în aria de activitate a întreprinderilor, 32% din eșantion a raportat că nu cunoaște acest concept. Un procent de 34% au declarat că întreprinderea pe care o reprezintă are o astfel de strategie, iar 32% că nu au implementat până acum o astfel de strategie.

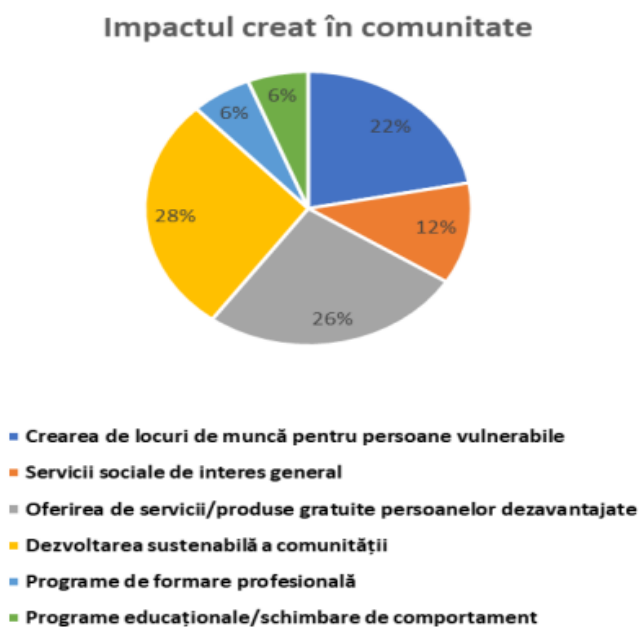


**Figura 3.14** Responsabilitatea corporativă în cadrul întreprinderilor sociale

Impactul creat în comunitate și plus valoarea adusă bună stării acesteia este de fapt esența oricărei întreprinderi sociale. Întreprinderile sociale își desfășoară activitatea pentru a aborda problemele sociale, pentru a îmbunătăți comunitățile, șansele de viață ale oamenilor sau calitatea mediului înconjurător.

Tocmai din aceste considerente, respondenții au fost rugați să indice care este modelul prin care întreprinderea socială creează impact în comunitate? Aceștia au avut de selectat dintre modelele cele mai des întâlnite și reprezentative modele de impact precum: Crearea de locuri de muncă pentru persoane vulnerabile, Servicii sociale de interes general, Oferirea de servicii/produse gratuite persoanelor dezavantajate, Dezvoltarea sustenabilă a comunității, Programe de formare profesională sau Programe educaționale/schimbare de comportament.

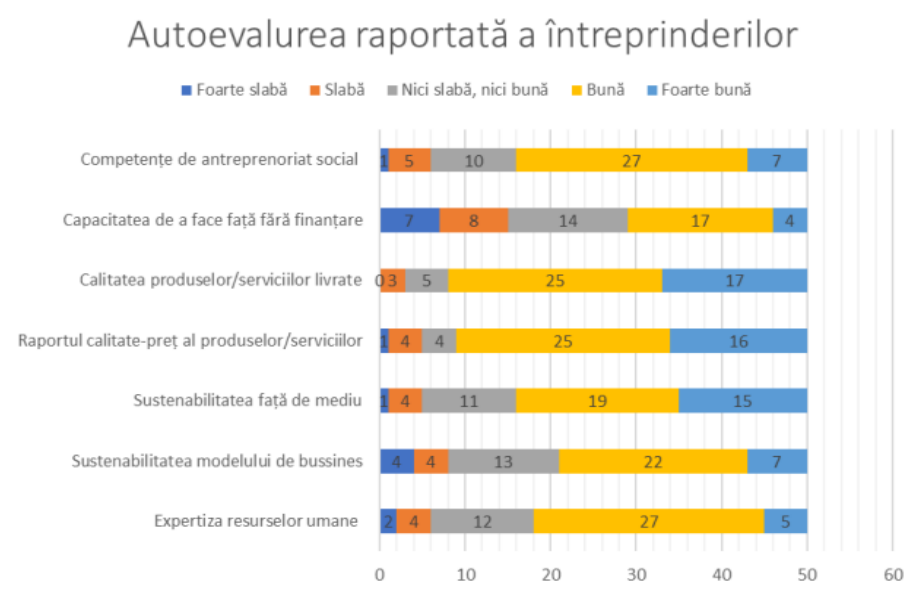
Un procent de 28%, după cum este ilustrat și în figura 3.14, au declarat că sunt implicați în dezvoltarea sustenabilă a comunității, ceea ce indică o grijă ridicată față de mediu, în acord cu legislația europeană. O proporție de 26% a eșantionului au un model de impact ce vizează oferirea de servicii sau după caz, produse gratuite persoanelor dezavantajate. De asemenea, 22% dintre întreprinderi sunt implicate în crearea de locuri de muncă pentru persoane vulnerabile.



**Figura 3.15** Modelul de impact al întreprinderilor sociale

În cadrul acestei întrebări, respondenții au primit instrucțiunea de a evalua pe o scală Likert de la 1 la 5, unde 1=Foarte slab, 2=Slab, 3=Nici slab, nici bun, 4=Bună, 5=Foarte bună cum evaluează în acest moment întreprinderea socială în funcție de anumite criterii de performanță precum calitatea produselor/serviciilor oferite, sustenabilitatea modelului de business, expertiza resurselor umane, competențe de antreprenorat social, etc.

Figura 3.15 ne indică o autoevaluare majoritar pozitivă, cele mai bune aspecte autoraportate ale întreprinderilor fiind calitatea produselor/serviciilor livrate, raportul calitate-preț al produselor/serviciilor și sustenabilitatea față de mediu. La polul opus, cele mai slab evaluate aspecte au fost capacitatea întreprinderii de a face față o perioadă lungă de timp fără finanțare, sustenabilitatea modelului de bussines, respectiv expertiza resurselor umane. Se pare că în cadrul acestui eșantion o parte din argumentele literaturii de specialitate prezentat în raportul anterior primesc suport empiric: finanțarea și autonomia financiară reprezintă o problemă acută a sectorului economiei sociale, precum și lipsa forței de muncă calificate.



**Figura 3.16** Autoevaluarea raportată a întreprinderilor sociale pe criterii de performanță

În vederea formulării unor argumente și recomandări fundamentate empiric care să faciliteze dezvoltarea sectorului economiei sociale este necesar în primul rând să fie identificate barierele percepute de la nivelul întreprinderilor. Respondenții au utilizat o scală Likert de la 1 la 5, unde 1=Dezacord puternic, 5=Acord puternic măsură în care sunt de acord că factorii enumerați în figura 3.16 reprezintă într-adevăr o barieră în calea funcționării optime a întreprinderii.

Precum în cazul secțiunii de mai sus, una dintre barierele cel mai des menționate de respondenți este lipsa forței de muncă, aceasta fiind o problemă care nu resimte doar în contextul economiei sociale ci și generalizată, la nivelul multor altor industrii. De asemenea, lipsa oportunităților de dezvoltare a parteneriatelor și lipsa facilității de finanțare au fost și ele raportate cu un acord puternic majoritar ca fiind o problemă importantă.

## Bariere de funcționare percepute

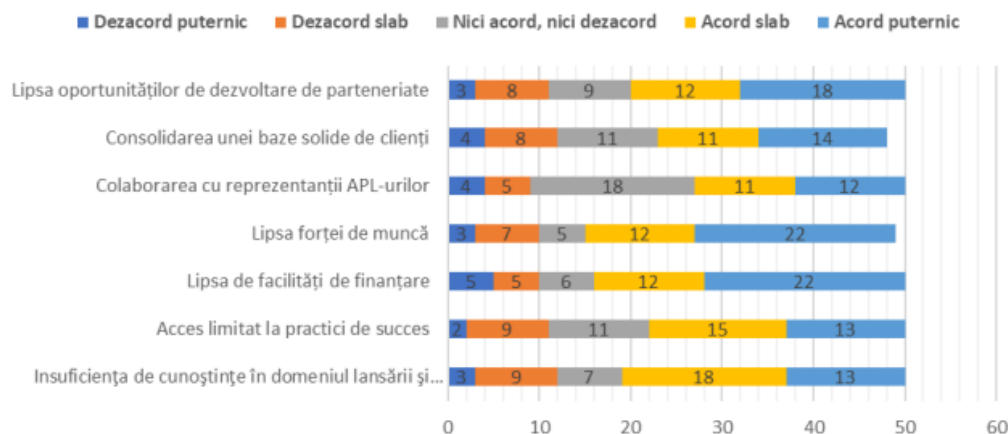


Figura 3.17 Bariere percepute de către întreprinderile sociale

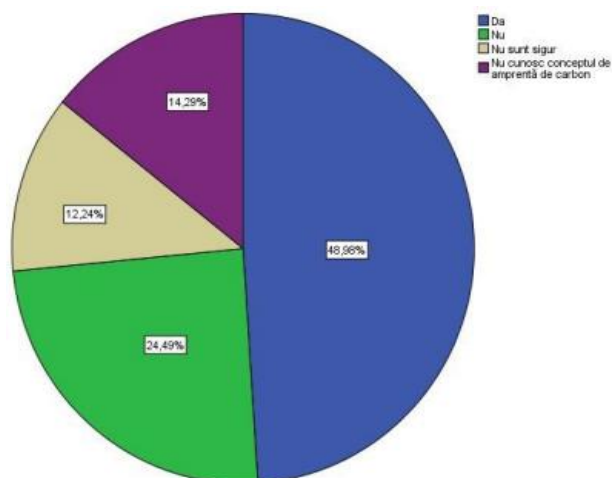
### 3.4 Impactul economiei sociale asupra amprentei de carbon

Economia socială circulară se bazează pe o viziune sistemică construită pe principiile de mediu ale economiei circulare și pe viziunea societală a întreprinderii sociale, ambele fiind susținute de o căutare a prosperității economice. Aceasta unește conceptele de economia circulară și de întreprindere socială pentru a concatena punctele lor forte individuale, contracarând în același timp potențialele lor slăbiciuni atunci când sunt privite independent, pentru a oferi beneficii pentru societate, mediu și profit. Această secțiune de analiză cantitativă este dedicată explorării problematicii economiei circulare în ecosistemul întreprinderilor sociale din România. Întrebările urmăresc gradul de conștientizare al antreprenorilor și acțiunile întreprinse până acum în vederea aderării la un mod de funcționare circular- adică unul care eficientizează consumul de resurse și minimizează pe cât posibil amprenta de carbon generată.

- **Considerați că întreprinderea dvs. are o anumită contribuție la amprenta de carbon generată de întreprinderile din România?**

Prima întrebare a vizat explorarea măsurii în care întreprinderile sociale sunt conștiente de faptul că prin activitatea lor economică generează o amprentă de carbon care impactează negativ mediul înconjurător. După cum este ilustrat în figura alăturată, aproape jumătate din eșantionul chestionat consideră că întreprinderea lor generează o amprentă de carbon, ceea ce indică la o analiză preliminară, un nivel ridicat de conștientizare. Cu toate acestea, cealaltă jumătate a eșantionului este constituită din trei categorii: 14.29% nu cunosc conceptul de amprentă de carbon, 24.49% cred că activitatea lor nu generează deloc o amprentă de carbon iar 12.24% nu sunt siguri dacă activitatea lor economică au acest

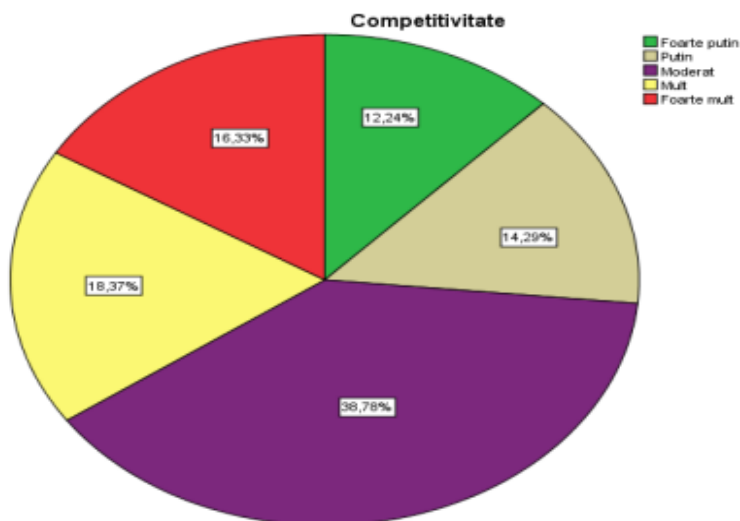
efect sau nu. Procentul de aproape 25% dintre respondenți care cred că activitatea economică a întreprinderii sociale nu generează niciun fel de impact asupra mediului atrage atenția asupra faptului că antreprenorii nu cunosc faptul că orice activitate economică generează o amprentă de carbon, însă pot fi întreprinse măsuri pentru pentru minimizarea ei.



**Figura 3.18** Percepția asupra amprentei de carbon

- **Credeți că principiile dezvoltării durabile și controlul impactului asupra mediului ar îmbunătăți competitivitatea întreprinderii dvs.?**

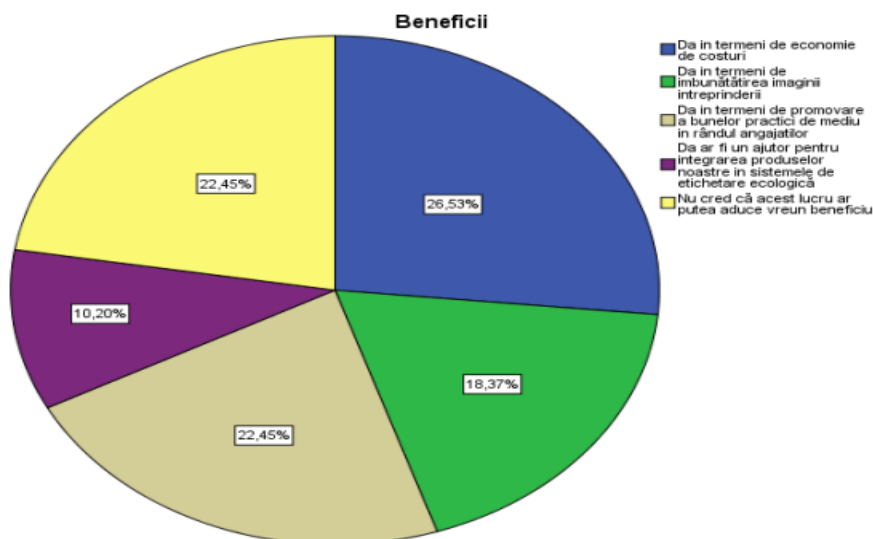
Această întrebare a investigat percepția antreprenorilor asupra principiilor dezvoltării durabile în relație cu beneficiile pe care le percep la nivel economic. 38.78% dintre respondenți consideră că implementarea unor astfel de principii ar aduce beneficii moderate, iar un procent de consideră că abordarea unor astfel de acțiuni 14.29% ar aduce puține beneficii respectiv 12.24% foarte puține beneficii. Astfel, la nivelul acestui eșantion percepția că preceptele dezvoltării durabile sunt în relație strânsă cu beneficii la nivelul întreprinderii nu este una larg răspândită.



**Figura 3.19** Aportul dezvoltării durabile asupra competitivității întreprinderii

- **Credeți că reducerea amprentei de carbon a produselor/serviciilor ar putea aduce unele beneficii întreprinderii dvs.?**

Această întrebare a investigat mai în profunzime beneficiile reducerii amprentei de carbon percepute de antreprenori. 26.53% consideră că reducerea amprentei de carbon ar aduce beneficii întreprinderii în termeni de costuri. Următoarele procente majoritare de 22.45% sunt : ”nu cred că acest lucru ar putea aduce vreun beneficiu” respectiv ”da, în termeni de promovare a bunelor practici de mediu în rândul angajaților”. 18.37% dintre antreprenori cred că reducerea amprentei de carbon ar aduce un plus de imagine întreprinderii.



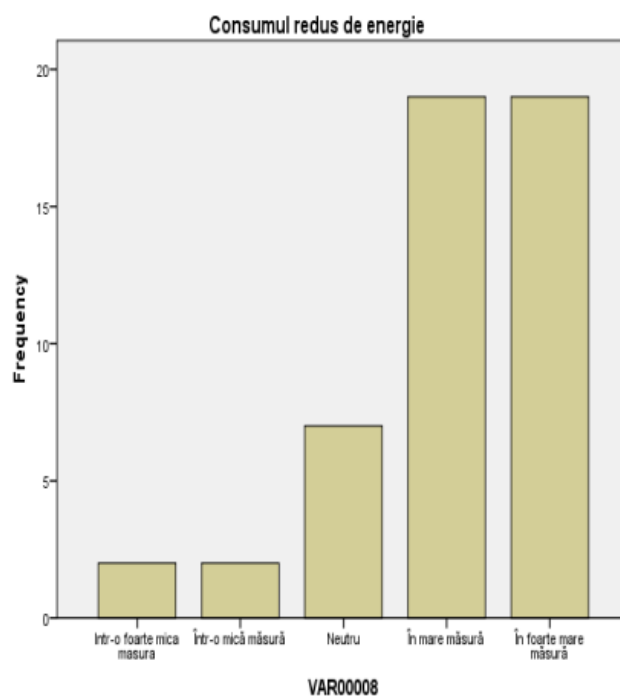
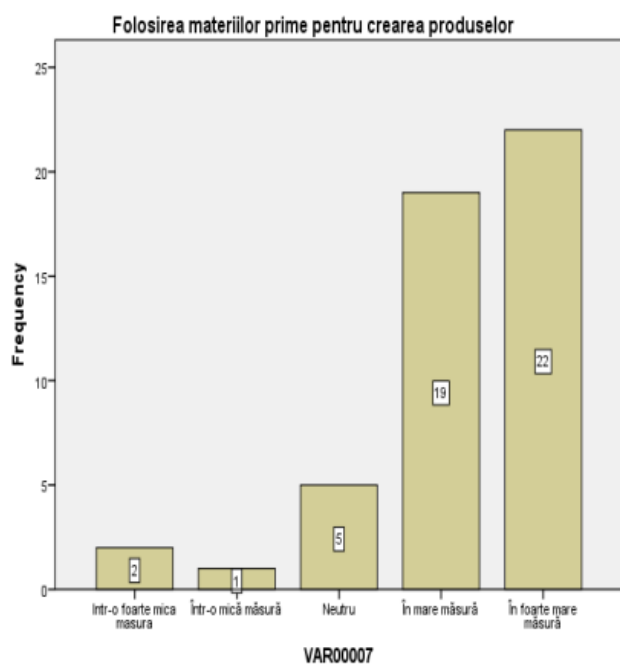
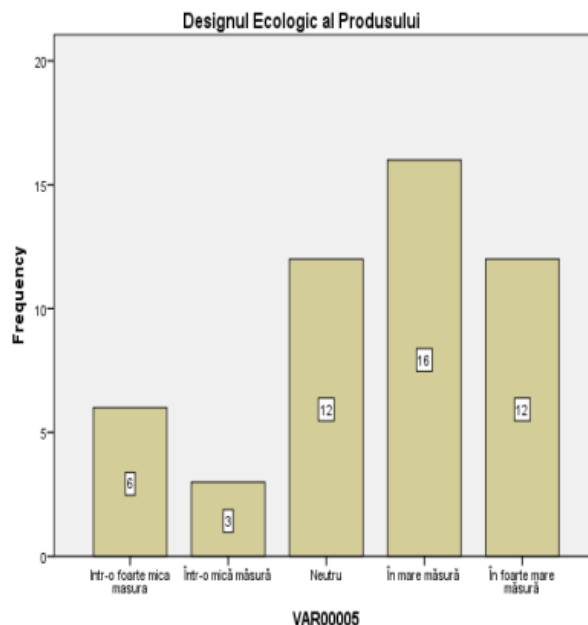
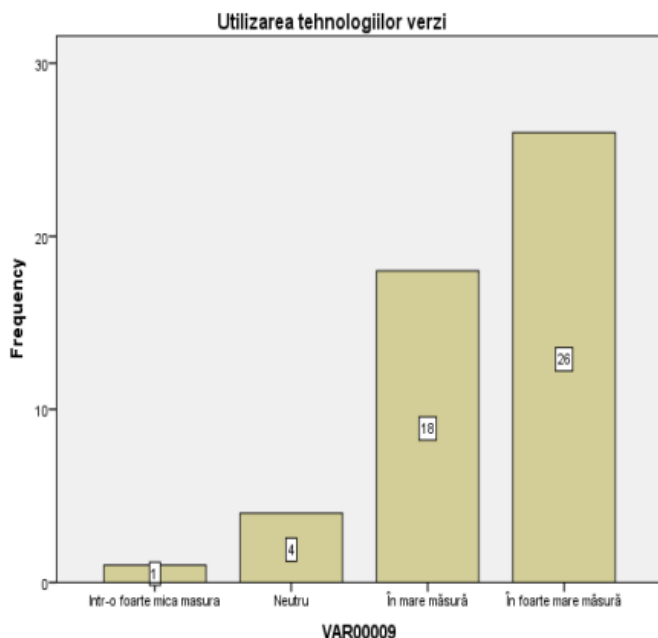


**Figura 3.20** Beneficii percepute asociate reducerii amprentei de carbon

- **Vă rugăm să selectați din următoarea listă practicile de care se ține cont în întreprinderea dumneavoastră**

Această secțiune face trecerea de la conceptul de percepții și conștientizare la practicile propriu zise implementate în cadrul întreprinderilor sociale respondente. Antreprenorii au avut de selectat din practicile ilustrate în graficele de mai jos pe care le implementează cel mai frecvent în cadrul întreprinderilor sociale.

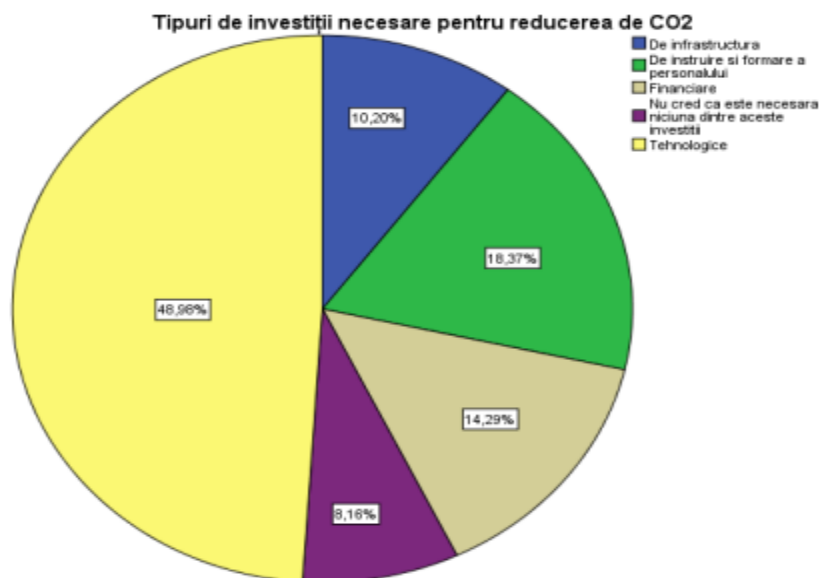




- **Ce tipuri de investiții credeți că sunt necesare pentru a reduce amprenta de carbon a întreprinderilor sociale?**

Această întrebare a investigat tipurile de investiții necesare pentru reducerea amprentei de carbon din percepția antreprenorilor. Aproape jumătate din eșantion (49.98%) consideră că cea mai necesară investiție pentru atingerea acestui scop este cea legată de tehnologie. Următoare investiție majoritară este

cea legată de de instruire și formare a personalului, în opinia a 18.37% dintre antreprenorii, aceasta este o investiție esențială. Doar 8.16% din eșantion crede că nu este necesară niciuna dintre aceste investiții.



**Figura 3.21** Tipuri de investiții necesare pentru reducerea a emisiilor de carbon

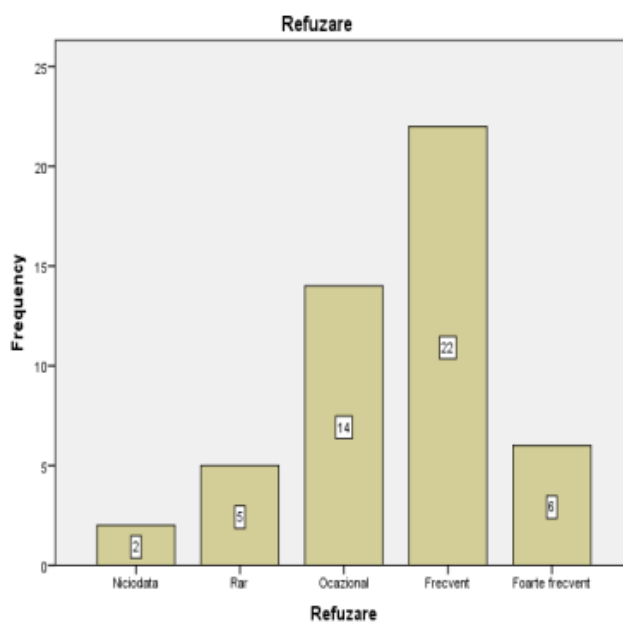
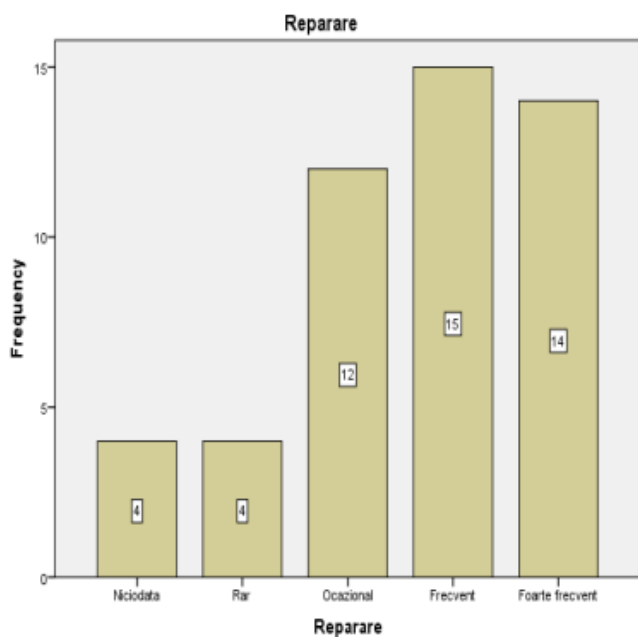
- **Vă rugăm să indicați în ce măsură întreprinderea dvs. se angajează în următoarele acțiuni (conceptul 10R specific economiei circulare)**

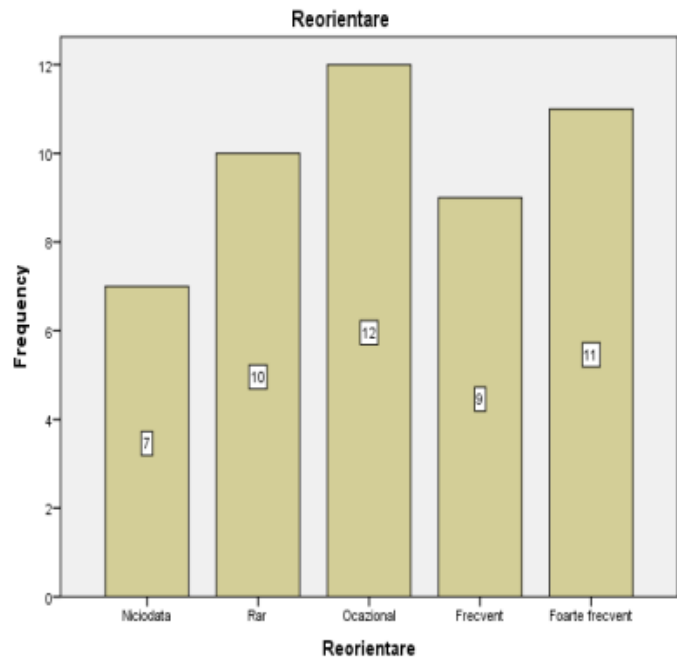
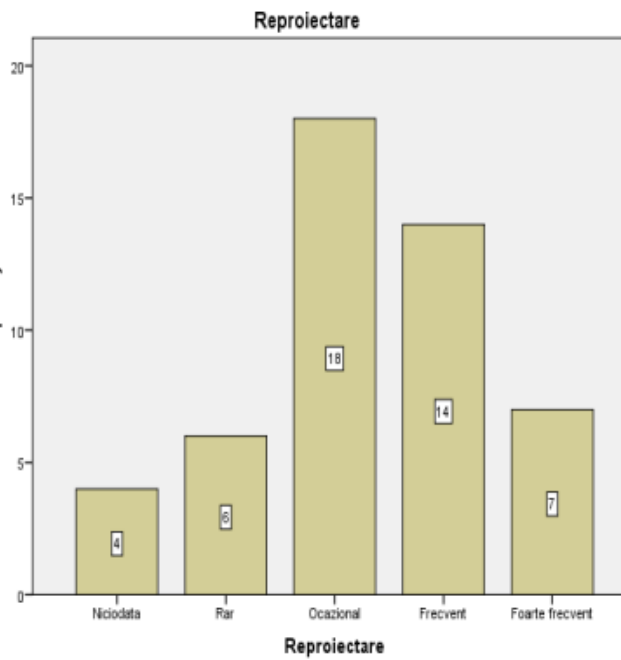
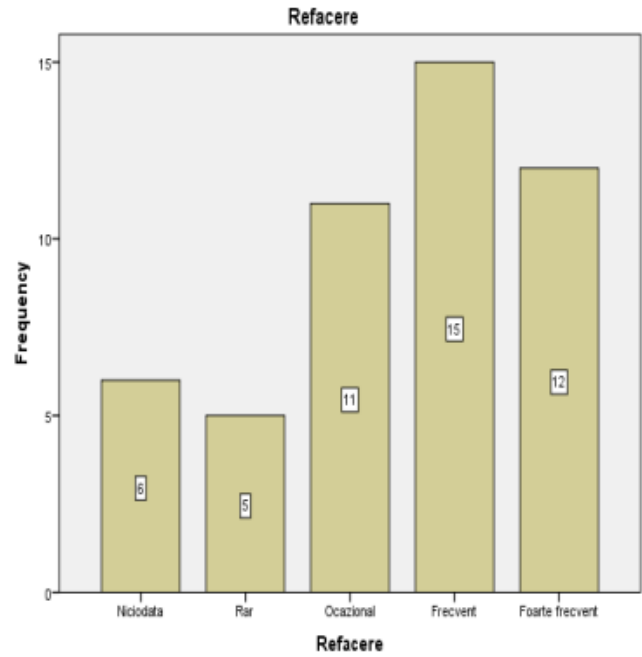
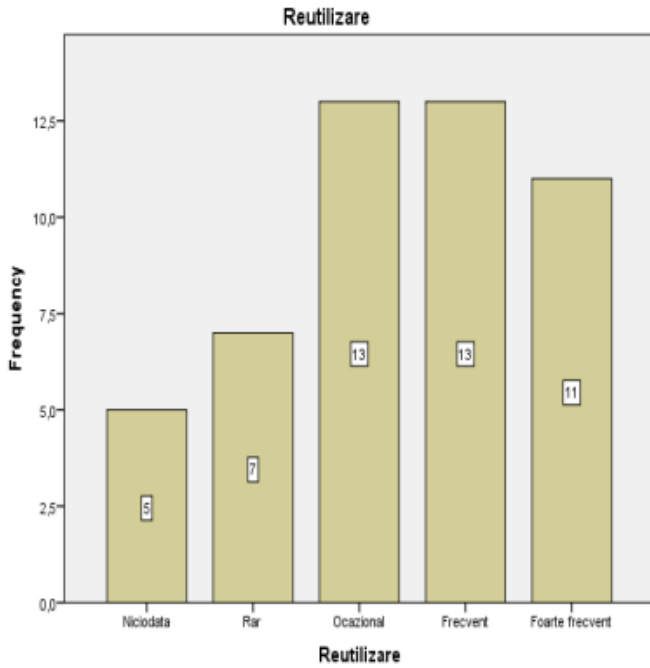
Înainte de a prezenta datele cantitative obținute în urma analizei eșantionului, vom prezenta succint conceptul de 10R pentru a înțelege mai bine valențele acestuia în cadrul activității economice a unei întreprinderi sociale. Economia circulară industrială este un model industrial de producție, utilizare și regenerare, axat pe ecoinovare și ecoproiectare, caracterizat prin conceptul 10 R (R0 Refuzare, R1 Regândire, R2 Reducere, R3 Reutilizare, R4 Reparare, R5 Refacere, R6 Refabricare, R7 Reorientare, R8 Reciclare, R9 Recuperare)1 :

- Conceptul R0- Refuzare, se referă la a face un produs redundant prin renunțarea la funcția sa ori oferind aceeași funcție printr-un produs radical diferit;
- Conceptul R1- Regândire, se referă la intensificarea utilizării unui produs (spre exemplu, prin partajare produsului);
- Conceptul R2- Reducere, se referă la creșterea eficienței în producerea sau utilizarea produsului, consumând mai puține resurse naturale;

- Conceptul R3- Reutilizarea, se referă la -reutilizarea de către utilizator a unui produs la care s-a renunțat dar care este încă în stare bună și își îndeplinește funcția inițială;
- Conceptul R4- Reparare, se referă la repararea sau întreținerea produsului defect, astfel încât acesta să poată fi utilizat cu funcția inițială;
- Conceptul R5- Refacere, de referă la restaurarea unui produs vechi și actualizarea lui;
- Conceptul R6- Refabricare/Recondiționare, se referă la încorporarea unor părți ale produsului aruncat în alt produs cu aceeași funcție;
- Conceptul R7- Reorientare, se referă la încorporarea produsului aruncat sau a unor părți din el într-un nou cu produs, cu funcție diferită;
- Conceptul R8- Reciclare, se referă la reprocesarea materialelor într-un produs final de cel puțin aceeași calitate, sau mai mare;
- Conceptul R9- Recuperarea, de referă la incinerarea de materiale și recuperare de energie.

Studiul a vizat investigarea fiecărei componente a celor 10R prezentați anterior, pe o scară Likert în 5 puncte, unde ”1=Niciodată iar 5= Foarte frecvent” frecvența cu care la nivel de întreprindere, aceste practici sunt implementate în practică. Fiecare concept este prezentat întrun grafic separat pentru o mai bună vizualizare și înțelegere.





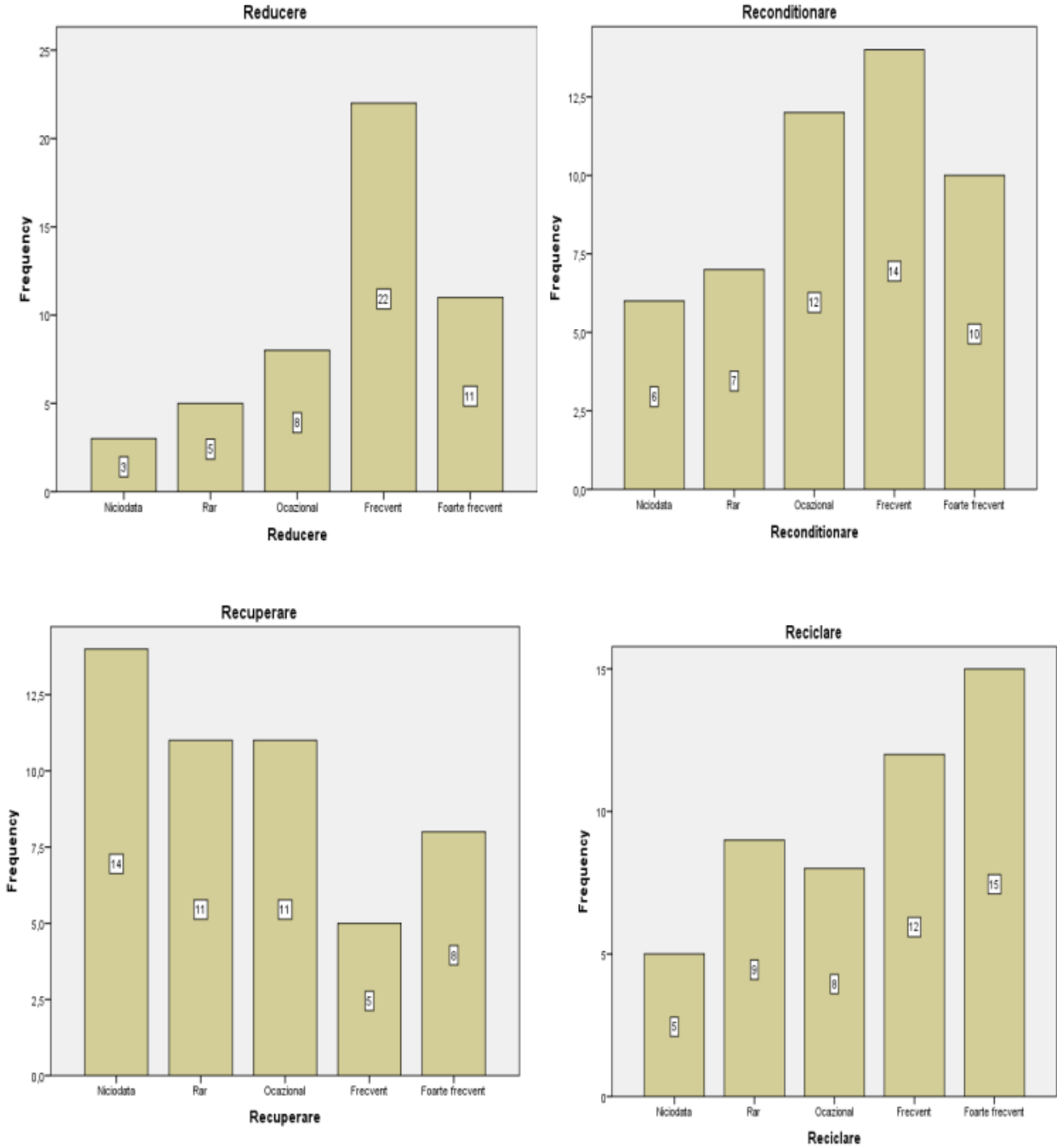


Figura 3.22 Conceptul 10R

- Care este motivul / motivele dvs. pentru activitățile responsabile față de mediu pe care întreprinderea dvs. le întreprinde?

Această secțiune a urmărit identificarea posibilelor motivații pe care antreprenorii le-ar putea avea cu privire la activitățile ce presupun responsabilitate față de mediu. Un procent de 65.31% din totalul respondenților au declarat că se angajează în astfel de activități din grija față de crearea unui mediu sănătos și bunăstarea oamenilor în general. Următoare categorie majoritară este cea a antreprenorilor care derulează asemenea activități deoarece doresc să respecte legislația în vigoare cu privire la protecția mediului. Doar un procent de 4.08% au raportat ca făc acest lucru pentru că s-ar asocia cu succes economic.

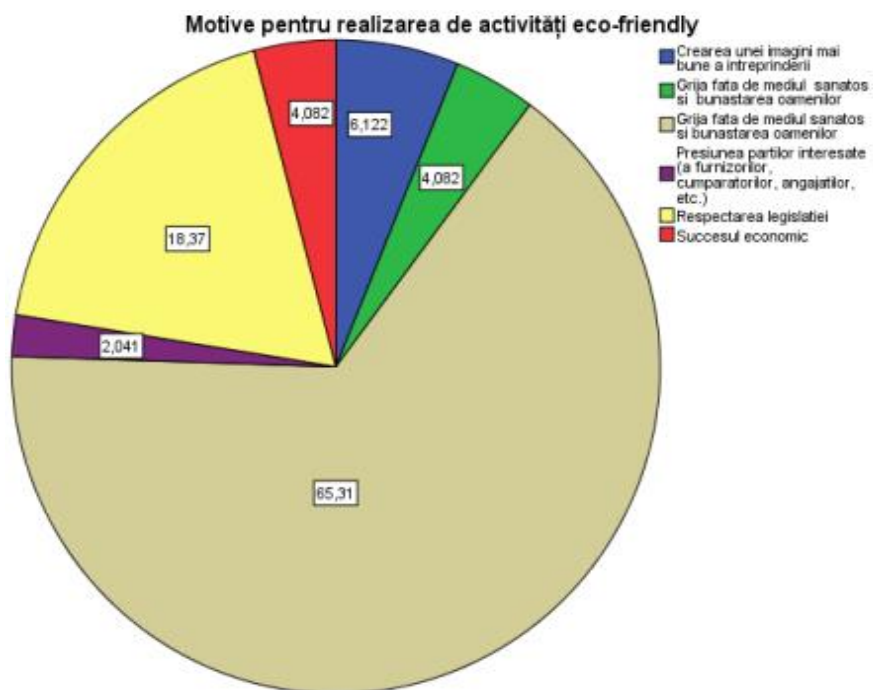
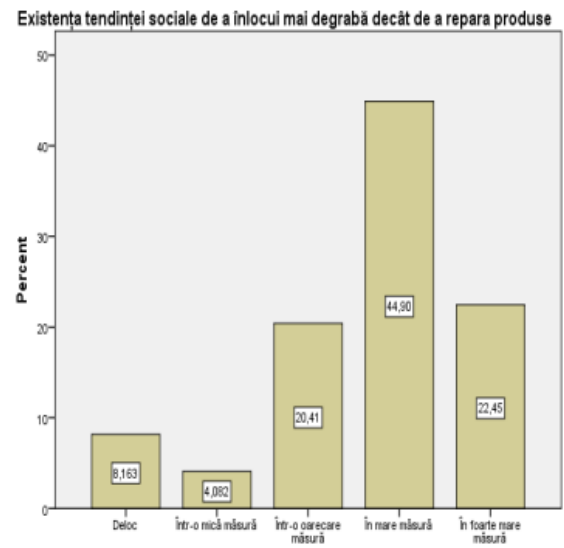
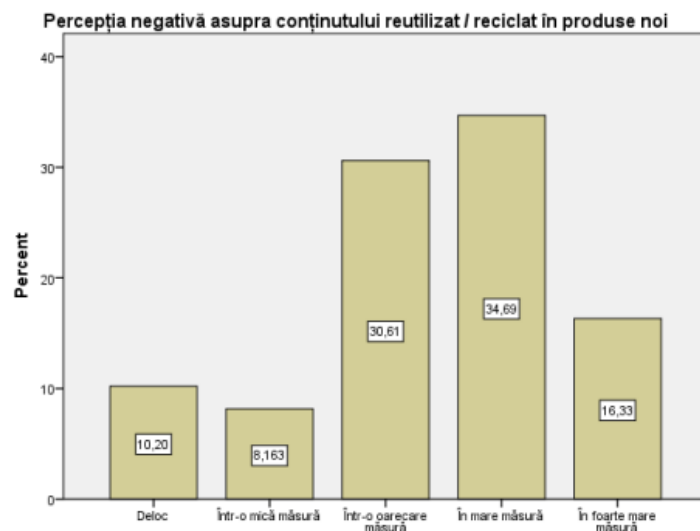
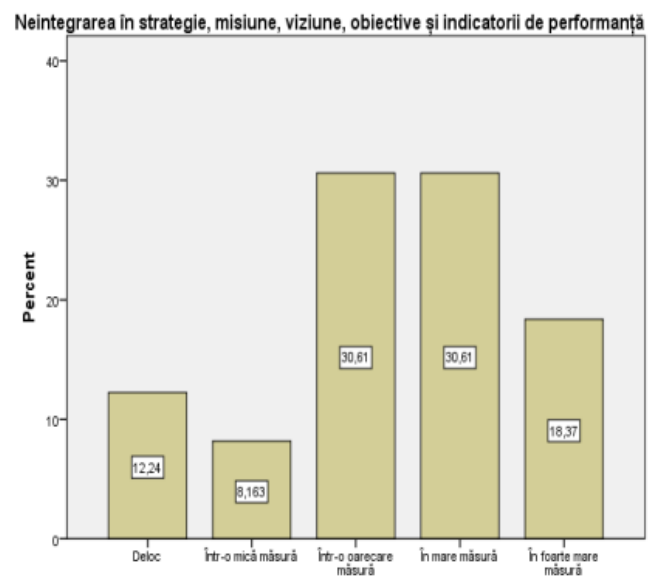
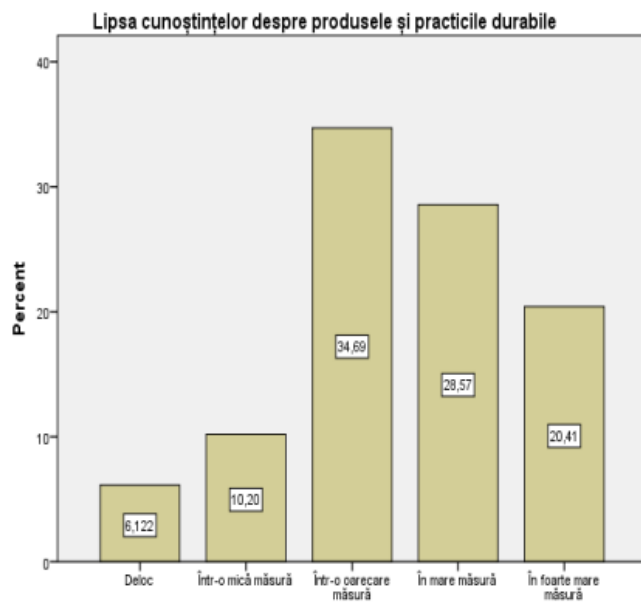


Figura 3.23 Motivațiile privind derularea activităților responsabile față de mediu

- Vă rugăm să evaluați în ce măsură aspectele menționate mai jos reprezintă din punctul dumneavoastră de vedere o barieră pentru întreprinderile sociale în implementarea unui mod de funcționare sustenabil/eco-friendly:

Această secțiune a urmărit analiza principalelor bariere întâlnite de întreprinderile sociale care doresc să îndeplinească un mod de funcționare sustenabil/eco-friendly. În graficele de mai jos se regăsește ilustrat principalele cele 4 bariere identificate la nivelul acestui eșantion analizate pe o scală Likert în cinci puncte unde "1=Deloc iar 5=În foarte mare măsură". Acestea sunt "Lipsa cunoștințelor despre produsele și practicile durabile", "Neintegrarea în strategie, misiune, viziune, obiective și indicatorii de performanță"; Existența tendinței sociale de a înlocui mai degrabă decât de a repara produse" și "Percepția negativă asupra conținutului reutilizat / reciclat în produse noi".





**Figura 3.24** Bariere pentru întreprinderile sociale în implementarea unui mod de funcționare sustenabil/eco-friendly

## **4. RAPORT PRIVIND ANALIZA PARTICULARITĂȚILOR ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE DIN REGIUNEA NORD-VEST DIN PERSPECTIVA MODELOR DE BUNĂ PRACTICĂ**

### **4.1 Actualizarea situației privind antreprenoriatul social - octombrie 2021**

În luna octombrie 2021, conform Registrului Unic al Întreprinderilor Social erau înregistrate 2431 de întreprinderi sociale. În ceea ce privește Regiunea Nord-Vest, situația se prezintă în felul următor:

- Județul Bihor- 38 de întreprinderi sociale;
- Județul Bistrița-Năsăud- 7 întreprinderi sociale;
- Județul Cluj- 172 de întreprinderi sociale;
- Județul Maramureș- 145 de întreprinderi sociale;
- Județul Satu Mare- 15 întreprinderi sociale;
- Județul Sălaj- 10 întreprinderi sociale.

Din aceste date reiese că județul Cluj este fruntaș în ceea ce privește numărul de întreprinderi sociale iar județul Sălaj se situează la coada clasamentului cu un total de 10 întreprinderi sociale înregistrate.



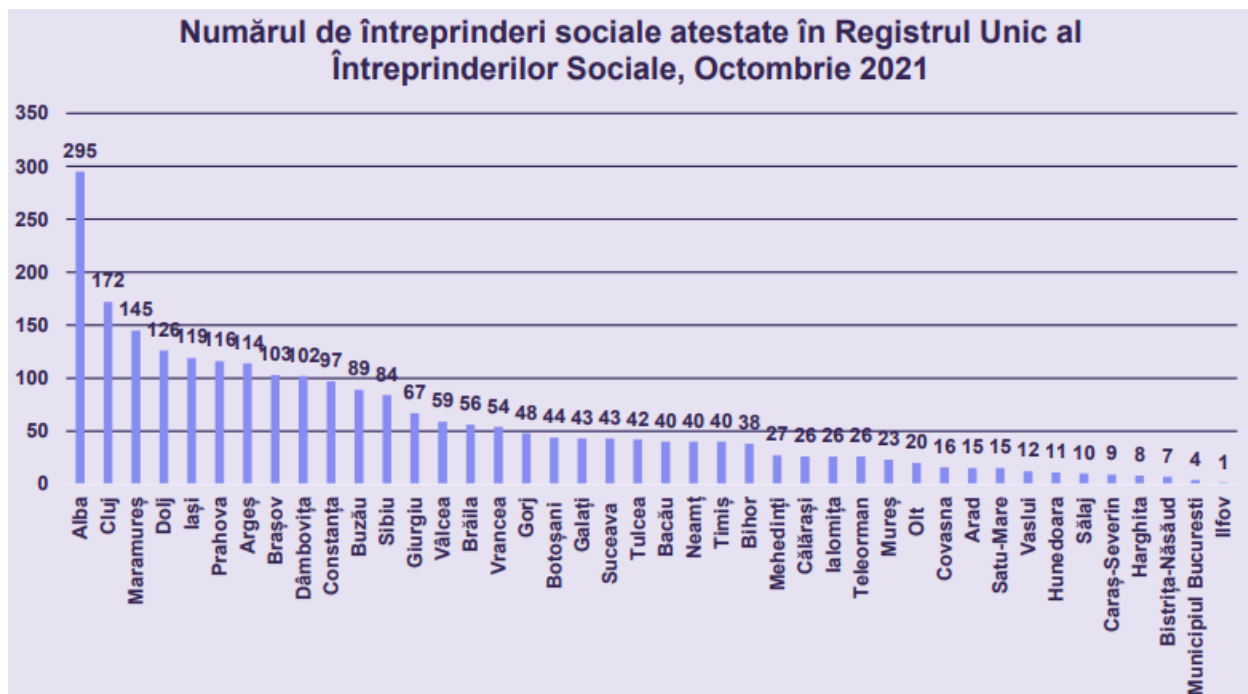
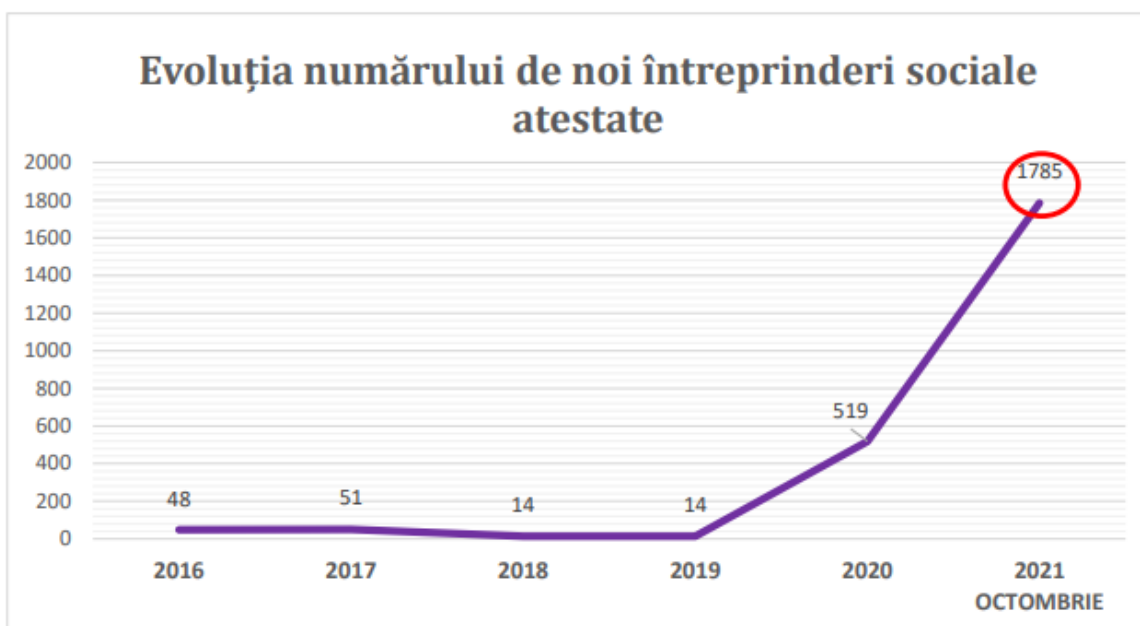
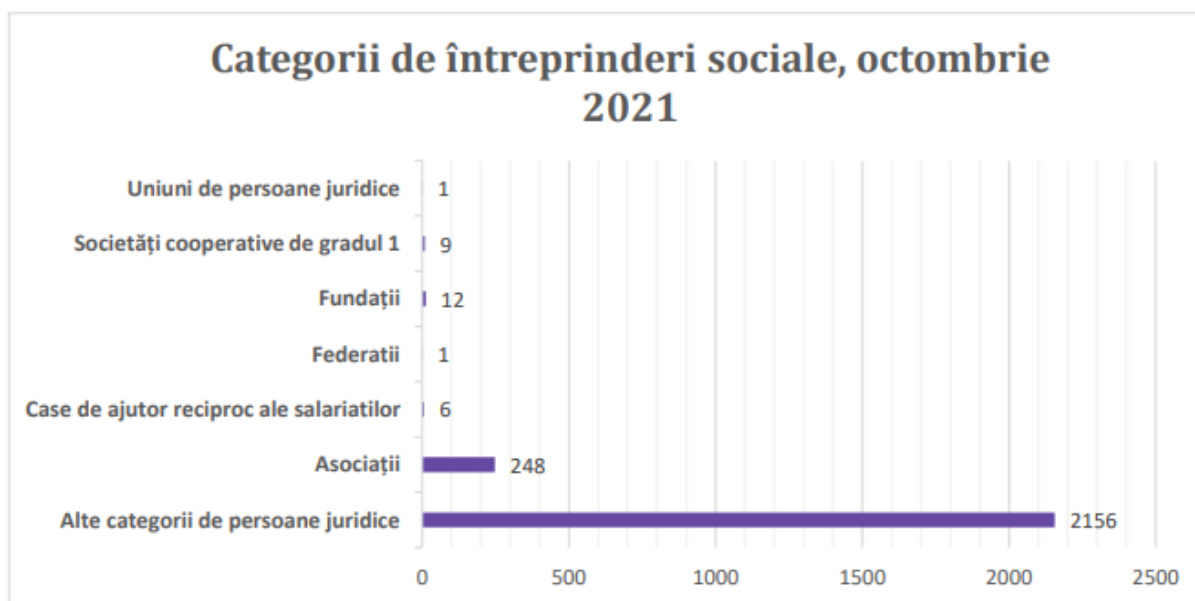


Figura 4.25 Întreprinderi sociale atestate pe județ (ANOFM, Registrul Unic al Întreprinderilor Sociale, octombrie 2021)



**Figura 4.26** Evoluția numărului de noi întreprinderi sociale atestate (ANOFM, Registrul Unic al Întreprinderilor Sociale, octombrie 2021)

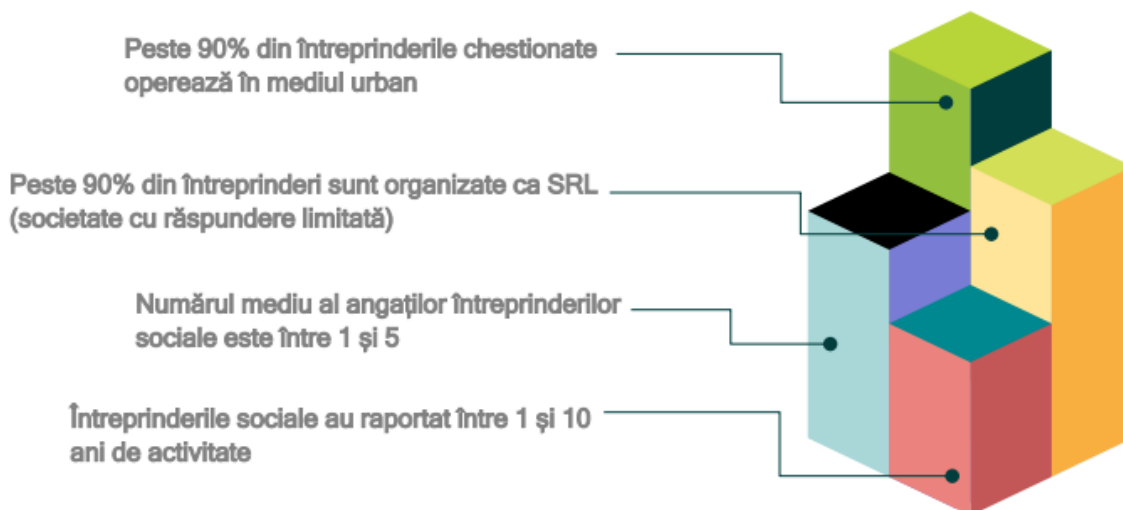
În ceea ce privește evoluția în timp a întreprinderilor la nivel național, figura 2 ilustrează un trend ascendent a acestora, anul 2021 venind cu 1785 de noi întreprinderi atestate la nivel național.



**Figura 4.27** Întreprinderile sociale în funcție de forma de organizare (ANOFM, Registrul Unic al Întreprinderilor Sociale, octombrie 2021)

## 4.2 Analiza întreprinderilor sociale din regiunea nord-vest

Această secțiune analizează caracteristicile întreprinderilor sociale respondente din cadrul cercetării ”Studiu privind analiza Economiei Circulare în întreprinderile sociale din România” care și-au declarat activitatea în Regiunea Nord-Vest a României.



**Figura 4.28** Caracteristici generale ale întreprinderilor sociale din NV

Printre domeniile de operare a întreprinderilor se regăsesc:

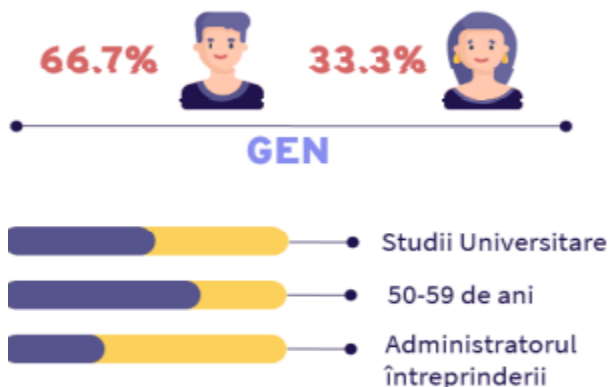
- Activități culturale, turistice, de dezvoltare a tinerilor și de oportunități;
- Activități sportive și recreative;
- Producători / cooperative / asociații de consumatori – agricultură, retail/comerț, financiar, credit, servicii financiare, microfinanțare, energie, locuințe, cooperative funciare și forestiere și obști/composesorate;
- Medical/Sănătate/relaxare;
- crearea și menținerea locurilor de muncă pentru persoanele vulnerabile, etc.

Modul prin care întreprinderile sociale crează valoare în comunitate sunt:

- programe educaționale/schimbare de comportament;
- programe de formare profesională;
- oferirea de servicii/produse gratuite persoanelor dezavantajate;
- crearea de locuri de muncă pentru persoane vulnerabile, etc.

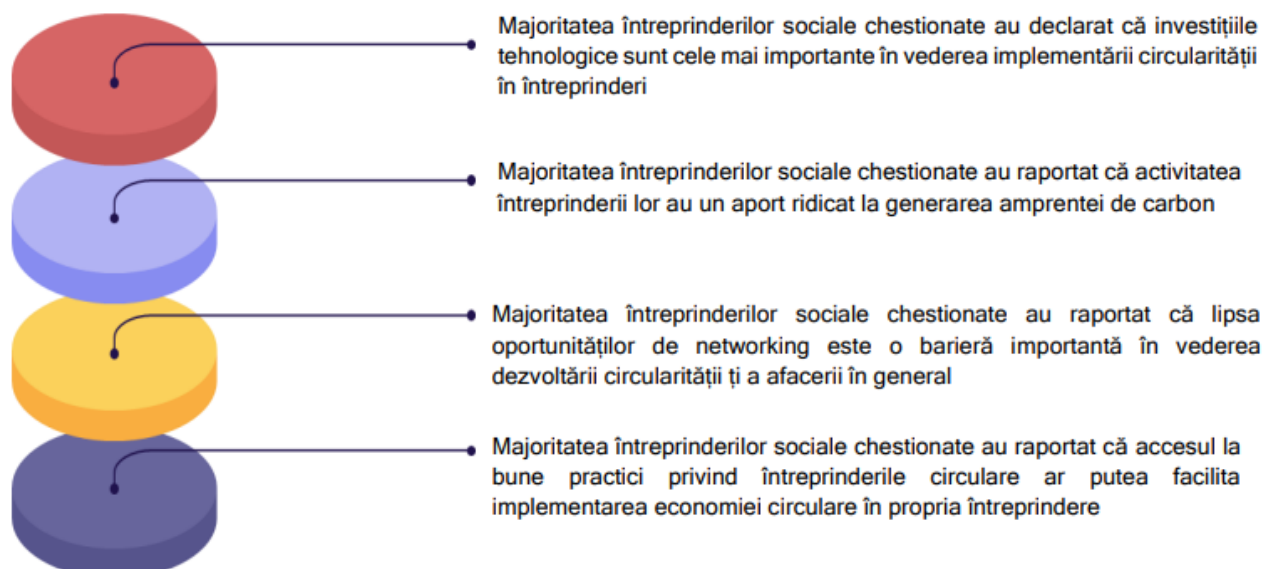
În ceea ce privește caracteristicile socio-demografice, respondentul tipic al studiului este administratorul întreprinderii, este de gen masculin, are între 50 și 59 de ani iar pregătirea educațională este caracterizată de studii universitare.

Un alt aspect chestionat a fost obstacole întâmpinate pentru funcționarea optimă a întreprinderilor sociale în zona Nord-Vest. Cel mai invocat obstacol a fost lipsa facilităților de finanțare. Lipsa oportunităților de dezvoltare de parteneriate a fost de asemenea un impediment raportat de întreprinderi cât și accesul limitat la practici de succes.



**Figura 4.29** Caracteristici socio-demografice

Referitor la impactul perceput al întreprinderilor sociale asupra amprenteii de carbon generate, întreprinderile consideră că reducerea amprenteii de carbon ar aducea beneficii precum economie de costuri, îmbunătățirea imaginii întreprinderii și de promovare a propriului exemplu ca bună practică pentru angajați.



**Figura 4.30** Principalele observații cu privire la economia circulară în întreprinderi sociale



## 4.3 Bune practici de economie socială identificate la nivel național și european

### 4.3.1 Bune practici la nivel european

Analiza bunelor practici este relevantă întrucât acestea pot atenua provocările legate de ecosistemele sociale subdezvoltate, accesul la finanțare și lipsa sprijinului dedicat dezvoltării. Barierele legate de conceptualizarea întreprinderilor sociale, cadrele legislative, măsurarea impactului și capacitatea managerială sunt subiecte abordate de următoarele exemple prezentate. Aceste exemple reprezintă de asemenea și modele de guvernare care pot facilita implementarea economiei sociale în cadrul comunităților, demonstrând potențial de scalabilitate.

Un exemplu de astfel de inițiativă a fost creată în Castilla y León- Cooperactivas, pentru a aborda tendințele demografice negative, pierderea potențialului productiv și lipsa de oportunități de angajare. Atunci când regiunea nu are recunoașterea legală a întreprinderilor sociale sau instrumente specifice de sprijin, comunitatea însăși trebuie să găsească modalități de a promova dezvoltarea durabilă a regiunii. După cum ilustrează exemplul, practicile de creare de rețele sunt o opțiune viabilă pentru sprijinirea creșterii economiei sociale în regiunile în care lipsesc instrumente financiare dedicate.

**Tabelul 4.3** Bune practici

1. COOPERACTIVAS		
DESCRIEREA BUNEI PRACTICI		
Obiectivul Cooperactivas este crearea unei rețele de ajutor reciproc care să servească drept suport pentru entitățile sociale existente și ca punct de plecare pentru altele noi. Este un punct de contact în care oamenii pot ajunge la alții pentru beneficii reciproce. Actorii implicați acoperă un spectru de autorități publice, o uniune de cooperative, ONG-uri, IMM-uri și chiar liber profesioniști. Este o abordare de construire a comunității care se bazează pe voluntariat și inițiativa diversilor actori dispuși să-și împărtășească cunoștințele, contactele, informațiile despre evenimente relevante, servicii etc. A fi membru al rețelei oferă IMM-urilor beneficiile de a primi îndrumări, informații despre oportunitățile de finanțare, și acces mai ușor la cursuri și seminarii relevante.		
Regiune: Castilla y León, Spania		
Informații suplimentare:	<a href="https://www.interregeurope.eu/policylearning/good-practices/item/2605/cooperactivas/">https://www.interregeurope.eu/policylearning/good-practices/item/2605/cooperactivas/</a>	
2. THE PARTNERSHIP FOR SOCIAL INNOVATION		
DESCRIEREA BUNEI PRACTICI		
Parteneriatul pentru inovare socială este o platformă în creștere pentru discuții și colaborare pe subiecte relevante pentru economia socială. Parteneriatul este format din 40 de organizații din sectorul public și din economia socială și este parte integrantă a discuțiilor privind economia socială și întreprinderile sociale din județ. Acesta servește ca o platformă importantă de la care încep multe activități. De asemenea, Parteneriatul consultă guvernul regional în timpul producerii documentelor strategice și politicilor legate de economia socială, ceea ce asigură o acceptare mai largă a noilor politici în rândul grupurilor țintă. Un grup de lucru format din reprezentanți ai cinci organizații		



partenere se întâlnește timp de trei ore la fiecare a treia miercuri pentru a gestiona problemele în curs și pentru a planifica acțiunile viitoare. De patru ori pe an, întreg Parteneriatul se adună pentru ateliere.
Regiune: Östra Mellansverige, Suedia
Informații suplimentare: <a href="https://www.interregeurope.eu/policylearning/goodpractices/item/2013/the-partnership-for-social-innov">https://www.interregeurope.eu/policylearning/goodpractices/item/2013/the-partnership-for-social-innov</a>

În plus, astfel de rețele nu necesită, de obicei, multă finanțare, ci mai degrabă dorința părților interesate relevante de a se uni. După cum a fost evidențiat de bunele practici de mai sus, inițiativele de creare de rețele funcționează bine în regiunile în care economia socială și cooperativă reprezintă deja o cotă relativ mare a economiei precum și în regiunile care abia își încep dezvoltarea economiei sociale (Castilla-León). Indiferent de stadiul de dezvoltare al ecosistemului local, se pot forma sinergii pozitive atunci când diverse întreprinderi sociale, factori de decizie, instituții de învățământ și alte părți se reunesc.

O investiție responsabilă din punct de vedere social urmărește să maximizeze bunăstarea câștigând în același timp un randament al investiției care este în concordanță cu obiectivele investitorului. La nivel internațional, investițiile cu impact social sunt încurajate de The European Venture Philanthropy Association (EVPA). EVPA este o comunitate de organizații care împărtășesc aceeași viziune și un obiectiv comun de a crea un impact societal pozitiv. Totuși, investițiile prudente din punct de vedere social pot fi încurajate și la nivel național sau local. Un astfel de exemplu vine din Cipru, unde a fost creat un instrument unic pentru deciziile de investiții (Social Responsible Investment Tool).

**Tabelul 4.4** Bune practici

3. SOCIAL RESPONSIBLE INVESTMENT TOOL (SRI)		
DESCRIEREA BUNEI PRACTICI		
SRI este un instrument de investiții care ia în considerare criteriile de mediu, sociale și de guvernare corporativă. Scopul instrumentului este de a permite proprietarilor de active sau administratorilor de investiții să efectueze o evaluare de bază a practicilor de mediu, sociale și de guvernare ale companiei și, prin urmare, să ia în considerare acești factori extrafinanciari ca parte a deciziilor de investiții pentru a genera profituri financiare competitive pe termen lung și societăți pozitive. Impacturi. Instrumentul SRI analizează managementul și performanța companiilor în șase domenii diferite: (1) guvernare și transparență, (2) mediu, (3) durabilitate sectorială, (4) management uman, sănătate și siguranță, (5) managementul lanțului de aprovizionare și (6) Implicarea comunității. Instrumentul se bazează pe interviuri.		
Regiune: Cipru		
Informații	suplimentare:	<a href="https://www.interregeurope.eu/policylearning/good-practices/item/654/socialresponsible-investment-tool-sri/">https://www.interregeurope.eu/policylearning/good-practices/item/654/socialresponsible-investment-tool-sri/</a>



Conform raportului de cartografiere al CE, întreprinderile sociale de integrare în muncă sunt unul dintre cele mai vizibile tipuri de economie socială, iar în unele țări ale UE „noțiunea de întreprindere socială, așa cum este articulată în legile și/sau documentele de politică naționale, se concentrează în mod restrâns pe întreprinderile sociale de integrare în muncă.

Astfel de întreprinderi sociale urmăresc să integreze pe piața muncii grupurile vulnerabile, cum ar fi șomerii de lungă durată, persoanele cu dizabilități, persoanele în vârstă, tinerii NEET (tineri care nu au un loc de muncă, educație sau formare), foști dependenți, migranți etc. Uneori, acesta este scopul principal al SE, adică întreprinderea a fost înființată pentru a oferi locuri de muncă unui anumit grup social. În alte cazuri, este o activitate secundară a întreprinderii sociale.

De exemplu, un centru de reutilizare ar putea fi deja considerat o întreprindere socială datorită contribuției sale la economia circulară, dar ca activitate secundară, centrul ar putea angaja și persoane vulnerabile. Sau, pentru a aduce un alt exemplu, în Puglia (Italia), o cooperativă socială „Rete Utile Buono e Bio” se concentrează pe reunirea producătorilor ecologici pentru a-și vinde produsele printr-o platformă online, un magazin și un restaurant. Dar, în același timp, cooperativa creează oportunități de formare pentru persoanele aparținând grupurilor defavorizate. Prin urmare, când vine vorba de întreprinderi sociale, multe obiective pot fi atinse simultan. Următoarele bune practici din Emilia-Romagna exemplifica, de asemenea, acest lucru:

**Tabelul 4.5** Bune practici

4. AGRICULTURE IS SOCIAL	
DESCRIEREA BUNEI PRACTICI	
În Emilia-Romagna, 8 municipalități și Unitatea Locală de Sănătate au reușit să transforme două provocări într-o cooperativă socială viabilă din punct de vedere economic. Pe de o parte, problema inițială cu care se confruntă administrațiile locale a fost gestionarea eficientă a unei gropi de gunoi intermunicipale și, pe de altă parte, modul de integrare a cetățenilor defavorizați pe piața muncii. Soluția a fost găsită prin reutilizarea energiei și căldurii produse în sere pentru cultivarea busuiocului. Busuiocul este vândut companiilor alimentare și lanțurilor de retail. Prin urmare, inițiativa publică a generat o întreprindere socială care își menține scopul social și contribuie la sustenabilitatea mediului, angajând și persoane cu dizabilități.	
Regiunea: Emilia-Romagna, Italy	
Informații	suplimentare:
<a href="https://www.interregeurope.eu/policylearning/goodpractices/item/2018/agriculture-is-social-employment-environmentalstrategies-lead-to-the-birth-of-a-market-orie">https://www.interregeurope.eu/policylearning/goodpractices/item/2018/agriculture-is-social-employment-environmentalstrategies-lead-to-the-birth-of-a-market-orie</a>	

Sectorul public poate stimula activitățile de integrare în muncă prin parteneriate public-privat. De exemplu, în Umeå (Suedia), magazinele de reutilizare și de servicii textile au fost legate de programul regional pentru piața muncii. Deoarece reutilizarea și repararea sunt activități care necesită forță de



muncă intensivă, ele pot oferi o platformă adecvată pentru programele de pe piața muncii, care să permită crearea de locuri de muncă, precum și recalificarea lucrătorilor dezavantajați și a grupurilor vulnerabile.

**Tabelul 4.** Bune practici

5. RETURBUTIKEN (REUSE SHOP) & TEXTILSERVICE (SEWING SERVICE) – PARTE A PROGRAMULUI VIVA LABOUR MARKET	
DESCRIEREA BUNEI PRACTICI	
Returbutiken și Textilservice sunt două activități de reutilizare care fac parte din cel mai mare program de pe piața muncii din Umeå. Returbutiken vinde produse de reutilizare colectate de la persoane private în centrele de reciclare. Textilservice repară și coase produse noi din textile reciclate depuse în același mod. Deși ambele întreprinderi vând produse de reutilizare, scopul principal al acestora este de a oferi formare profesională semnificativă participanților care se află în afara pieței muncii. Returbutiken și Textilservice au în jur de 80-90 de participanți la integrarea în muncă în fiecare an. Practica se bazează pe o interacțiune care funcționează bine între mai multe părți interesate importante - Serviciul suedez de ocupare a forței de muncă, Agenția de Asigurări Sociale și Regiunea Västerbotten.	
Regiune: Umeå, Sweden	
Informații	suplimentare:
<a href="https://www.interregeurope.eu/policylearning/goodpractices/item/4049/returbutiken-reuse-shop-textilservice-sewing-service-part-ofviva-labour-market-programme/">https://www.interregeurope.eu/policylearning/goodpractices/item/4049/returbutiken-reuse-shop-textilservice-sewing-service-part-ofviva-labour-market-programme/</a>	





## **5. ÎNTREPRINDERILE SOCIALE ÎN EUROPA: TENDINȚE ȘI EVOLUȚII RECENTE. RECOMANDĂRI PRIVIND ÎMBUNĂTĂȚIREA CADRULUI LEGISLATIV ÎN ROMÂNIA**

Dezvoltarea conceptului de întreprindere socială în România este direct legată de cadrul mai larg al economiei sociale. Ambele concepte de economie socială și întreprindere socială au fost introduse în România după 2005, generând o oarecare confuzie în rândul părților interesate existente. De asemenea, ambele concepte au fost înțelese ca o nouă modalitate de abordare a politicii de incluziune socială în legătură cu finanțarea UE.

Instituționalizarea întreprinderilor sociale în România este recentă. Legea 219/2015 privind economia socială recunoaște și reglementează întreprinderile sociale. De asemenea, a fost introdusă o categorie specifică de întreprindere socială, și anume cea a întreprinderii sociale de integrare în muncă, sau WISE-uri (numite în legislația română „întreprindere de inserție socială”). Cu toate acestea, noua legislație nu valorifică pe deplin potențialul întreprinderilor sociale, iar cadrul fiscal pare fragmentat, cu impact limitat asupra creșterii sectorului întreprinderilor sociale.

Din aceste considerente, prezentul raport sintetizează cadrul legislativ la nivel european a unor țări ce prezintă un sector economic social mai avansat dar analizează și caracteristicile unei țări apropiate de România din punct de vedere socio-economic (Bulgaria) și propune în secțiunea finală recomandări privind îmbunătățirea cadrului legislativ.



**Figura 5.31** Ecosistemul economiei sociale în viziunea CE(2020)

## 5.1 Evoluția economiei sociale în Franța

Utilizarea limitată a noțiunii de întreprindere socială în Franța este legată de particularitatea procesului de legitimare, structurare și instituționalizare a economiei sociale și solidare. Economia socială este un concept vechi, iar în contextul francez a apărut în secolul al XIX-lea. Apariția sa a fost puternic influențată de socialismul utopic, mișcările muncitorești și de catolicism social. În 1980, Schema economiei sociale a stabilit sfera tematică a conceptului. A fost schițat rolul intenționat al organizațiilor economiei sociale în întreaga economie. Un an mai târziu, conceptul a fost recunoscut oficial de autoritățile publice odată cu înființarea Delegației Interministeriale pentru Economie Socială (Délégation interministérielle à l'économie sociale) în cadrul biroului primministrului

Economia socială a îmbrățișat în mod tradițional forme juridice specifice: cooperative, societăți mutuale, asociații și fundații. În 2014, în categoria economiei sociale erau incluse aproximativ 223.000 de unități: 190.000 de asociații (în aceste statistici sunt incluse doar asociațiile cu cel puțin un lucrător salariat), 27.000 de cooperative, 8.000 de societăți mutuale și aproximativ 1.600 de fundații.

De-a lungul timpului, odată cu creșterea unora dintre organizațiile sale și cu transformarea mediului lor, economia socială, care a izvorât dintr-o hotărâre de a produce schimbare, a prezentat și tendințe de aplatizare. Economia socială s-a concentrat, într-adevăr, pe forma întreprinderii, reducând dimensiunea



democratică la o egalitate formală între membri și accentuând o percepție a succesului ca performanță pe piață. Unele organizații de economie socială au întâmpinat de fapt dificultăți în exercitarea democrației, în mobilizarea asociațiilor sau în susținerea proceselor de emancipare.

Începând cu sfârșitul anilor 1980, conceptul de economie socială a fost, așadar, contestat în Franța de conceptul de „economie solidară”. Dezvoltarea economiei solidare s-a bazat pe o critică, la nivel de bază, a instituționalizării economiei sociale și a tendinței acesteia spre izomorfismul pieței. Actorii care au dorit să descopere o capacitate de schimbare socială și-au găsit cauza în economia solidară, care a oferit o abordare mai „alternativă” și a revendicat o capacitate politică de transformare socială.

Economia solidară reunește toate activitățile care contribuie la democratizarea economiei prin implicarea cetățenilor dar și prin furnizarea de servicii și locuri de muncă cetățenilor mai defavorizați, așa cum făceau întreprinderile sociale emergente în alte țări europene. Caracteristica acestei perspective este că ea consideră aceste activități nu numai prin prisma formelor lor juridice (asociație, cooperativă, societate mutuală etc.), ci și prin dimensiunea lor duală – economică și politică (Dacheux și Laville 2003, Eme și Laville 2006).

Evoluția juridică principală în Franța aeste Legea-cadru privind economia socială și solidară adoptată în iulie 2014. Legea include o serie de elemente distinctive, care pot fi folosite ca bune practici:

- În primul rând, este introdus un statut nou de „întreprindere solidară de utilitate socială” sau „întreprindere solidară de utilitate socială” (entreprise solidaire d'utilité sociale – ESUS) care poate fi adoptat de toate formele juridice ale Economiei sociale și solidrare care urmăresc un scop social specific, Definiția ESUS este transversală în ceea ce privește formele juridice. În afară de organizațiile considerate în mod tradițional ca parte a ESS datorită statutului lor juridic (asociații, mutuale, cooperative, fundații), legea include și organizațiile care își desfășoară activitatea sub statut comercial, respectând totodată în regulile lor de funcționare câteva trăsături fundamentale precum: guvernare democratică, căutarea unei utilități sociale, repartizarea limitată a profitului prin regulile statutare, existența blocurilor de active colective, etc.;
- În al doilea rând, utilitatea socială, așa cum este definită de lege, este legată de faptul că principala lor misiune socială este de a sprijini persoanele aflate în situație de fragilitate, de a combate excluziunea și inegalitățile, de a promova educația pentru cetățenie, legătura socială, coeziunea socială și dezvoltarea durabilă;



UNIUNEA EUROPEANĂ



- În al treilea rând, legea recunoaște statutul specific de „întreprinzător muncitor salariat” angajat într-o cooperative d’activité et d’emploi (CAE), cu o parte fixă și una variabilă pentru salariul plătit de CAE și obligația de a fi membru CAE în anii următori semnării contractului. Legea din 2014 introduce și unele modificări în forma juridică a cooperativei de interes colectiv (société coopérative d’intérêt collectif – SCIC) adoptată în 2001. Acest statut inovator a fost introdus printr-o serie de modificări relativ simple aduse legislației cooperative existente. Acesta a mutat accentul de la ceea ce este forma corporativă a unei organizații la obiectivul acesteia. Reprezentanții publici pot face parte din structura de proprietate și, dacă adunarea membrilor este de acord, pot prelua o parte din capitalul social al cooperativei fără a fi nevoie de aprobare și examinare în Consiliul de Stat – diferit de ceea ce se cere altor companii private.

Astfel, concluzionăm că în Franța, economia socială este un mod de dezvoltare antreprenorială și economică adaptat tuturor domeniilor de activitate umană la care aderă persoanele juridice de drept privat, care îndeplinesc următoarele condiții cumulative: urmăresc și alt obiectiv decât simpla împărțire a profitului, guvernare democratică și gestionarea în conformitate principiile stabilite de lege Economia socială și solidară este compusă din activitățile de producție, prelucrare, distribuție, schimb și consum de bunuri sau servicii.

## 5.2 Evoluția economiei sociale în Danemarca

Originea „întreprinderii sociale” datează de la mijlocul până la sfârșitul secolului 1800, reprezentate de mișcările cooperative de fermieri și muncitori, cât și de apariția asociațiilor de voluntari și a organizațiilor non-profit câteva decenii mai târziu. Atât „mișcarea muncitorilor socialiști”, cât și „mișcarea grundtvigiană” au avut o mare influență în gândirea atât a celor vechi, cât și a noilor tipuri de întreprinderi sociale. În plus, aceste două mișcări au fost surse cruciale de inspirație în formarea politicii daneze. Chiar și de la începuturile lor cele mai modeste, cooperativele de fermieri aveau o natură cu mai multe fațete, în acest sens direct comparabile cu caracterul hibrid și baza mixtă de resurse a întreprinderilor sociale de astăzi. Cooperativele nu numai că au protejat și facilitat interesele economice ale fermierilor, ci și-au



asigurat și interesele culturale, educaționale și politice pentru a proteja și spori bunăstarea participanților și a comunităților acestora. Aceste mișcări au fost paralele cu tradiția de caritate și voluntarism prin sectorul al treilea, organizații religioase și asociații de voluntari, contribuind la articularea în continuare a „economiei sociale” ca atare.

Unele organizații erau deja la începutul secolului al XX-lea comparabile direct cu ceea ce astăzi este etichetat Întreprinderi sociale de integrare în muncă (WISE). În general, relația dintre sectorul public și sectorul terț s-a dovedit a fi relativ colaborativă de-a lungul timpului. Sfârșitul anilor 1960 a fost o perioadă deosebit de influentă în cultivarea întreprinderii sociale moderne, atât prin propagarea unei noi ere a reformelor asistenței sociale și a evoluției unui stat social instituțional și universal, cât și prin apariția unor inițiative sociale mai legate de noi. mișcărilor sociale decât mișcărilor cooperatiste și sectorului trei tradițional. Acest lucru a contribuit la declanșarea unui nou val de economie socială compusă din activități locale, de jos în sus.

Definiția publică actuală a întreprinderii sociale este cea propusă de Comitetul Întreprinderilor Sociale în 2013 și adoptată de Parlamentul Danez printr-o lege în 2014: „Întreprinderile sociale sunt deținute în mod privat și, prin afacerile și profiturile lor, au scopul de a promova anumite activități sociale specifice”. În iunie 2014, Parlamentul danez a adoptat „Legea privind întreprinderile sociale înregistrate”. Începând cu 2015, a fost posibilă înregistrarea ca întreprindere socială la autoritățile daneze. Conform Legii din 2014, întreprinderile sociale trebuie să îndeplinească următoarele cinci criterii pentru a fi etichetate ca întreprindere socială:

- Scop social - întreprinderea trebuie să aibă un scop primar care este benefic pentru societate, cu un scop social, cultural, de angajare, de sănătate sau de mediu.
- Activitate comercială semnificativă - Întreprinderea trebuie să vândă fie bunuri, fie servicii. Această activitate trebuie să constituie un element semnificativ al veniturilor generate de întreprindere.
- Independența autorităților publice - Autoritățile publice nu trebuie să aibă nicio influență semnificativă asupra conducerii sau funcționării întreprinderii.
- Guvernare incluzivă și responsabilă - Întreprinderea trebuie să implice angajații, clienții, partenerii și părțile interesate. În plus, compania trebuie gestionată responsabil în conformitate cu obiectivele sociale.



- Managementul social al profiturilor - Întreprinderea trebuie să-și cheltuiască profiturile pe obiective sociale sau să reinvestească fondurile. Cu toate acestea, o parte limitată din profit poate fi distribuită ca dividende investitorilor sau proprietarilor. Profiturile ar trebui să fie reinvestite în întreprindere, investite în alte întreprinderi sociale înregistrate, donate organizațiilor caritabile sau distribuite drept dividende proprietarilor și investitorilor într-o măsură limitată.

În timp ce discuțiile continuă cu privire la definițiile și calitățile întreprinderii sociale în rândul părților interesate, pare să existe o înțelegere larg acceptată și consecventă a conceptului astfel cum se acționează în cadrul organismelor politice formale și schemelor de politici la nivel național, regional și municipal din Danemarca. Definiția utilizată de părțile interesate în domeniu pare până în 2018 să aibă rădăcini adânci în legea din 2014 și într-o anumită măsură în activitatea desfășurată de Comitetul Național pentru Întreprinderi Sociale care a lucrat între 2013 și 2015. Definiția este, de asemenea, strâns corelată cu operaționalizarea UE în acest domeniu. De exemplu, ambele definiții afirmă că întreprinderile sociale trebuie să urmărească un scop social primar și explicit prin angajarea în activități economice (comerț). Întreprinderile sociale ar trebui, de asemenea, să fie independente de sectorul public, să aibă limitări în ceea ce privește utilizarea profiturilor/excedentelor și să se angajeze în îmbunătățirea modelelor de guvernare participativă. Definiția din 2014 a fost cea mai frecvent utilizată și menționată în Danemarca în anii de la lansare.

De exemplu, majoritatea municipalităților, întreprinderilor sociale, cercetătorilor și altor părți interesate intervievate pentru acest studiu au părut bine versate în principiile și componentele acestuia. De asemenea, definiția a fost integrată direct în determinarea eligibilității participanților la Întreprinderile Sociale Înregistrate (RSV), care a servit drept prima platformă formală de documentare a întreprinderilor sociale. Cu toate acestea, în timp ce RSV a fost un instrument util pentru a crea o mai mare conștientizare cu privire la întreprinderea socială, a făcut de asemenea, lumină asupra dificultăților de a răspunde celor 260 de întreprinderi sociale înregistrate (în iunie 2018) față de cele cinci criterii cerute în vederea legitimării etichetei „întreprindere socială”.



### 5.3 Evoluția economiei sociale în Bulgaria

Întreprinderile cu scopuri sociale din Bulgaria au o istorie și tradiție lungă, manifestată sub forma puternicei mișcări cooperatiste și a centrelor culturale comunitare (chitalishta). Aceste instituții influente au afișat pentru prima dată principalele caracteristici ale viitoarelor întreprinderi sociale. Cooperativele au cunoscut o expansiune remarcabilă înainte de al Doilea Război Mondial ca formă de organizare economică care a permis oamenilor cu resurse materiale limitate să facă față problemelor economice și sociale. Un al treilea pilon, întreprinderile care asigură locuri de muncă protejate pentru persoanele cu dizabilități, contribuie, de asemenea, la dezvoltarea întreprinderilor sociale contemporane. Astfel de întreprinderi au început să apară la începutul secolului al XX-lea. Acestea au cunoscut o creștere și o dezvoltare rapidă în perioada 1951-1989 datorită dreptului definit legal de nișe de piață rezervate pentru produsele lor. După o perioadă de dificultăți din primul deceniu de tranziție, în prezent întreprinderile care facilitează integrarea în muncă a persoanelor cu dizabilități își restabilesc treptat capacitatea de a-și îndeplini funcțiile.

În ceea ce privește asociațiile și fundațiile, dezvoltarea lor a început în prima jumătate a secolului al XX-lea, deși s-au confruntat cu întreruperi în perioada socialistă, iar după 1990 organizațiile nonprofit (ONP) au cunoscut din nou o expansiune rapidă. În perioada actuală de dezvoltare democratică întreprinderile sociale au apărut în principal ca o evoluție a următoarelor forme: cooperative, întreprinderi de integrare în muncă a persoanelor cu dizabilități, plus asociații și fundații. Cu toate acestea, serviciile furnizate de gama de întreprinderi sociale care operează în Bulgaria nu se potrivesc cu nevoile tot mai mari nesatisfăcute în societate, inclusiv cu integrarea persoanelor vulnerabile.

Întreprinderile sociale din Bulgaria acoperă diferite forme juridice și anume: asociații și fundații; centre culturale comunitare; întreprinderi specializate pentru integrarea în muncă a persoanelor cu dizabilități; și cooperative de persoane cu dizabilități. Din cauza lipsei de date statistice suficiente întreprinderile sociale înființate în prezent ar putea reprezenta circa 1% din totalul întreprinderilor din țară, angajând aproximativ 2% din populația ocupată. Acestea contribuie la aproximativ 0,7% din valoarea adăugată produsă în țară. Toate cele trei cifre se află cu mult sub mediile UE. Lipsa unor criterii clare pentru identificarea întreprinderilor sociale în Bulgaria și cadrul legal fragmentat au provocat confuzie în domeniul întreprinderilor sociale.

Cu intenția de a oferi claritate, guvernul a elaborat un proiect de Lege privind întreprinderile din economie socială și solidară, adoptat de Parlamentul Național. Noul act a intrat în vigoare la 2 mai 2019.



Cadrul legal disponibil pentru formele organizaționale menționate mai sus, precum și noul act sunt părți paralele ale definiției operaționale a UE. Cerința de activitate economică, rolul definitiv al scopului social și independența entităților, toate rezonază cu definiția UE. Noua legislație prevede câteva preferințe fiscale relevante pentru activitățile întreprinderilor sociale.

Lipsa persistentă a unui cadru legal specific a avut mai multe implicații pentru dezvoltarea întreprinderilor sociale în țară. În primul rând, entitățile economice care posedă unele dintre dimensiunile întreprinderii sociale enumerate mai sus au fost create pe baza diferitelor legi. Explicând acest status quo, unii reprezentanți ai autorităților publice au susținut că alte câteva legi relevante au compensat lipsa unei reglementări specifice. În al doilea rând, predecesorii întreprinderilor sociale de astăzi au fost înființați pentru a rezolva probleme sociale specifice, iar legile relevante nu intenționau să construiască întreprinderi sociale în conformitate cu orientările actuale ale UE. Într-adevăr, conceptul UE în sine nu exista la momentul în care au fost create legile. Aceste particularități sugerează că evoluția cadrului juridic și istoria precursorilor întreprinderilor sociale poartă semne de ambiguitate conceptuală și normativă în definirea unei întreprinderi sociale. Se pare că actele existente au creat un cadru normativ, care ar putea distorsiona performanța întreprinderilor sociale în unele cazuri. Mai mult, statul prestează adesea servicii direct prin propriile structuri în domenii precum educația, sănătatea și asistența socială. Această dezvoltare spontană are ca rezultat astăzi, un număr semnificativ și o mare varietate de forme de întreprinderi cu scopuri (preponderent) sociale.

Preponderența obiectivelor sociale nu asigură că toate aceste întreprinderi îndeplinesc pe deplin criteriile prezentate în definiția operațională a UE. Se poate dovedi necesar să se evalueze potrivirea între întreprinderile cu scopuri sociale și întreprinderile sociale „autentice”. Această secțiune urmărește să răspundă la modul în care cadrele legale pentru întreprinderile cu scopuri sociale din Bulgaria îndeplinesc definiția operațională a UE, atât în formulare, cât și în practică. Cele mai semnificative acte care modelează construcția juridică a întreprinderilor menționate cu scopuri sociale includ:

- Legea Asociațiilor Culturale Publice (chitalishta) (SG Nr.89/1996, ultima modificare 2018)- definește chitalishta ca asociații comunitare autonome specifice, care dezvoltă și îmbogățesc activități culturale, sociale și educaționale locale. Aceste asociații iau și forma juridică de ONG-uri și se înregistrează atât în Registrul Ministerului Culturii, cât și în registrul ONG-urilor;
- Legea privind persoanele juridice fără scop lucrativ (SG nr.81/2000, ultima modificare 2018)- definește modul în care fundațiile și asociațiile sunt înființate legal în țară. Face distincția între



asociații și fundații în beneficiul public și privat. Beneficiul public include: 1) dezvoltarea și promovarea societății civile, participarea civică și buna guvernare; 2) dezvoltarea și validarea valorilor spirituale, de sănătate, educație, știință, cultură, tehnologie, tehnologie sau cultură fizică; 3) sprijinirea copiilor, a persoanelor cu dizabilități și a persoanelor și comunităților expuse riscului de excluziune socială; 4) protecția drepturilor omului sau a mediului; 5) alte scopuri stabilite de lege. Asociațiile și fundațiile înființate în folosul public sunt incluse într-un registru special;

- Legea privind cooperativele (SG nr. 113/1999, ultima modificare 2018); definește cooperativa ca fiind o asociație de persoane fizice cu capital variabil și un număr variabil de membri care, prin asistență și cooperare reciprocă, desfășoară activități de afaceri pentru a-și satisface interesele economice, sociale și culturale. Fiecare membru al cooperativei efectuează o plată introductivă și în rate obligatorie, a cărei mărime, procedura de depunere și formă sunt specificate în statut. Indiferent de mărimea acționariatului, fiecare membru are dreptul la un vot. Statutul reglementează relațiile de muncă și asigurări sociale dintre membrii cooperatori și cooperativă în conformitate cu legislația socială și de muncă aplicabilă.
- Legea privind integrarea persoanelor cu dizabilități (SG nr. 81/2004, ultima modificare 2017). Întreprinderile specializate și cooperativele de persoane cu dizabilități sunt singurele tipuri de întreprinderi sociale care au un cadru legal special. Potrivit Legii, pentru a fi recunoscute ca întreprinderi ale persoanelor cu dizabilități, cooperativele și societățile convenționale (cum ar fi societățile cu răspundere limitată) trebuie să îndeplinească următoarele condiții:
  - Sunt înregistrate în conformitate cu Legea comerțului sau Legea cooperativelor;
  - Fabrică bunuri sau prestează servicii;
  - Au o pondere relativă a persoanelor angajate cu dizabilități, după cum urmează:
    - Pentru întreprinderile specializate și cooperativele de nevăzători și deficiențe de vedere: cel puțin 20% din numărul total de personal;
    - Pentru întreprinderile specializate și cooperativele de nevăzători și deficiențe de vedere: cel puțin 20% din numărul total de personal;
    - Pentru întreprinderile specializate și cooperativele de persoane cu alte dizabilități: nu mai puțin de 50% din numărul total de personal;
    - Sunt înscrși în registrul Agenției pentru Persoane cu Dizabilități.

## 5.4 Concluzii

Economia socială în România este ansamblul activităților organizate independent de sectorul public:

- al căror scop este să servească interesul general, interesele unei colectivități și/sau interesele personale nepatrimoniale;
- prin creșterea gradului de ocupare a persoanelor aparținând grupului vulnerabil și/sau producerea și furnizarea de bunuri, prestarea de servicii și/sau execuția de lucrări.

Cele mai notabile diferențe le-am înregistrat comparativ cu Franța, după cum este prezentat în tabelul comparativ de mai jos.

**Tabel 5.7** Diferențe legislative între România și Franța

Actori ai componentei INSTITUTII	România	Franța
<b>Actor cheie</b>	<b>Intreprinderi sociale</b> <b>Intreprinderi sociale de inserție</b>	<b>Intreprinderi de economie socială</b>
Ministerul însărcinat cu aspectele de ES	Ministerul Familiei, Protecției sociale și Persoanelor Vârștnice (Ministerul Muncii și al Solidarității sociale)	Ministerul Economiei, Finanțelor și Redresării
Nivelul de angajare a responsabilității în ministerul respectiv	<b>Compartiment</b> în cadrul Direcției politici de ocupare, competențe și mobilitate profesionala	<b>Secretariatul de stat</b> pentru economie socială, solidară și responsabilă
Structuri de dialog între Guvern și actorii economie sociale	Comisia națională pentru economia socială (condusă de un Președinte, ales de plenul acesteia)	Consiliul superior al economiei sociale și solidare (plasat pe lângă Primul Ministru și condus de Secretarul de Stat pentru ESS)
Organisme reprezentative ale actorilor ES	✓ Federația Națională „Omenia” ✓ Coaliția pentru Economie Socială;	✓ Camera franceză a economiei sociale ✓ Camerele regionale ale economiei sociale ✓ Polii teritoriale de economie sociala

Concluzionăm după analiza acestor evoluții legislative că pentru a-și atinge potențialul economic și social, economia socială necesită un mediu favorabil prin reglementarea cadrului strategic de dezvoltare



și oferirea de facilități fiscale și nonfiscale. Stimularea economiei sociale și a inovării sociale în zonele rurale este de asemenea relevantă în vederea viitoare rețele a UE pentru politica agricolă comună.

De asemenea, este important de luat în considerare viziunea UE privind extinderea rețelei europene a regiunilor economiei sociale pentru a consolida noile parteneriate regionale și locale, în special pentru a stimula dubla tranziție verde și digitală în teritorii. O altă viziune importantă este cea a Organizației Națiunilor Unite (ONU) care stipulează că integrarea întreprinderilor sociale în procesul de dezvoltare (națională și locală) depinde de :

- Existența unui minister cu un mandat special privitor la economia socială;
- Existența unui organism de punere în aplicare și coordonarea politicilor de economie socială într-un cadru interdepartamental;
- Existența unui organism de punere în aplicare și coordonarea politicilor de economie socială într-un cadru interdepartamental;
- Existența unei cartografii a întreprinderilor de economie socială din teritoriul respectiv;
- Cunoașterea impactului integrării entitatilor de economie socială în demersul de dezvoltare locală;

La momentul actual, România nu are o strategie națională dedicată pentru economie socială și nici un minister cu mandat special în acest sens. Putem afirma că criteriul cartografierii întreprinderilor sociale este îndeplinit prin prisma registrului unic al întreprinderilor sociale, care este actualizat constant. Toate aceste lipsuri pot deservi ca sursă de inspirație pentru schimbarea în bine a caracterului instituțional-legislativ al economiei sociale în România.

## **6. ANALIZĂ PRIVIND PROMOVAREA ȘI MARKETINGUL ÎNTEPRINDERILOR SOCIALE ÎN ROMÂNIA**

În cadrul Zilelor Clujene ale Economiei Sociale, ediția a VII-a, organizată în săptămâna 16-21 mai, întreprinderile și antreprenorii economiei sociale au avut oportunitatea de a interacționa între ele și de a se promova în vederea creșterii vizibilității și cercului de networking. Institutul pentru cercetări în economie circulară și mediu "Ernest Lupan" a participat la "Târgul întreprinderilor de economie socială" și la "Bursă generală a locurilor de muncă". În cadrul acestor evenimente, au putut fi observate mai multe modalități prin care antreprenorii sociali aleg să se promoveze în rândul grupului lor țintă.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Creșterea vizibilității economiei sociale rămâne una dintre provocările majore ale acestui sector în România, fiind de altfel și o țintă urmărită la nivel de european, asumată în planul realizat de Comisia europeană pentru economie socială.

Conceptul de marketing social reprezintă eforturi de marketing îndreptate spre influențarea comportamentelor sociale care urmăresc „nu să beneficieze marketerul, ci să beneficieze publicul țintă și societatea în general” (Madill și Ziegler, 2012). Pentru a dezvolta o delimitare a campaniilor de marketing social de marketingul comercial, Andreasen (2002) a propus următoarele criterii ca repere pentru recunoașterea abordărilor de marketing care ar putea în mod legitim să cadă sub eticheta de marketing social:

- scopul programului de marketing trebuie să fie „schimbarea voluntară a comportamentului;
- proiectele de marketing trebuie să utilizeze în mod constant „cercetarea publicului;
- programul continuă cu o segmentare atentă a publicului țintă.

Strategia de marketing încearcă să utilizeze toate produsele, prețul, promovarea și locul sau distribuția (4P) ale mixului de marketing tradițional. Cu toate acestea, un program de marketing nu trebuie să aibă neapărat toate criteriile de mai sus pentru a fi numit program de marketing social. Cu toate acestea, campaniile care sunt pur și simplu campanii de comunicare nu trebuie confundate cu marketingul social (Andreasen, 2002). Agenții de campanie socială practică prea des publicitatea socială, mai degrabă decât marketingul social. Astfel, eșecul frecvent al multor reclame sociale poate fi atribuit lipsei sau absenței condițiilor de monopolizare, canalizare și suplimentare în arena socială (Lazarsfeld și Merton, 1971). Succesul unei campanii va depinde de buna dezvoltare a produsului, locului, promovării etc. Astfel de concepte au fost redefinite și s-a dovedit a avea un grad mare de aplicabilitate în cauze sociale (Kotler și Zaltman, 1971). Marketingul social necesită de obicei abordarea unor convingeri și valori de bază, în timp ce marketingul de afaceri se ocupă adesea de unele preferințe și opinii superficiale.

## 6.1 Observații privind marketingul întreprinderilor sociale

Atunci când scopul unui efort este de a atenua o problemă socială prin prezentarea unui serviciu sau a unui produs unei populații țintă, întreprinderile sociale sunt utile. Dar ce ar trebui să facă o întreprindere pentru a oferi acel beneficiu societății? Conceptul de „marketing”, în ciuda faptului că este un element important al oricărei întreprinderi, a fost în mare parte trecut cu vederea în literatura despre întreprinderile sociale.



După cum Doherty și colab. (2009) afirmă: „în ciuda potențialului evident al întreprinderile sociale în relație cu marketingul etic, social și relațional, au existat puține cercetări efectuate în domeniul managementului de marketing în economia socială” (Doherty et al., 2009). În timp ce conceptul a fost ignorat în cadrul întreprinderilor sociale, în cadrul afacerilor convenționale, a primit o mare atenție. Kotler și Zaltman au introdus conceptul de marketing social pentru prima dată în anii 1970. Ei afirmă că „aplicarea logicii de marketing la obiectivele sociale este o dezvoltare naturală și, în general, una promițătoare” (Kotler & Zaltman, 1971).

### **Observația 1: Abordare ad-hoc, minimalistă a marketingului.**

- În timp ce întreprinderile sociale sunt conștiente de importanța marketingului și doresc să utilizeze instrumente de marketing, le lipsesc abilitățile necesare pentru a face acest lucru (Madill și Ziegler, 2012). Expertiza limitată în marketing pare să fie o îngrijorare continuă pentru întreprinderile sociale, care se reflectă adesea prin strategia de preț slabă sau atenția redusă acordată ambalajului și un nivel mai scăzut de interacțiune cu clienții (Peattie și Morley, 2008b). În loc să urmeze secvența practică în mod convențional a procesului de marketing, care recunoaște că marketingul și vânzările sunt funcții separate, succesive, întreprinderile sociale par să se concentreze doar pe activitățile de promovare (Boschee, 2006). Cu alte cuvinte, aceste se concentrează adesea în mod disproporționat pe promovarea ofertelor lor și trec cu vederea alți pași importanți, cum ar fi cercetarea de piață, construirea mărcii și managementul relațiilor cu clienții. Prejudecățile față de activitățile de promovare împiedică adesea ES-urile să adopte o abordare strategică față de marketing, implicând identificarea pieței țintă și proiectarea eforturilor de marketing (Boschee, 1995; Varadarajan, 2010)

### **Observația 2: o abordare rentabilă și de jos în sus a marketingului.**

- Practicile de marketing din economia socială sunt diferite de cele ale întreprinderilor obișnuite (Shaw, 2004). Acestea adoptă instrumente de marketing antreprenorial rentabile pentru a interacționa cu clienții (Gökbulut Özdemir, 2013). O astfel de abordare de jos în sus începe, în general, cu și se construiește în jurul rețelei personale a unui antreprenor sau a bazei inițiale de clienți și apoi crește treptat (Ioniță, 2012; Martin, 2009). Clienții mulțumiți joacă, de asemenea, un rol crucial în furnizarea de feedback pozitiv. Astfel, construirea unei bune reputații în comunitatea țintă și construirea unei relații cu clienții imediați sunt o parte integrantă a marketingului în cadrul economiei sociale (Allan, 2005; Facca-Miess și Santos, 2014). De

asemenea, rețelele sociale și platformele de marketing online oferă antreprenorilor sociali un mediu cu costuri reduse pentru a comunica cu clienții țintă și pentru a-și vinde ofertele la un cost scăzut (Hynes, 2009; Madill și colab., 2010; Wong și Tse, 2016). Luate împreună, întreprinderile sociale adoptă în general o abordare de marketing cu costuri reduse și lucrează prin contactele și rețelele lor, în loc de cheltuielile investite în reclama în mass-media pentru construirea mărcii.

### **Observația 3: echilibrarea obiectivelor duble**

- Întreprinderile sociale au servesc atât scop social, cât și unul economic, fiind dificil să le echilibreze/să le prioritizeze atunci când se confruntă cu cerințe variate și conflictuale din partea părților interesate (Allan, 2005). Uneori, întreprinderile sociale separă aceste aspecte și folosesc abordări diferite de marketing pentru a le aborda (Hibbert și colab., 2002; Mitchell și colab., 2016; Roundy, 2017). A acorda mai multă importanță unui aspect și ignorarea celuilalt poate duce chiar la o situație precum neîndeplinirea misiunii (Zietlow, 2001), prin care întreprinderea socială se îndepărtează de misiunea sa socială inițială în căutarea succesului în afaceri.

### **Observația 4: Mentalitate greșită**

- Antreprenorii sociali aleg adesea să nu adopte practici formale de marketing (Bull, 2007; Bull și Crompton, 2006), deoarece văd activitățile de marketing ca fiind redundante, prea mult orientate spre afaceri și împotriva valorilor bunăstării sociale (Bull, 2007). Unii dintre ei sunt îngrijorați de faptul că cheltuirea excesivă pentru marketing poate declanșa un sentiment de neîncredere în rândul părților interesate, inclusiv angajații, voluntarii și donatorii. Donatorii pot vedea, de asemenea, eforturile întreprinderii sociale ca un semn că întreprinderea socială se descurcă deja bine, ceea ce duce la o intenție redusă de finanțare. Această mentalitate moștenită care provine din mediul non-profit este un alt motiv pentru care întreprinderile sociale cheltuiesc mai puțin pe marketing (Peattie și Morley, 2008a, b; Powell și Osborne, 2015; Sunley și Pinch, 2012).

### **Observația 5: resurse insuficiente pentru marketing.**

- Adesea, antreprenorii sociali nu reușesc să adopte activități de marketing din cauza lipsei unei forțe de muncă calificate, a departamentelor dedicate pentru marketing și a resurselor financiare adecvate de investit (Bull și Crompton, 2006; Hines, 2005; Roundy, 2017; Mitchell și colab., 2015, 2016; Peattie și Morley, 2008b; Satar și colab., 2016; Shaw, 2004). Pentru a atrage oameni calificați, întreprinderile sociale își prezintă adesea aspectul social și se poziționează ca o



platformă care contribuie la societate (Austin et al., 2006; Battilana și Dorado, 2010). Prin urmare, indisponibilitatea resurselor adecvate pare să intervină în calea executării unei operațiuni de marketing cu drepturi depline.

### **Observația 6: abordare diferențială**

- Prezența mai multor părți interesate cu interese variate și adesea conflictuale pot să producă provocări pentru întreprinderile sociale. Găsirea echilibrului corect între aceste așteptări și îndeplinirea lor este esențială pentru obținerea angajamentului părților interesate (Hamby și colab., 2017; Liu și colab., 2015; Lyon și Ramsden, 2006; Mitchell și colab., 2016). Aceste așteptări concurente, la rândul lor, creează confuzie în rândul antreprenorii sociali. O soluție posibilă pentru a aborda această situație este adoptarea de strategii de marketing diferite pentru diferite grupuri de părți interesate. În consecință, întreprinderile sociale tind să aibă niveluri diferite de tarifare în funcție de capacitățile de cumpărare sau de plată ale clienților (Bird și Aplin, 2007; Mendoza-Abarca și Mellema, 2016; Singh și colab., 2015). Spre exemplu, o întreprindere socială poate oferi facilități de îngrijire a sănătății comunității marginalizate la o rată subvenționată prin banii câștigați de la pacienții înstăriți (Rangan și Thulasiraj, 2007).

În România, cea mai palpabilă inițiativă de creștere a vizibilității a întreprinderii sociale a venit prin introducerea ca ocupație profesională în codul de clasificare a ocupațiilor din România, în anul 2012. Anterior, ocupația de „specialist în economie socială” a fost introdusă în codul românesc. Ocupații (cod COR 341206). Impactul său principal a venit cu creșterea vizibilității diferitelor organizații care furnizează servicii sociale, care caută ce să crească gradul de conștientizare în rândul părților interesate cheie.

Un exemplu de bună practică în direcția creșterii vizibilității economiei sociale este Ashoka România. Organizația și-a început activitatea în România în 2016, cu scopul de a aborda provocările cu care se confruntă antreprenorii sociali la nivel local și regional. Organizația se străduiește să dezvolte un ecosistem pentru antreprenorii sociali, cu un cadru de reglementare ușor accesibil, care le-ar crește vizibilitatea ca agenți ai schimbării. Din 2016, Ashoka România a dezvoltat o serie de produse care susțin activitatea de antreprenor social local, printre care: studii privind antreprenoriatul social (Raportul național privind antreprenoriatul social 2018); Harta inovatorilor sociali din România și susținătorilor lor, 2017; Analiza hărții inovatorilor sociali, 2017; Programul de burse Ashoka, care are ca scop dezvoltarea capacităților antreprenorilor sociali; și Ashoka Localizer Programme—care identifică și

sprijină implementarea inovațiilor sociale din rețeaua globală Ashoka pentru a aborda unele probleme cu care se confruntă societatea românească.



**Figura 6.32** Factori ce influențează aplicarea strategiilor de marketing în întreprinderile sociale

Consolidarea organizațiilor reprezentative, a rețelelor și a structurilor de sprijin reciproc poate oferi un element de stimulare major pentru dezvoltarea în continuare a întreprinderilor sociale în România. Coaliția pentru Economie Socială oferă un exemplu ilustrativ, care cuprinde Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile și Rețeaua Română de Întreprinderi Sociale de Integrare în Muncă. Împreună, aceștia au propus un set de amendamente care au îmbunătățit considerabil proiectul legislativ și au ajutat să unească părțile interesate în timpul procesului de consultare publică. Însă, după intrarea în vigoare a Legii 219/2015, această coaliție și-a pierdut putere și vizibilitate.

În prezent, câteva rețele și structuri de sprijin au o influență relativ mică asupra guvernului. Cu toate acestea, în majoritatea cazurilor, aceste rețele au germinat Factori de influență Tipul de organizație Natura produsului oferit Tipul de piață și competiție Tipul părților interesate implicate Provocări Lipsa resurselor financiare Lipsa expertizei Mentalitatea greșită Schimbarea comportamentului publicului țintă Natura marketingului în întreprinderile sociale Abordarea de jos în sus Nesistematic, selectiv și minimalistic Abordare diferențială Orientată către părțile interesate dintr-un proces de sus în jos, mai degrabă decât din dorința de a îndeplini o nevoie comună. Ele există ca rezultat al proiectelor finanțate din surse UE. Cu toate acestea, unele structuri și rețele de sprijin autentice care răspund nevoilor de reprezentare și advocacy există în România și, în general, se leagă de întreprinderi sociale de facto.





Un alt exemplu de bună practică care a crescut vizibilitatea economiei sociale este proiectul Prometheus ”dezvoltarea economiei sociale prin cunoaștere, educație și formare la standarde europene”- un proiect major de cercetare finanțat de FSE. Acesta s-a desfășurat între 2010 și 2013. Proiectul a fost coordonat de CSDF în parteneriat cu Institutul de Cercetare pentru Calitatea Vieții, Universitatea din București, Centrul Național de Pregătire în Statistică și Euricse, și a urmărit să dezvolte inițiative care să sporească vizibilitatea întreprinderilor sociale românești, alături de cercetare științifică și cursuri la nivel universitar de economie socială din România. Prometheus a realizat prima bază de date cuprinzătoare de organizațiilor economice din țară, care acum suferă actualizări periodice și a fost publicată în „Atlasul economiei sociale” de către CSDF (publicat periodic din 2012). Baza de date INS identifică acum organizațiile de economie socială studiate care acționează ca întreprinderi private (REGIS). REGIS colectează o mulțime de date economice din evidențele fiscale. Informații suplimentare despre economia socială reies din alte tipuri cantitative și calitative de cercetare efectuate de institute de cercetare aparținând unor instituții academice precum Academia Română de Științe (RIQL), Universitatea din București, Universitatea din Cluj Babeș-Bolyai, CSDF și Laboratorul Solidarității. Reviste academice cunoscute precum International Review of Social Research (IRSR) sau Quality of Live Journal au dedicat numere speciale analizei economiei sociale din România.



## 7. CERCETARE CANTITATIVĂ PRIVIND APLICAREA ECONOMIEI CIRCULARE ÎN ÎNTREPRINDERILE SOCIALE

Organizațiile din economia socială joacă timp de de zeci de ani roluri de pionierat în modelarea și extinderea activităților și practicilor economiei circulare. Prioritizând impactul social față de maximizarea rentabilității capitalului, aceste organizații sunt capabile să reinvestească unele profituri în urmărirea scopului lor social sau de mediu și să dezvolte activități care beneficiază societatea, dar pot părea mai puțin profitabile din perspectiva unui investitor de capital.

Economia socială a contribuit la economia circulară prin activități precum reciclarea electronicelor și textilelor, bunuri de consum reutilizabile și activități de reparare și remanufacturare care prelungesc durata de viață a materialelor și produselor. De asemenea, economia socială contribuie la alte activități circulare, cum ar fi refacerea ecosistemelor naturale prin tehnici de agricultură regenerativă, optimizarea utilizării resurselor prin ecoproiectarea produselor și susținerea economiei colaborative prin platforme durabil

Organizațiile de economie socială au ilustrat potențialul economic al acestor activități, în special în zonele care se luptă să atragă capital financiar privat, în ciuda potențialului lor pentru beneficii sociale și de mediu ridicate. Angajamentul organizațiilor de economie socială în lanțurile valorice circulare întărește, de asemenea, incluziunea socială. Pe lângă reducerea impactului asupra mediului, prin activitățile lor circulare, economia socială contribuie la munca decentă și oferă oportunități de formare și muncă pentru grupurile vulnerabile.

Organizațiile din economia socială pot contribui, de asemenea, la stimularea adoptării, conștientizării și acceptării economiei circulare prin îmbunătățirea accesibilității bunurilor și serviciilor circulare pentru gospodăriile cu venituri mici. Acestea funcționează adesea la nivel local și, prin urmare, pot contribui la modele de afaceri circulare bazate pe proximitate și colaborare. Cele două elemente sunt esențiale pentru organizarea activităților circulare și a lanțurilor valorice la nivelul unui anumit teritoriu prin parteneriate între actorii locali și pentru implicarea în continuare a comunității. Această capacitate a organizațiilor de economie socială de a colabora la nivel local le poate face să fie bine poziționate pentru a juca un rol specific în lanțurile valorice circulare ca „integrator” care conectează actorii locali și facilitează colaborarea acestora.



Strategiile de scalare dezvoltate de actorii economiei sociale pot fi valorificate pentru a accelera tranziția către o economie circulară și incluzivă. Strategiile de scalare care stimulează colaborarea la nivel local și schimbul de cunoștințe, printre alte practici, permit actorilor să își maximizeze impactul și să atingă obiectivele sociale și de mediu, rămânând în același timp aproape de nevoile și realitățile locale, păstrând guvernanta participativă și menținând integritatea scopului lor social inițial, a valorilor subiacente și a modelelor organizaționale.

Factorii de decizie pot accelera dezvoltarea și extinderea economiei circulare prin sprijinirea entităților din economia socială pentru a reconstrui mai bine în contextul actual COVID-19.

Acțiunea de politică poate:

- Promova integrarea economiei sociale în economia circulară prin creșterea gradului de conștientizare, schimbul de cunoștințe, stimularea cererii de pe piață sau încurajarea inovației;
- Sprijini actorii de economia socială deja activi în economia circulară, cum ar fi prin achiziții publice și acces îmbunătățit la finanțare;
- Încuraja dialogul, a parteneriatele strategice și formele noi de colaborare între actorii publici, organizațiile din economia socială și întreprinderile de-a lungul lanțurilor valorice și în interiorul teritoriilor.

## 7.1 Metodologie

Un eșantion total de 22 de întreprinderi sociale au completat grila prezentată în tabelul 1 întocmită de IRCM în cadrul evenimentelor organizate fizic. Completarea a fost efectuată prin metoda creion-hârtie iar apoi răspunsurile au fost transcrise în tabelul 1 și au fost efectuate scorurile finale pe fiecare variabilă tematică. Variabilele investigate au surprins:

- Procentul de materii prime regenerabile sau nevirgine utilizate în producție;
- Utilizarea de substanțe chimice periculoase în producție;
- Aprovizionare cu materie primă de la furnizori certificați sau care participă la scheme de asigurare a sustenabilității produselor;
- Procentul de materie primă folosită în producție provenită din reciclare/ % de materiale prime secundare din totalul materiei prime folosite;
- Optimizarea constantă a consumului de resurse adiționale consumate în producție (apă, energie etc.);

- Proiectarea produselor pentru circularitate (modularitate, reparabilitate etc);
- Procentul din materia primă care devine deșeu în urma procesului de producție;
- Acțiuni întreprinse asupra deșeurilor rezultate din procesul de producție;
- Tipul de material folosit la ambalarea produselor;
- Folosirea canalelor de distribuție circulare/ cu amprentă scăzută de carbon;
- Oferirea de servicii de mentenanță;
- Asigurarea de servicii de reparație pe durata garanției;
- Serviciu de preluare a produselor ieșite din uz;
- Recuperarea materialelor prime secundare din produsele ieșite din uz;
- Implementarea unui sistem de management de mediu;
- Parteneriate cu alte organizații pe tema economiei circulare (simbioză industrială, adoptare exemplu de bune practici etc.).

**Tabel 7.7** Grilă de evaluare a circularității unei firme/organizații de producție în funcție de ciclul de viață

Faza din ciclul de viață	Întrebări	Variante de răspuns	Puncte	Ex. Calcul Foarte ridicat
G1. Materii prime 30 p	1. Procentul de materii prime regenerabile sau nevirgine utilizate în producție	a. 0	0 p	
		b. 10	1 p	
		c. 30	2 p	
		d. 50	3 p	
		e. > 50%	4 p	4
	2. Se folosesc substanțe chimice periculoase în producție?	a. Da	0 p	
		b. Nu	4 p	4
	3. Aprovizionare cu materie primă de la furnizori certificați sau care participă la scheme de asigurare a sustenabilității produselor:	a. Da	4 p	4
		b. Nu	0 p	
	4. % de materie primă folosită în producție	a. 0	0 p	
		b. 10	1 p	

	provenită din reciclare/ % de materiale prime secundare din totalul materiei prime folosite	c. 20	2 p	
		d. 30	3 p	
		e. > 30%	4 p	4
	5. Firma optimizează constant consumul de resurse adiționale consumate în producție (apă, energie etc.)?	a. Da	2 p	2
		b. Nu	0 p	
G2. Proiectare 10 p	6. Produsele sunt proiectate pentru circularitate (modularitate, reparabilitate etc.)?	a. Da	10 p	10
		b. Nu	0 p	
C3. Producție 16 p	7. % din materia primă care devine deșeu în urma procesului de producție?	a. 0 - 5%	4 p	4
		b. 5 - 10%	2 p	
		c. > 10%	0 p	
	8. Acțiuni întreprinse asupra deșeurilor rezultate din procesul de producție:	a. Reciclare și re folosire	4 p	4
		b. Incinerare cu recuperare de energie	1 p	
		c. Depozitare la groapa de guno	0 p	
	9. Tipul de material folosit la ambalarea produselor	a. Plastic sau altul nereciclabil	0 p	
		b. Reciclabil	2 p	
		c. Biodegradabil	3 p	3
G4. Distribuție 6 p	10. Folosește firma canale de distribuție circulare/ cu amprentă scăzută de carbon?	a. Da	6 p	6
		b. Nu	0 p	
G5. Utilizare în consum,	11. Oferă firma servicii de mentenanță?	a. Da	5 p	5
		b. Nu	0 p	

reutilizare, reparare 10 p	12. Asigură firma servicii de reparație pe durata garanției?	a. Da	5 p	5
		b. Nu	0 p	
G6. Colectare 6 p	13. Are firma serviciu de preluare a produselor ieșite din uz?	a. Da	6 p	6
		b. Nu	0 p	
G7. Reciclare 6 p	14. Recuperează firma materiale prime secundare din produsele ieșite din uz?	a. Da	6 p	6
		b. Nu	0 p	
G8. Întrebări generale 16 p	15. Are firma implementat un sistem de management de mediu?	a. Da	8 p	8
		b. Nu	0 p	
	16. Are firma parteneriate cu alte organizații pe tema economiei circulare (simbioză industrială, adoptare exemplu de bune practici etc.)?	a. Da	8 p	8
		b. Nu	0 p	

Scorul maxim ce poate fi obținută de către o întreprindere este de 83 puncte. Tabelul 7.8 prezintă intervalele de scor ce justifică încadrarea întreprinderilor sociale într-un anumit interval de circularitate. Un scor între 70 și 83 de puncte înseamnă circularitate foarte ridicată. Un scor între 50-75 înseamnă o circularitate ridicată. Valori cuprinse între 30 și 50 de puncte se traduce în circularitate medie. Pe de altă parte, valori cuprinse între 15 și 30 înseamnă circularitate slabă, iar în cele din urmă o circularitate foarte slabă există atunci când un scor este mai mic sau egal cu 15.

**Tabel 7.8** Interpretarea scorurilor pentru grila de circularitate



Grad de circularitate	Foarte ridicat	Ridicat	Mediu	Slab	Foarte Slab
Punctaj	70 - 83	50-75	30 - 50	15 - 30	<15

După ce scorurile au fost introduse în tabelul sumativ al rezultatelor în forma lor brută a urmat partea de interpretare a rezultatelor și poziționarea rezultatelor în cadrul unor discuții mai largi în literatura de specialitate.

## 7.2 Rezultate

În prima fază, scorurile au fost transcrise în tabelul 3 iar apoi au fost calculați indicatorii descriptivi. Tabelul 7.9 prezintă scorurile obținute de fiecare întreprindere în parte (Î1, Î2.. etc.), cât și totalurile pe fiecare variabilă de interes (Q1,Q2..etc). Valorile maxime reprezintă valoarea ipotetică la nivel de eșantion care ar fi fost obținută dacă toate întreprinderile ar fi punctat un scor maxim de circularitate pe variabila respectivă. Media reprezintă scorurile agregate la nivel de fiecare variabilă.

Tabel 7.10 Sumar al rezultatelor



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014 - 2020

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16
Î1	1	0	4	2	2	0	2	1	3	6	0	0	0	6	6	8
Î2	3	4	4	2	2	10	4	1	2	6	0	0	0	0	6	0
Î3	3	4	4	3	2	0	2	4	0	0	0	0	0	6	6	8
Î4	4	0	0	1	0	0	0	1	0	6	0	5	0	6	6	8
Î5	0	0	4	4	2	10	0	4	2	0	5	5	6	0	6	0
Î6	0	0	4	3	2	0	2	1	3	0	5	5	0	0	6	0
Î7	2	0	0	2	2	0	4	1	2	6	0	0	0	0	0	0
Î8	3	0	4	3	0	10	0	4	2	6	5	5	0	0	0	0
Î9	4	4	0	3	0	10	2	4	2	0	0	0	0	6	0	0
Î10	0	4	0	2	0	0	2	4	0	6	0	5	0	6	6	0
Î11	1	0	0	1	2	0	4	1	3	0	0	0	0	6	0	8
Î12	2	4	4	4	0	10	4	1	0	6	0	0	0	0	6	0

Î13	2	0	4	4	2	10	4	4	0	6	0	0	0	0	0	0
Î14	3	4	4	2	0	10	0	1	2	6	5	0	6	0	6	0
Î15	3	4	0	3	2	10	0	4	3	0	0	0	0	6	6	8
Î16	3	4	4	4	0	10	2	1	3	0	0	0	0	0	0	0
Î17	4	0	0	1	2	10	4	4	2	6	0	5	0	6	0	8
Î18	0	4	4	1	2	0	2	4	2	0	0	5	0	0	0	8
Î19	0	4	4	2	2	0	4	4	0	6	5	5	6	0	6	8
Î20	0	0	4	3	0	0	0	4	3	0	0	5	0	0	6	0
Î21	1	4	4	3	2	0	4	1	2	0	5	0	0	0	6	8
Î22	4	4	0	4	2	10	4	1	3	6	5	0	6	0	6	8
Medie	1,95	2,18	2,55	2,59	1,27	5	2,27	2,5	1,77	3,27	1,59	2,05	1,09	2,18	3,82	3,64
T	43	48	56	57	28	110	50	55	39	72	35	45	24	48	84	80
Max	88	88	88	88	44	220	88	88	66	132	110	110	132	132	176	176



### 7.3 Intepretarea rezultatelor

Analiza rezultatelor la nivel de esantion format din 22 de întreprinderi:

- Procentul de materii prime regenerabile sau nevirgine utilizate în producție

Scor obținut: 43 de puncte din 88. Medie: 1.95

Această întrebare a vizat procentul de materii prime regenerabile sau nevirgine utilizate în producție, respondenții putând alege între următoarele procente: 0, 10, 30, 50, > 50%. Media acestei variabile de 1.95 ne indică un procent de aproximativ 30% a procentului de materii prime regenerabile utilizate în producție.

- Utilizarea de substanțe chimice periculoase în producție

Scor obținut 48 de puncte din 88. Medie 2.18

Această întrebare a vizat utilizarea de substanțe chimice în producție sau operarea serviciilor. Media de 2.18 ne sugerează o utilizare scăzută a acestor substanțe, însă trebuie să ținem cont de faptul că întreprinderile chestionate, în cea mai mare parte nu sunt angajate în fabricarea de produse ci mai degrabă în oferirea de servicii.

- Aprovizionare cu materie primă de la furnizori certificați sau care participă la scheme de asigurare a sustenabilității produselor

Scor obținut: 56 de puncte din 86. Media 2.55

Rolul acestei întrebări a fost de a verifica în ce măsură întreprinderile sociale obișnuiesc să se aprovizioneze cu materii prime de proveniență certificată în ceea ce privește sustenabilitatea. Valoarea mediei de 2.55 ne indică o orientare crescută către această acțiune în cazul acestui eșantion.

- Procentul de materie primă folosită în producție provenită din reciclare/ % de materiale prime secundare din totalul materiei prime folosite

Scor obținut: 57/88. Media 2.59



Această întrebare a vizat un element esențial pentru orice model de afaceri circular, anume procentul de materie primă în producție provenită din reciclare. Media generală la nivel de eșantion este de 2.59, ceea ce ne indică o utilizare moderată a acestor tipuri de materie primă.

- Optimizarea constantă a consumului de resurse adiționale consumate în producție (apă, energie etc.)

Scor: 28 de puncte din 44. Medie: 1.27

Rolul acestei întrebări a fost de a afla în ce măsură întreprinderile sociale utilizează resursele în mod rațional, căutând metode de a-și îmbunătăți constant consumul. Observăm, atât din suma scorului brut cât și din media acestei variabile o orientare a eșantionului medie în ceea ce privește acest aspect, putând afirma că aproximativ 50% din întreprinderile chestionate depun efort în această direcție.

- Proiectarea produselor pentru circularitate (modularitate, reparabilitate etc)

Scor 110 puncte din 220. Medie 5

Proiectarea produselor pentru circularitate reprezintă un pricipiu de bază al oricărei întreprinderi care activează în domeniul producției de bunuri. Prin aplicarea acestor pricipiu, risipia poate fie evitată încă de la faza proiectării, fără a mai implica consum inutil de energie. Eșantionul de întreprinderi sociale are o medie de 5 puncte, maximul posibil fiind 10, ceea ce înseamnă că și în acest caz, orientarea este undeva la mijloc, produsele fiind proiectate de aproximativ 50% din eșantion.

- Procentul din materia primă care devine deșeu în urma procesului de producție

Scor obținut 50 din 88. Media 2.77

Un pricipiu esențial al circularității constă în faptul că deșeurile trebuie eliminate total din procesul de producție sau acolo unde nu se poate, minimize. Astfel, o medie de 2.77 obținută la nivel de eșantion ne indică că cel mai probabil mai mult de 10% din subproduse rămân la stadiul de deșeuri.

- Acțiuni întreprinse asupra deșeurilor rezultate din procesul de producție

Scor obținut 55 din 88. Media 2.5

În contextul acestei întrebări, eșantionul de întreprinderi a trebui să indice modalitatea în care elimină deseurile generate, fie prin Reciclare, Incinerare cu recuperare de energie sau depozitare la groapa de

gunoi. În acest sens, depozitarea la groapa de gunoi și reciclarea par a fi cele utilizate metode de către întreprinderile sociale chestionate în această cercetare.

- Tipul de material folosit la ambalarea produselor

Scor obținut: 39/66. Media 1.77.

Printre opțiunile pe care le puteau selecta întreprinderile sociale sunt plastic sau alt ambalaj nereciclabil, ambalaj reciclabil, respectiv ambalaj biodegradabil. Scorurile obținute ne indică că în cea mai mare parte întreprinderile sociale recurg la ambalajele clasice, din plastic, care au și cel mai mare impact asupra mediului și la ambalaje reciclabile. Ambalajele biodegradabile sunt cea mai puțin folosită alternativă

- Folosirea canalelor de distribuție circulare/ cu amprentă scăzută de carbon

Scor obținut: 72 din 132. Media: 3.27

În cazul acestei întrebări putem observa după indicatorii numerici că utilizarea canalelor de distribuție circulare sau cu amprentă de carbon scăzută nu este o practică comună în rândul întreprinderilor sociale, cel mai probabil din cauza lipsei existenței acestor canale de distribuție dar și a lipsei de informare în această direcție.

- Oferirea de servicii de mentenanță

Scor obținut 35 de puncte din 110. Medie 1.59

Serviciile de mentenanță reprezintă o activitate esențială pentru prelungirea ciclului de viață al produsului astfel încât înlocuirea lui să fie cât mai mult amânată. În cadrul acestui eșantion mentenanța nu este întreprinsă de majoritatea întreprinderilor, însă trebuie să ținem cont de faptul că întreprinderile sociale sunt mai rar implicate în procesarea directă de produse și că de cele mai multe ori serviciile de mentenanță presupune o logistică suplimentară, care îngreunează capacitățile financiare ale întreprinderii în cauză.

- Asigurarea de servicii de reparație pe durata garanției

Scor obținut: 45 de puncte din 110. Media 2.05

Asigurarea serviciilor de reparație pe durata garanției reprezintă o activitate esențială pentru prelungirea ciclului de viață al produsului astfel încât înlocuirea lui să fie cât mai mult amânată. În cadrul acestui eșantion, reparația nu este întreprinsă de majoritatea întreprinderilor, însă trebuie să ținem cont de faptul



că întreprinderile sociale sunt mai rar implicate în procesarea directă de produse și că de cele mai multe ori serviciile de mentenanță presupune o logistică suplimentară, care îngreunează capacitățile financiare ale întreprinderii sociale.

- Serviciu de preluare a produselor ieșite din uz

Scor obținut: 24 din 132 de puncte. Media 1.09

Această întrebare a urmărit să identifice existența în rândul întreprinderilor sociale a serviciilor de preluare a produselor ieșite din uz. Scorurile mici înregistrate la nivel de eșantion ne arată că aceasta nu este o practică des întâlnită, cel mai probabil din cauza faptului că acest lucru ar presupune o logistică suplimentară, care îngreunează capacitățile financiare ale întreprinderii sociale.

## 7.4 Discuții și Concluzii

Trecerea de la modelul economiei liniare la nivel micro și macro la o abordare economică circulară va îmbunătăți nu numai eficiența costurilor și, în același timp, avantajul competitiv al companiilor, dar va reduce și impactul negativ asupra mediului și asupra societății. În prezent, diferite părți interesate locale, naționale și internaționale luptă pentru protejarea mediului natural de intervențiile iresponsabile ale oamenilor și ale companiilor. O atenție deosebită o acordă marile corporații și întreprinderile mijlocii problemelor sociale și de mediu. Cu toate acestea, mulți autori și practicieni susțin că această abordare este o parte a strategiei interne de marketing sau un instrument bun de motivare a personalului și clienților sau o intervenție strategică pentru construirea mărcii companiei (Knowledge și Wharton, 2012).

În cazul operațiunilor de afaceri și strategiilor organizațiilor de misiune profit, există doar câțiva autori care cecetează cum va arăta cadrul de afaceri circular. Unii cercetători recenți dezvoltă noi componente ale modelului circular de afaceri pe baza modelului Business Canvas: propuneri de valoare, canale, relații cu clienții, fluxuri de venituri, resurse cheie, activități cheie, parteneriate cheie, structura costurilor (Lewandowski, 2015). Alți cercetători acoperă modelul de afaceri circular doar sub cei patru piloni: propunere de valoare, management al infrastructurii, interfață cu clienții, management financiar (Frank Boons și Lüdeke-Freund, 2012).



O atenție deosebită problemelor sociale și de mediu o acordă întreprinderile sociale, care sunt noi jucători pe piețele deschise. Întreprinderile sociale sunt considerate a fi cele mai eficiente organizații care pot rezolva problemele sociale și de mediu într-un mod sustenabil. Dovezi ample cu privire la întreprinderile sociale legate de mediu sunt furnizate de diferiți autori (Vickers, 2010). Tipurile de organizare menționate, care fac obiectul prezentei lucrări, trebuie să revizuiască politicile și modelele de afaceri existente, mai ales în condițiile resurselor și potențialului limitat. Acesta este motivul pentru care economia circulară a atras atenția ca un instrument puternic pentru sustenabilitate (Lewandowski, 2015). Unii autori subliniază că întreprinderile sociale joacă unul dintre cele mai relevante roluri în procesul de tranziție de la economia liniară la cea circulară. Astfel de companii folosesc gândirea strategică inovatoare pentru a reduce impactul asupra mediului și pentru a crea o valoare adăugată mai mare pentru societate, deoarece misiunea de bază a afacerii este una socială; o atenție deosebită pentru sustenabilitate este acordată de părțile interesate care trebuie să fie implicate în procesul de tranziție, cum ar fi factorii de decizie, centrele de tehnologie și inovare, cercetătorii etc. (Culcasi, 2014).

În plus, practicienii sugerează că, în economiile în curs de dezvoltare, unde problemele ecologice și sociale sunt pe agendele guvernamentale, start-up-urile care apelează la economia circulară trebuie să primească stimulente și sprijin pentru a avea un puternic simț al scopului social (Perella, 2015). Există recomandări conform cărora o abordare strategică durabilă trebuie utilizată de către organizațiile care doresc să fie sustenabile și responsabile în același timp (Johansson și Larsson, 2015).

Concluzionând, în prezent, există o lipsă de cadru care să susțină modelul de afaceri al întreprinderilor sociale în contextul economiei circulare. Importanța realizării impactului social prin modele de afaceri care utilizează principiile economiei circulare este o nevoie pentru acele întreprinderi care sunt responsabile în ceea ce privește problemele societale și de mediu. Chiar dacă există viziuni, intenții și abordări diferite legate de responsabilitate, cele mai acceptate forme de afaceri sunt cele care încă maximizează valoarea pentru acționari. Propunerea de plus valoare trebuie dezvoltată în modul de răspuns la problemele sociale și de mediu, dar strategia de afaceri adoptată trebuie să fie încadrată prin principiile economiei circulare. Întreprinderile trebuie să fie conștiente de impactul asupra societății și mediului pe care fiecare operațiune o are.

De asemenea, practicienii și cercetătorii trebuie să fie conștienți de responsabilitatea care trebuie schimbată pentru a rezolva valorile negative și a stimula valorile sustenabile pozitive. Antreprenorii sociali, atunci când elaborează propunerea de valoare a întreprinderilor lor sociale, trebuie să integreze



sustenabilitatea în scopul principal al firmei printr-un model de afaceri. Un cadru de model de afaceri durabil al întreprinderilor sociale trebuie să ofere valoare și să genereze impact, nu mai pentru acționari, ci pentru părțile interesate interne și externe și pentru clienți.

Ulterior, valoarea este creată de către antreprenori cu parteneri cheie, folosind activități recomandate de abordarea economiei circulare. Valoarea este livrată prin relațiile cu clienții și canalele segmentelor de clienți (pentru întreprinderile sociale clienții sunt aproape tot timpul beneficiari direcți ai scopului social al întreprinderii). Valoarea este captată prin structurile de costuri și fluxurile de venituri. Nu în ultimul rând, întreprinderile sociale care utilizează principiile economiei circulare beneficiază în moduri diferite, deși în principal pe economii de costuri, noi forme de venituri, motor de schimbare și tranziție, competitivitate pe termen lung, conservare a resurselor, motor pentru dezvoltarea durabilă, interesul clienților și atragerea de noi clienți, securitatea materiilor prime etc.

Luând în considerare această cercetare, sugerăm următoarele elemente ale modelului de afaceri care trebuie luate în considerare de către întreprinderile sociale care urmăresc implementarea principiilor economiei circulare:

- a) Viziunea socială și de mediu dorită;
- b) Propunerea de plus-valoare: cuprinde impactul social și beneficiile oferite clienților pentru aducerea înapoi a produselor uzate;
- c) Alinierea organizației la strategie și accelerarea schimbării prin implicarea conducerii executive;
- d) Perspectivă sustenabilă financiară: 1) creșterea resurselor financiare, 2) gestionarea costurilor;
- e) Perspectiva părților interesate: 1) utilizatori – persoane care folosesc produse sau servicii; 2) angajați – în principal persoane implicate în operațiunile afacerii; 3) beneficiari comunitari; 4) relații cu clienții – relații cu partenerii comunitari atunci când se implementează reciclarea, cu impact social și de mediu ridicat; 5) parteneriate cheie – bazate pe alegerea și cooperarea cu parteneri, de-a lungul lanțului valoric, care susțin economia circulară cu un impact social și de mediu ridicat;
- f) Perspectiva procesului intern: 1) procese necesare utilizării principiilor economiei circulare; 2) măsurarea impactului și activitățile cheie; 3) comunicarea internă și externă;
- g) Perspectiva resurselor: a) rețele; b) abilități pe principii circulare și impact social; c) informația și tehnologiile.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Fiecare dintre perspectivele și componentele descrise trebuie să arate modul în care principiile economiei circulare sunt transpuse în afaceri, iar piatra de hotar a fiecăreia dintre activități trebuie să fie un impact social sau de mediu. Cel mai simplu mod de a înțelege modelul de afaceri este de a răspunde la următoarele întrebări:

- Ce modalități de aplicare a circularității fiecărei componente a modelului de afaceri sunt luate în considerare?
- Rezultatele anticipate răspund la o problemă socială sau de mediu comunitară?

## **8. CERCETARE PRIVIND DINAMICA SECTORULUI ECONOMIEI SOCIALE DIN ROMÂNIA POST-COVID-19**

### **8.1 Raport privind impactul COVID 19 asupra aplicării criteriilor de circularitate a întreprinderilor sociale din România**

Recuperarea continuă după pandemia de COVID-19 oferă o oportunitate unică de a promova o tranziție ecologică și favorabilă incluziunii, inclusiv prin economia circulară și economia socială. Deși există un



anumit consens cu privire la impacturile pozitive asupra mediului ale economiei circulare, beneficiile sale sociale rămân relativ neexplorate. Economia socială, definită ca ansamblul asociațiilor, cooperativelor, organizațiilor mutuale, fundațiilor și întreprinderilor sociale a căror activitate este condusă de valorile solidarității, primatul oamenilor asupra capitalului și guvernanta democratică și participativă, poate contribui la consolidarea atât a economiei circulare, cât și a impacturilor sale sociale, de exemplu prin munca incluzivă și decentă. Economia circulară urmărește să decupleze extracția și utilizarea resurselor naturale de producția economică, ceea ce implică îmbunătățirea eficienței resurselor. Face acest lucru prin extinderea longevității materialelor, produselor și infrastructurii din economie, reutilizarea, reutilizarea și reciclarea materialelor și regenerarea ecosistemelor naturale, ceea ce reduce poluarea și degradarea mediului.

Economia circulară poate contribui la impulsionarea agendei ecologice și, de asemenea, poate contribui la crearea de locuri de muncă la nivel local, deși sunt de așteptat pierderi de locuri de muncă în anumite sectoare care se pot contracta ca urmare a tranzițiilor ecologice și circulare. Organizațiile din economia socială au jucat de zeci de ani roluri de pionierat în modelarea și extinderea activităților și practicilor economiei circulare. Acordând prioritate impactului social asupra maximizării rentabilității capitalului, aceste organizații sunt capabile să reinvestească unele profituri în urmărirea scopului lor social sau de mediu și să dezvolte activități care beneficiază societatea, dar pot părea mai puțin profitabile din perspectiva unui investitor de capital. Economia socială a contribuit la economia circulară prin activități precum reciclarea electronicelor și textilelor, bunuri de consum reutilizabile și activități de reparare și remanufactură care prelungesc durata de viață a materialelor și produselor. De asemenea, contribuie la alte activități circulare, cum ar fi refacerea ecosistemelor naturale prin tehnici de agricultură regenerativă, optimizarea utilizării resurselor prin eco-proiectarea produselor și susținerea economiei colaborative prin platforme durabile. Organizațiile de economie socială au ilustrat potențialul economic al acestor activități, în special în zonele care se luptă să atragă capital financiar privat, în ciuda potențialului lor pentru beneficii sociale și de mediu ridicate. Angajamentul organizațiilor de economie socială în lanțurile valorice circulare întărește, de asemenea, incluziunea socială.

Pe lângă reducerea impactului asupra mediului, prin activitățile lor circulare, economia socială contribuie la munca decentă și oferă oportunități de formare și muncă pentru grupurile vulnerabile.

Organizațiile din economia socială pot contribui, de asemenea, la stimularea adoptării, conștientizării și acceptării economiei circulare prin îmbunătățirea accesibilității bunurilor și serviciilor circulare pentru



gospodăriile cu venituri mici. Organizațiile din economia socială funcționează adesea la nivel local și, prin urmare, pot contribui la modele de afaceri circulare bazate pe proximitate și colaborare. Aceste două elemente sunt esențiale pentru organizarea activităților circulare și a lanțurilor valorice la nivelul unui anumit teritoriu prin parteneriate între actorii locali și pentru implicarea în continuare a comunității. Această capacitate a organizațiilor de economie socială de a colabora la nivel local le poate face să fie bine poziționate pentru a juca un rol specific în lanțurile valorice circulare ca „integrator” care conectează actorii locali și facilitează colaborarea acestora.

### 8.1.1 Justificarea problemei

În urma aplicării grilei ce conține criteriilor de evaluare a afacerilor de economie circulară a întreprinderilor sociale active în proiectul ASIST, am observat că deși toate criteriile de circularitate au fost îndeplinite, au fost cazuri în care au existat întârzieri, sau de asemenea, cazuri în care valorificarea potențialului de circularitate nu a fost folosit la maxim.

**Tabel 8.11** Criterii de evaluare a circularității în cadrul întreprinderilor sociale

Categori e	Crt.	N.	Descriere	Explicație	Unitate de măsură	Parametri suplimentari	Indicator de evaluare	Pondere	Date care trebuie furnizate de solicitanți
<b>A</b>	Criterii pentru AFACERI INDIRECTE	1	Proiect de promovare a reciclării deșeurilor					De la 1 la 5	<i>Scorul atribuit de evaluatori pe baza informațiilor conținute din propunerea de proiect: 0 = nerespectarea criteriului; 1 = slab; 2 = echitabil; 3 = bun; 4 = foarte bun; 5 = excelent</i>
		2	Implementarea "achizițiilor ecologice" în cadrul afacții					De la 1 la 5	

		3	Includerea educației părților interesate relevante privind economia circulară						De la 1 la 5
<b>B</b>	Criterii de MEDIU (alegeți 1 criteriu din cele 1-4)	1	Masa deșeurilor recuperate și reintroduse în ciclul propriu de producție, <b>sau</b>	Deșeurile recuperate sunt reutilizate în aceeași locație ca materie primă secundară	Kg/an	Valoarea economică a materiei prime secundare (€/Kg)	UM x parametru suplimentar (€/an)	10	Descrierea noului proces cu o demonstrație clară a cantității, calității și valorii economice a deșeurilor
		2	Simbioză industrială: Masa deșeurilor recuperate și reintroduse într-un alt ciclu de producție, <b>sau</b>	Deșeurile recuperate sunt reutilizate în altă locație ca materie primă secundară	Kg/an			9	Descrierea noului proces cu o demonstrație clară a cantității și a calității deșeurilor recuperate, și declarația proprietarului
		3	Creșterea gradului de reciclare a deșeurilor generate, <b>sau</b>	Deșeurile recuperate sunt introduse pe piață ca materie primă secundară	Kg/an			8	Descrierea noului proces cu o demonstrație clară a cantității, calității și
		4	Evitarea generării de deșeurii	Noul proces generează mai puține deșeurii	Kg/an			7	Descrierea noului proces cu o demonstrație clară a cantității, calității și valorii economice a deșeurilor reutilizate în aceeași locație
		5	"Soldul energetic net raportat la sistemul anterior"	Noul proces consumă mai puțină energie	Kwh/year	Costul depozitării (€/Kg)	UM x parametru suplimentar (€/an)	6	Descrierea noului proces cu o demonstrație clară a cantității de energie economisită
		6	Reducerea/Economisirea emisiilor de CO <sub>2</sub> în funcție de numărul de folosiri	Noul proces are emisii mai scăzute față de cel vechi	CO <sub>2</sub> Kg/an (*)	UM (CO <sub>2</sub> Kg/an)	6	Descriere comparativă a procesului nou și vechi, cu o justificare clară a reducății	
	Criterii SOCIALE	7	Soldul net al locurilor de muncă	Numărul de noi locuri de muncă create de proiectul de economie circulară, din care se scade numărul locurilor de muncă pierdute din procesul linear	Număr de norme de lucru întregi	UM (număr de norme întregi: în cazul normelor parțiale, ar trebui folosite	6	Descrierea comparativă a proceselor (vechi și nou), cu o justificare clară pentru crearea de noi locuri de muncă și pierderea locurilor de muncă vechi. În cazul în care nu s-au	
	Criterii ECONOMICE	8	Creșterea valorii economice (ciclul de viață)	Raportul dintre valoarea economică a noului proces și cel precedent	%	UM (%)	6	Descrierea comparativă a proceselor (vechi și nou), cu o justificare clară a valorii economice crescute, dacă există	
<b>C</b>	Criterii de MEDIU	1	Masa deșeurilor reciclate și reintroduse în ciclul propriu de producție, <b>sau</b>	Deșeurile recuperate sunt reciclate în aceeași locație ca materie primă secundară	Kg/an	Valoarea economică a materiei prime secundare	UM x parametru suplimentar (€/an)	10	Descrierea noului proces cu o demonstrație clară a cantității, calității și valorii economice a deșeurilor reciclate în aceeași locație
		2	Simbioză industrială: Masa deșeurilor reciclate și reintroduse într-un alt ciclu de producție, <b>sau</b>	Deșeurile recuperate sunt reciclate în altă locație ca materie primă secundară	Kg/an	Valoarea economică a materiei prime secundare	UM x parametru suplimentar (€/an)	9	Descrierea noului proces cu o demonstrație clară a cantității și a calității deșeurilor reciclate, și declarația proprietarului celui alt proces, cel care
		3	Masa deșeurilor reciclate și reintroduse în piață, <b>sau</b>	Deșeurile reciclate sunt introduse pe piață ca materie primă secundară	Kg/an	Valoarea economică a materiei prime secundare	UM x parametru suplimentar (€/an)	8	Descrierea noului proces cu o demonstrație clară a cantității, calității și valorii economice a deșeurilor reciclate
		4	"Cantitatea de energie recuperată"	Energie recuperată	Kwh/year	Costul energiei (€/KWh)	UM x parametru suplimentar (€/an)	6	Descrierea noului proces cu o demonstrație clară a cantității de energie recuperată
		5	Cantitate de resurse/ materie primă regenerată	Cantitate de resurse/ materie primă regenerată în urma procesului de producție/servicii	Kg/an	Valoarea economică a materiei regenerat e (€/Kg)	UM x parametru suplimentar (€/an)	10	Descrieți resursa/materia realizată pentru a permite ecosistemului să se regenereze și să mențină resursele

	6	Cantitate energie regenerată	Cantitate de energie regenerată în urma procesului de producție/servicii	Kwh/year	Costul realizării energiei regenerare (€/KWh)	UM x parametru suplimentar (€/an)	10	Descrieți modalitatea de realizare a energiei regenerabile pentru a permite ecosistemului să se regenereze și să se recupereze
	7	Cantitate energie recuperată	Cantitate de energie recuperată în cadrul afacerii	Kwh/year	Costul realizării energiei recuperate (€/KWh)	UM x parametru suplimentar (€/an)	2	Descrieți modalitatea de recuperare a energiei în cadrul afacerii dumneavoastră
	8	Reducerea/Economisirea emisiilor de CO <sub>2</sub> în procesul de regenerare	Noul proces are emisii mai scăzute față de cel vechi	CO <sub>2</sub> Kg/an (*)		UM (CO <sub>2</sub> Kg/an)	10	Descriere comparativă a procesului nou și vechi, cu o justificare clară a reducerii emisiilor de CO <sub>2</sub> (*)
	9	Reducerea/Economisirea emisiilor de CO <sub>2</sub> în procesul de recuperare	Noul proces are emisii mai scăzute față de cel vechi	CO <sub>2</sub> Kg/an (*)		UM (CO <sub>2</sub> Kg/an)	3	Descriere comparativă a procesului nou și vechi, cu o justificare clară a reducerii emisiilor de CO <sub>2</sub> (*)
Criterii SOCIALE	10	Soldul net al locurilor de muncă	Numărul de noi locuri de muncă create de proiectul de economie circulară, din care se scade numărul locurilor de muncă pierdute din procesul linear	Număr de norme de lucru întregi		UM (număr de norme întregi: în cazul normelor parțiale, ar trebui folosite)	6	Descrierea comparativă a proceselor (vechi și nou), cu o justificare clară pentru crearea de noi locuri de muncă și pierderea locurilor de muncă vechi. Trebuie să se prezinte
	11	Creșterea valorii economice (ciclul de viață)	Raportul dintre valoarea economică a noului proces și cel precedent	%		UM (%)	6	Descrierea comparativă a proceselor (vechi și nou), cu o justificare clară a valorii economice crescute, dacă există

O ipoteză plauzibilă care să explice acest fenomen poate fi impactul pe care l-a avut COVID-19 asupra activităților întreprinderilor sociale, dar și evenimente mai recente, precum războiul apropiat granițelor române. Fiind evenimente complexe și imprevizibile care provoacă de cele mai multe ori reducerea activității și scăderea cifrei de afaceri, performanța de mediu a întreprinderilor, prin care înțelegem efortul susținut de a avea o amprentă de carbon cât mai scăzută și un consum de resurse cât mai eficient, trece în plan secund, conservarea afacerii pentru perioada postcriză fiind principala preocupare. Astfel, ipoteza principală derivată este că un nivel ridicat de modificări provocat de aceste crize va corela pozitiv cu o performanță circulară slabă, și cu un grad ridicat de obstacole perceput în vederea implementării circularității în întreprinderea socială.

Și totuși, de ce ar trebui întărită relația dintre economia socială și circulară în situații de criză? Literatura ne oferă argumente prin care ne demonstrează că cele două se potențează reciproc, reușind să creeze plus valoare în cadrul întreprinderilor:

- Inițiativele de economie circulară urmăresc în primul rând crearea și păstrarea valorii de mediu și economice. De asemenea, organizațiile din economia socială pot contribui la consolidarea concentrării asupra impactului social pozitiv și la accelerarea tranziției către economia circulară

ca întreprinderi și inovatori sociali înșiși și ca mijloace de a implica cetățenii, firmele și teritoriile în circularitate. Noul Plan European de acțiune pentru economia circulară (Comisia Europeană, 2020[9]) recunoaște în mod explicit potențialul economiei sociale și rolul său de pionierat în crearea de locuri de muncă legate de economia circulară. Dar economia socială poate contribui și la alte aspecte ale tranziției către o economie circulară prin activitățile sale, prin modelele sale de afaceri și prin modul în care funcționează și prin impactul său asupra economiilor și societăților.

- Economia socială face tranziția la economia circulară mai incluzivă Prin activitățile lor circulare, organizațiile din economia socială produc, de asemenea, beneficii sociale, deoarece consolidează incluziunea și coeziunea socială, în special prin integrarea în muncă și furnizarea de bunuri la prețuri accesibile și activități educaționale pentru grupurile vulnerabile. După cum sa menționat anterior, organizațiile de economie socială sunt mai puțin conduse de maximizarea rentabilității investitorilor și pot astfel integra în mod voluntar preocupările sociale și de mediu în misiunea și responsabilitatea lor. Astfel de organizații includ aceste scopuri sociale și de mediu în centrul operațiunilor și modelelor lor de afaceri. Acest lucru este încurajat și de structurile de guvernare incluzive, care implică adesea mai mulți actori, alții decât investitorii privați, cum ar fi donatorii, consumatorii și autoritățile publice (Nicholls, 2010)
- Economia socială are o experiență demonstrată în dezvoltarea activităților circulare. Organizațiile din economia socială au fost pionierii în implementarea practicilor circulare și a modelelor de afaceri, în special în activitățile de reparare, reutilizare și reciclare, de mai multe decenii. Ei au o experiență vastă în diverse sectoare recunoscute drept priorități pentru economia circulară (de exemplu, electronice, alimente, materiale plastice și textile). Ei au ilustrat potențialul economic al acestor activități, în special în zonele în care capitalul financiar privat nu ar găsi profituri suficient de atractive, în ciuda posibilelor beneficii sociale și de mediu ridicate, și au ajutat la deblocarea și structurarea sectoarelor care s-au dovedit a fi importante în promovarea economiei circulare. Organizațiile din economia socială participă la lanțuri valorice circulare și contribuie la reducerea impactului asupra mediului al activităților lor economice. Ei ating obiective economice și de mediu – la fel ca orice altă organizație activă în economia circulară.



### 8.1.3 Metodologie

Pentru ca ipoteza propusă să fie validată sau infirmată propunem o cercetare cantitativă care apelează la chestionar ca instrument de operaționalizare și colectare a datelor. Chestionarul ca fi structurat pe mai multe paliere, încercând să summarizeze principalele variabile care sunt neceare pentru investigarea acestei ipoteze.

## 8.2 Dinamica sectorului economiei sociale din România post-COVID-19

### 8.2.1 Dinamica sectorului economiei sociale din România post-COVID-19

Impactul pandemiei de COVID-19 asupra sectorului întreprinderilor sociale este încă neexplorat, în ciuda potențialului acestui domeniu de a atenua unele dintre consecințele asupra dezvoltării economice comunitare. De când pandemia a început în decembrie 2019 (Kuckertz et al., 2020), milioane de oameni au avut de suferit de pe urma efectelor asupra sănătății și a destabilizării mediului economic. Afaceri și instituții „neesențiale” au fost închise timp de luni întregi, în efortul de a limita răspândirea virusului (Liguori & Winkler, 2020). Aceste închideri au limitat semnificativ oportunitățile proprietarilor de afaceri mici de a genera venituri. În acest fel, pandemia a creat noi provocări societale și a exacerbato problemele sociale care există de zeci de ani. Aceste probleme se reflectă profund în afaceri.

Ținând cont de aceste probleme, există o nevoie urgentă de a obține cunoștințe despre modul în care întreprinderile sociale sunt afectate astfel de crize economice și de sănătate publică. Într-un efort de a avansa astfel de cunoștințe, această cercetare subliniază considerente pentru examinarea impactului pandemiei COVID-19 asupra sectorului întreprinderilor sociale. Deși nu există o definiție universală pentru întreprinderile sociale, acestea sunt organizații care își propun să abordeze problemele sociale folosind activități inovatoare, generatoare de venituri (Weaver, 2019).

### 8.2.2 Provocările întreprinderilor sociale în perioade de criză

O provocare cu care se pot confrunta întreprinderile sociale este legată de finanțe. Cercetările anterioare arată că întreprinderile sociale întâmpină dificultăți în a primi finanțare pentru investiții (Battilana et al. 2012), gestionarea fluxului de numerar (Hynes 2009) și extinderea organizației (Teasdale, Sunley și Pinch 2012). În același timp, unele întreprinderi sociale refuză să ia împrumuturi de teamă că astfel de crize economice, precum cea provocată de această pandemie, le pot lăsa în datorii (Teasdale, Sunley și



Pinch 2012). Cu toate acestea, structura juridică joacă un rol crucial în urmărirea finanțării. O structură nonprofit permite urmărirea finanțării filantropice, dar limitează tipurile de activități comerciale în care se poate angaja o întreprindere socială și, de asemenea, limitează distribuția profitului (Lyons și Kickul 2013). O structură pentru profit facilitează urmărirea veniturilor obținute, dar scade șansele de a primi finanțare socială.

O altă provocare pentru întreprinderile sociale este colaborarea instituțională. Colaborările și parteneriatele instituționale au fost de mult timp esențiale pentru antreprenorii sociali și pot fi și mai cruciale în această perioadă. Colaborările instituționale pot influența, de asemenea, tehnicile pe care întreprinderile sociale le folosesc pentru a crea valoare socială și valoare economică, deoarece ajută la achiziționarea de resurse (Mair și Marti 2009; Shaw și Carter 2007). În general, colaborările instituționale sunt importante pentru sectorul întreprinderilor sociale. Totuși, ceea ce este important de descoperit este dacă pandemia crește sau va reduce astfel de colaborări?

### 8.2.3 Oportunitățile întreprinderilor sociale în perioade de criză

Când a început pandemia de COVID-19, unii cercetători în antreprenoriatul social au identificat o oportunitate de a analiza problemele sociale care ar putea fi rezolvate prin antreprenoriatul social”. Într-un alt studiu, Ratten (2020a) sugerează că strategia de antreprenoriat social și de co-creare a valorii trebuie utilizată pentru a atenua problemele cauzate de COVID-19, pentru a produce schimbări pozitive. Această afirmație se bazează din cercetările anterioare care sugerează că dubla misiune a întreprinderilor sociale le face deosebit de utile în perioadele de incertitudine economică. De exemplu, unii cercetători susțin că sectorul întreprinderilor sociale din Statele Unite s-a născut din reducerile federale ale finanțării serviciilor sociale non-profit (Weaver 2017; Kerlin 2006). Odată cu scăderea finanțării federale, organizațiile non-profit s-au angajat în activități comerciale. Acest lucru a condus în cele din urmă la dezvoltarea organizațiilor care au fost concepute pentru a atinge literalmente obiective sociale și economice. Cu toate acestea, pandemia de COVID-19 este diferită de orice moment de incertitudine cu care s-a confruntat lumea noastră înainte. Întreprinderile sociale care au un capital financiar ridicat, care este legat pozitiv de inovație și parteneriate (Meyskens et al., 2010), se vor descurca probabil bine. Cu toate acestea, întreprinderile sociale care au avut probleme cu gestionarea fluxurilor de numerar înainte de pandemie pot fi în pericol. Ca atare, întreprinderile sociale sigure din punct de vedere financiar sunt mai bine poziționate pentru a utiliza pandemia ca o oportunitate de a dezvolta soluții inovatoare la problemele societale noi și exacerbatore.



Există un număr tot mai mare de cercetări privind rolul contextului geografic în apariția, operațiunile și modelarea afacerilor sociale. Fie că examinăm întreprinderile sociale sau comerciale, contextele în care există deja o cultură antreprenorială și sistemele de sprijin care însoțesc acea cultură tind să aibă întreprinderi care supraviețuiesc, se adaptează sau se reinventează în vremuri economice dificile. Kuckertz și colab. (2020) prezice că regiunile care au un nivel ridicat de antreprenoriat înainte de criză vor depăși acest șoc. Ca atare, întreprinderile sociale din comunitățile mai sărace sau în dificultate ar putea avea nevoie de finanțare dedicată și servicii de asistență pentru a le ajuta să depășească aceste vremuri dificile. Întrucât finanțarea era deja o provocare pentru întreprinderile sociale înainte de criză, factorii de decizie pot lua în considerare acordarea de sprijin financiar sau programe de formare în afaceri care ajută întreprinderile sociale să se angajeze în tehnici inovatoare de descoperire a clienților (de exemplu, cartografierea empatiei; gândirea de proiectare) care le pot ajuta să-și orienteze modelele de afaceri. O multitudine de cercetări au arătat legătura pozitivă dintre capitalul uman și antreprenoriat (Weaver 2016; Glaeser și Resseger 2010; Glaeser 2005). Investiția în antreprenori sociali, cu finanțarea sau dezvoltarea abilităților lor, le poate consolida capacitatea de a supraviețui dacă nu pot prospera în timpul acestei pandemii.

#### 8.2.4 Obiectiv general

Obiectivul general al acestei cercetări este de a analiza principalii factorii care afectează performanța întreprinderilor sociale în contextul perioadelor de criză economică și socială. Pandemia de COVID-19 sau mai recent, războiul apropiat granițelor noastre sunt evenimente complexe și imprevizibile care provoacă de cele mai multe ori reducerea activității și scăderea cifrei de afaceri în cadrul întreprinderilor, în special a celor mici și mijlocii.

Performanța întreprinderilor, prin care înțelegem efortul susținut de a avea o profitabilitate mai mare și un consum de resurse cât mai eficient, conservarea afacerii și revenirea pentru perioada post-criză reprezintă principalele preocupări ale acestei cercetări. Astfel, ne așteptăm că un nivel ridicat de volatilitate în mediile economic, social și politic, provocate de astfel de crize va corela pozitiv cu o performanță economică slabă a întreprinderilor sociale, și cu un grad ridicat de obstacole perceput în vederea implementării activităților economice în întreprinderea socială.

#### 8.2.5 Metodologie

În acest caz va fi utilizat un design nonexperimental de tip corelațional transversal. Acest tip de design implică măsurarea tuturor variabilelor la același moment pentru toate întreprinderile. Principalele



UNIUNEA EUROPEANĂ



avantaje ale acestui design sunt ușurința cu care toate datele sunt colectate cu ajutorul instrumentelor o singură dată dar și faptul că acestea pot fi colectate anonim ceea ce poate reduce din dezirabilitatea socială a participanților, astfel fiind adresate problemele de etică referitoare la protejarea identității participantului. Cu toate acestea, dezavantajul principal al designului transversal este că nu permite formularea unor concluzii cauzale asupra variabilelor studiate. (Spector, 2001). Așadar, nu putem susține asumptia de cauzalitate între niciuna dintre variabilele investigate, ci doar asociații pozitive sau negative între ele.

### **Ipoteze de cercetare:**

H1: Performanța socială a întreprinderilor sociale corelează semnificativ statistic ( $r > 0.7$ ) cu performanța economică.

H2a: Receptivitatea la mediu a întreprinderilor sociale va avea un impact pozitiv, semnificativ ( $p < 0.05$ ) asupra performanței economice.

H2b: Receptivitatea la mediu a întreprinderilor sociale va avea un impact pozitiv, semnificativ ( $p < 0.05$ ) asupra performanței sociale.

H3a: Aversiunea față de risc a întreprinderilor sociale va modera în sens negativ, semnificativ ( $p < 0.05$ ) relația pozitivă dintre performanța socială și economică.

H3b: Receptivitatea la mediu a întreprinderilor sociale va media ( $p < 0.05$ ) relația pozitivă dintre performanța socială și performanța economică.

**Tabelul 8.12** Descrierea variabilelor cantitative



Variabilă	Tip	Sursă
Performanța socială	Cantitativă, scală de tip Likert 1= Dezacord puternic 5= Acord puternic	Miles, M. P., Verreyne, M. L., & Luke, B. (2014). Social enterprises and the performance advantages of a Vincentian marketing orientation. <i>Journal of Business Ethics</i> , 123(4), 549-556.
Performanța economică	Cantitativă, scală de tip Likert 1= Dezacord puternic 5= Acord puternic	Miles, M. P., Verreyne, M. L., & Luke, B. (2014). Social enterprises and the performance advantages of a Vincentian marketing orientation. <i>Journal of Business Ethics</i> , 123(4), 549-556.
Receptivitatea la mediu	Cantitativă, scală de tip Likert 1= Dezacord puternic 5= Acord puternic	Kohli, A. K., Jaworski, B. J., & Kumar, A. (1993). MARKOR: A measure of marketorientation. <i>Journal of Marketing Research</i> , 30(4), 467-477.
Aversiunea față de risc	Cantitativă, scală de tip Likert 1= Dezacord puternic 5= Acord puternic	Kraus, S., Niemand, T., Halberstadt, J., Shaw, E., & Syrjä, P. (2017). Social entrepreneurship orientation: Development of a measurement scale. <i>International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research</i> , 23(6), 977-997.

\*Pe lângă aceste variabile, vor fi luate în considerare și variabile calitative (nominale) ale chestionarului de tip dihotomic sau multiple choice pentru analize de tip descriptiv (frecvențe) precum barierele întâmpinate de întreprinderile sociale (Q13), asistență financiară legată de COVID-19 din surse non - guvernamentale (Q12), forma juridică (Q7), etc.

#### Analize statistice:

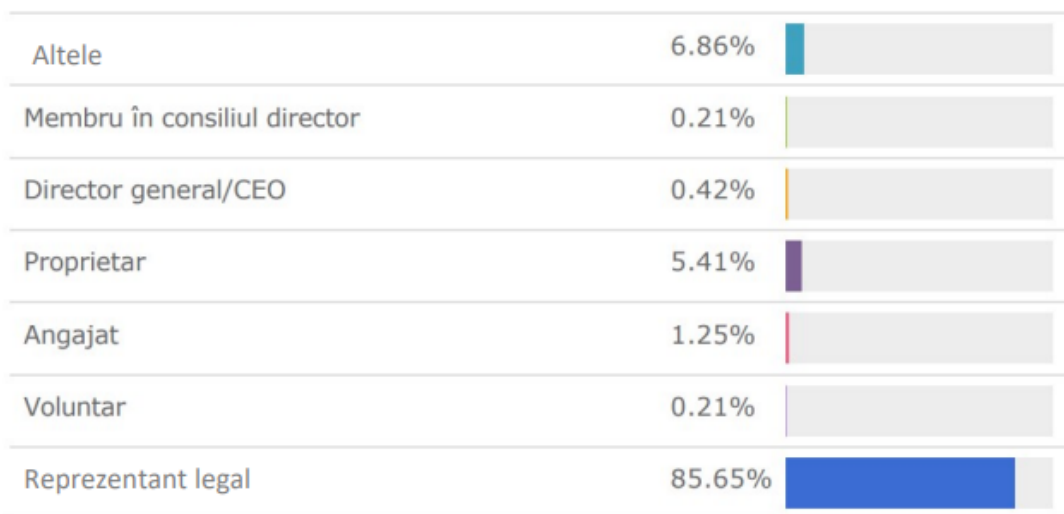
- H1- Va fi realizată analiza de corelație Pearson (r)

- H2a și H2b- Analiza de regresie liniară simplă- predictor: receptivitatea la mediu, criteriu: performanța economică și performanța social
- H3a- întrucât predictorul cât și moderatorul sunt continue folosim analiza de regresie liniară, efectul de moderare va fi indicat de o relație semnificativă între interacțiunea (produsul) dintre VI și moderator în a prezice criteriul. Este preferabil să centrăm VI și moderatorul înainte de a realiza produsul lor.
- H3b- pentru testarea modelului de mediere va fi utilizată metoda clasică a lui Baron și Kenny (1986), care au propus că efectul de mediere se exprimă ca o reducere în efectul direct între variabila predictor și variabila criteriu, atunci când se ia în considerare efectul indirect.

## 8.2.6 Rezultate descriptive

### 8.2.6.1 Date generale despre activitatea și statutul întreprinderilor sociale

Identitatea Respondenților a fost în mai mult de jumătate din cazuri cea de reprezentat legal (85.6%). Procentul ridicat al categoriei ”alte” se explică prin faptul că respondenții au ales să menționeze că sunt administratorii întreprinderii sociale (figura 8.33). În cele mai multe cazuri, este obișnuit ca administratorii să fie și proprietarii întreprinderilor sociale, așadar aceste procente nu sunt neobișnuite.

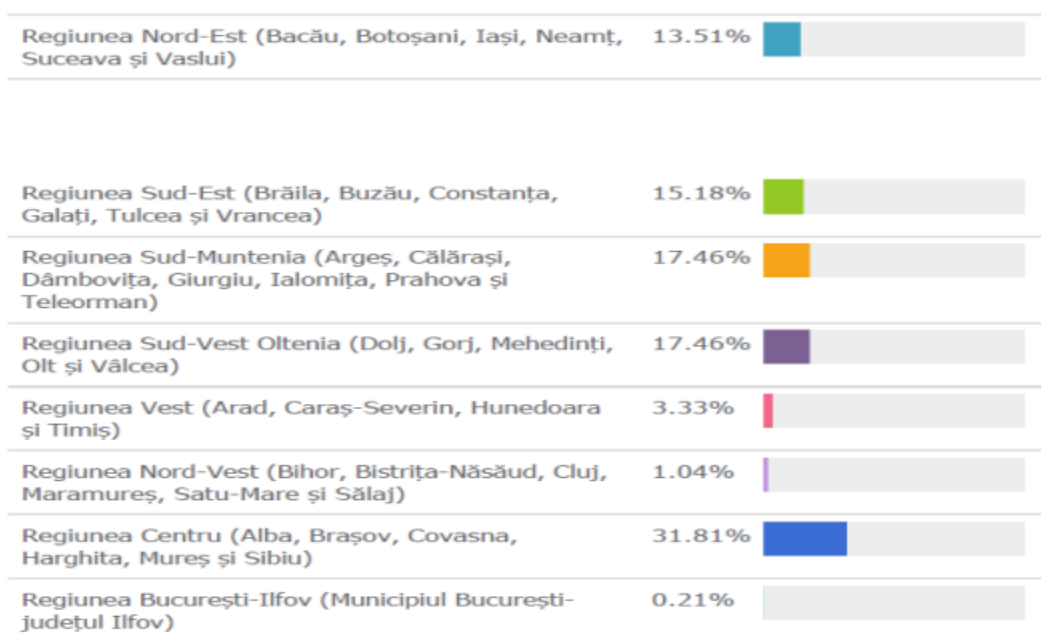


**Figura 8.33** Funcția respondenților

De asemenea, menționăm într-o manieră concentrată, alte date importante care descriu profilul întreprinderilor ce formează acest eșantion de 481 de întreprinderi:

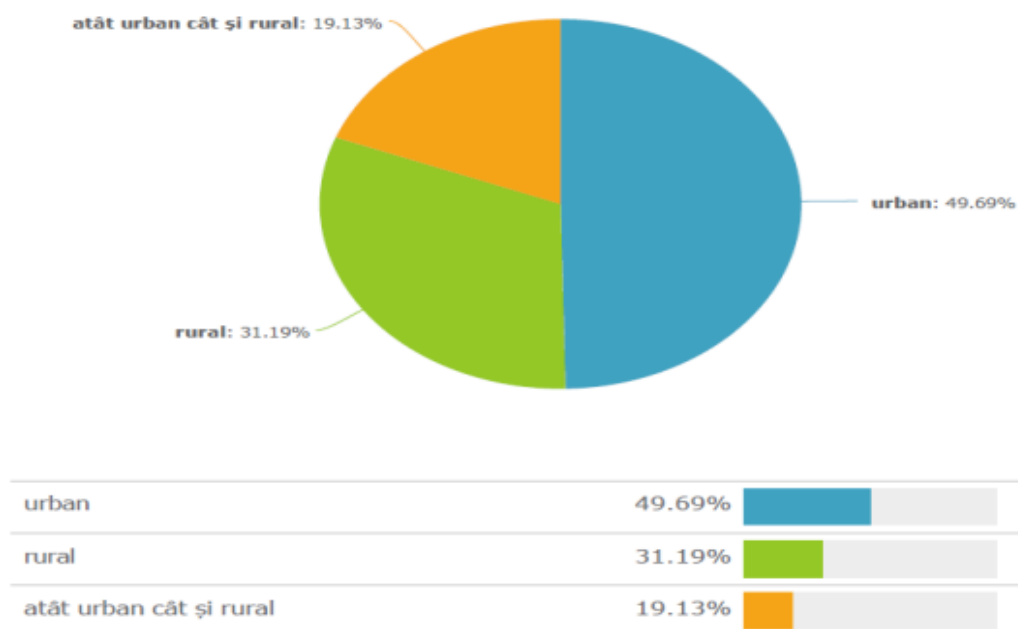
- Peste 80% dintre întreprinderi au declarat ca an de înființare anul 2020 sau 2021, ceea ce înseamnă că este analizat un eșantion de întreprinderi tânăr, în primii ani de activitate;
- Numărul de angajați variază între 1 și 34;
- Un procent de 97.67% s-au declarat actor al economiei sociale cu formă juridică și doar 2.33% au declarat că nu îndeplinesc criteriile juridice însă se consideră ca aparținând economiei sociale;

Regiunea de proveniență a întreprinderilor sociale majoritară este Regiunea Centru (31.81 %), fiind urmată de Regiunea Sud Muntenia și Sud Vest Oltenia (17.63 %). Cele mai slab reprezentate regiuni sunt regiunea Nord-Vest respectiv Vest.



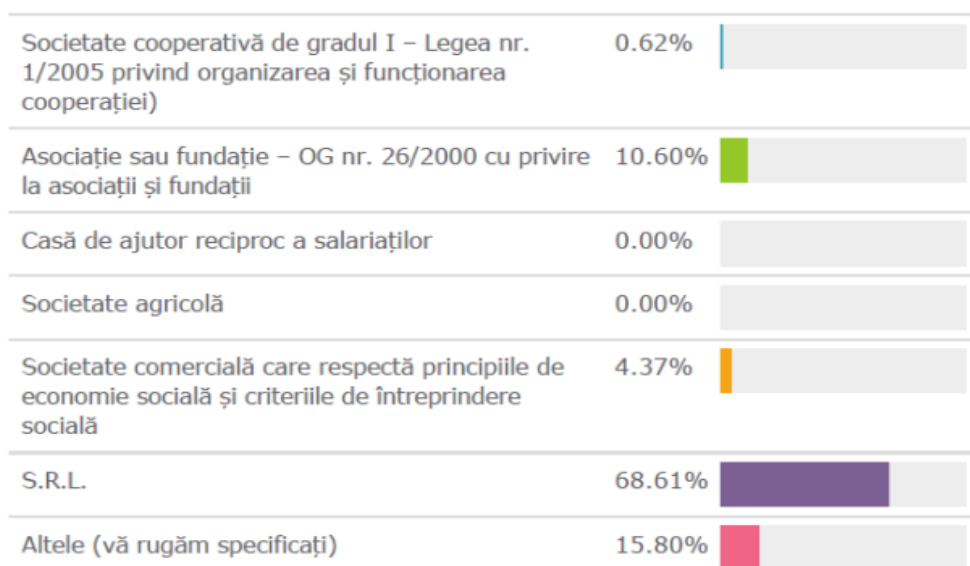
**Figura 8.34** Regiunea de proveniență

În ceea ce privește distribuția urban-rural, aproape jumătate din întreprinderi (49.96%) își desfășoară activitatea în mediul urban.



**Figura 8.35** Distribuția urban-rural

Un alt aspect important de cunoscut este forma juridică a întreprinderilor sociale. Cele mai multe întreprinderi din cadrul acestui eșantion operează ca societăți cu răspundere limitată (68.61%)

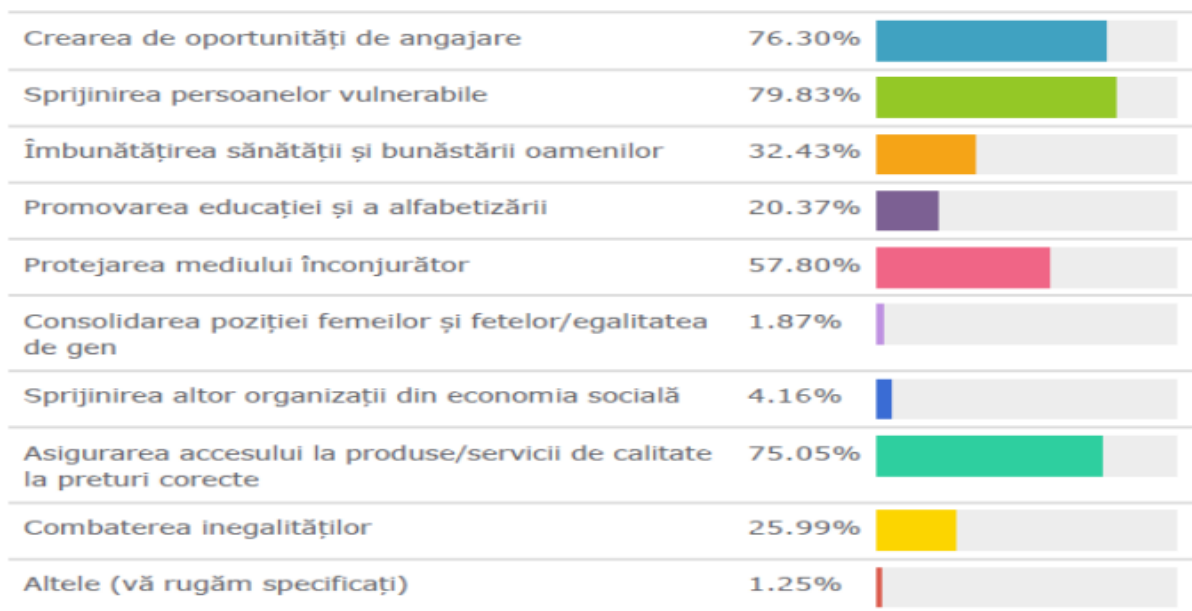


**Figura 8.36** Forma juridică a întreprinderilor chestionate

O altă caracteristică esențială de cunoscut într-o asemenea cercetare este obiectivul auto-declart al întreprinderilor ce formează eșantionul. Opțiunile de selecție au fost următoarele, selectate în urma analizei literaturii de specialitate:

- Crearea de oportunități de angajare
- Sprijinirea persoanelor vulnerabile
- Îmbunătățirea sănătății și bunăstării oamenilor
- Promovarea educației și a alfabetizării
- Protejarea mediului înconjurător
- Consolidarea poziției femeilor și fetelor/egalitatea de gen
- Sprijinirea altor organizații din economia socială
- Asigurarea accesului la produse/servicii de calitate la preturi corecte
- Combaterea inegalităților

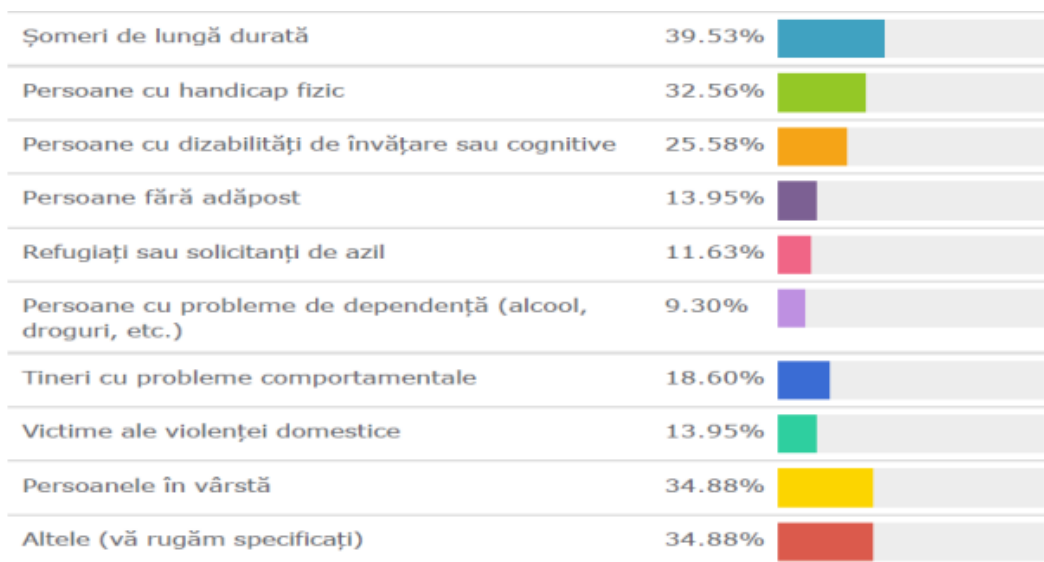
După cum se observă în figura din continuare, crearea de oportunități de angajare și furnizarea unor produse și servicii la prețuri corecte sunt cele mai des întâlnite obiective organizaționale.



**Figura 8.37** Obiectivele auto-declartate ale întreprinderilor sociale

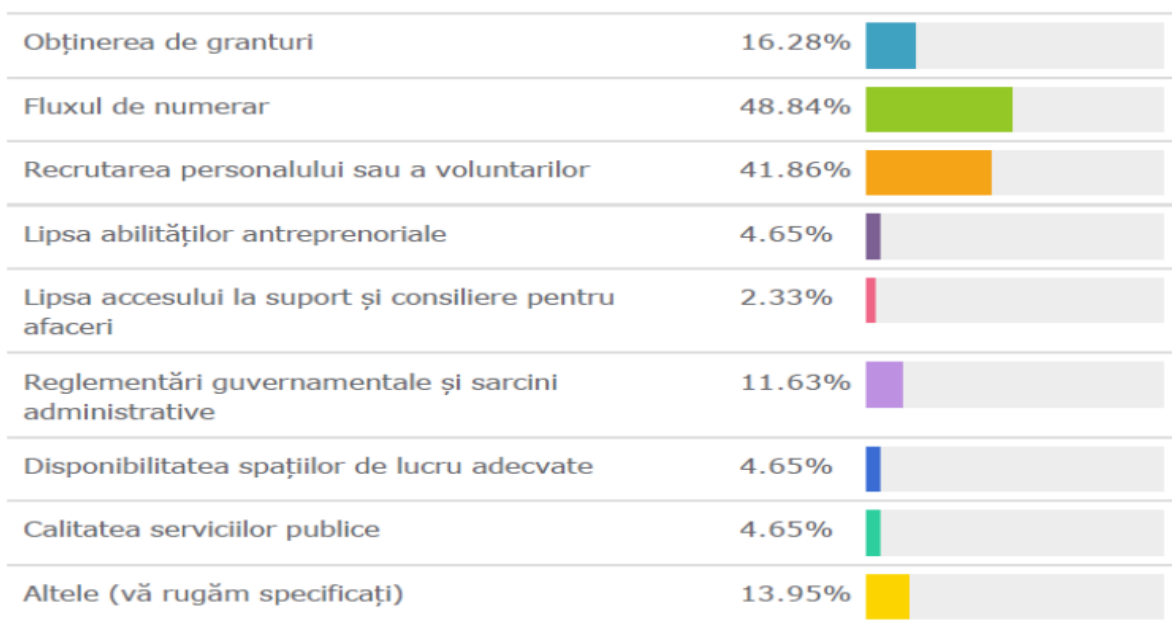
În ceea ce privește beneficiarii deserviți de întreprinderile sociale, putem observa din figura 4.2 o distribuție eterogenă a domeniilor. Cea mai des menționată categorie de beneficiar sunt șomerii de lungă

durată, fiind urmați îndeaproape de personale în vârstă (34.88%). În categoria ”altele” au fost menționați în mod majoritar copii instituționalizați sau persoane de etnii minoritare ce tind să fie discriminate.



**Figura 8.38** Beneficiarii serviciilor întreprinderilor sociale

Referitor la obstacolele general întâmpinate, de întreprinderile chestionate, cele mai pregnante probleme sunt cele de natură administrativ-financiară precum fluxul de numerar (48.44%), recrutarea personalului sau a voluntarilor (41.86%) sau obținerea de granturi (16.28%).



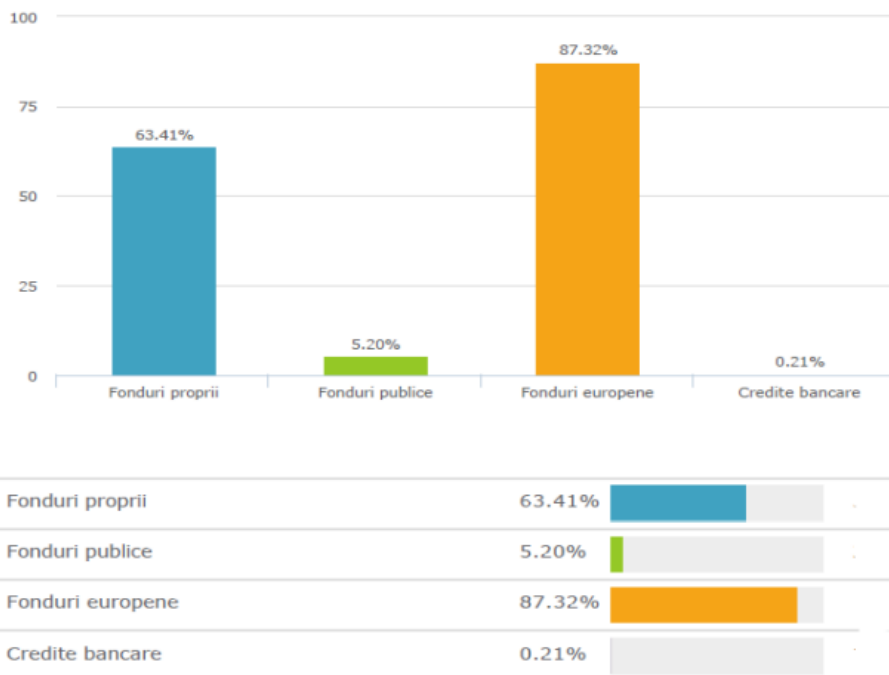
**Figura 8.39** Obstacole întâmpinate

Referitor la sursele de finanțare din cadrul întreprinderii, 87.32% din totalul eșantionului au declarat că sursa lor majoritară de finanțare provine din fonduri europene, procente care confirmă necesitatea și gradul crescut de accesare a acestora în rândul întreprinderilor nou-formate și asistența la început de drum, când întreprinderile sociale de formează. Fondurile proprii au fost raportate în procent de 63.41%, cel mai puțin raportate fiind fondurile publice, precum ajutoarele locale (5.20%) - figura 8.39.

În ceea ce privește modul de utilizare al profitului obținut, 42.4% dintre organizații aleg să folosească sumele câștigate pentru a face donații către alte organizații de tip non-profit caritabile. O altă categorie majoritară de întreprinderi (40.96%) realizează investiții în infrastructura afacerii.



**Figura 8.40** Modalități de utilizare a profitului în cadrul întreprinderilor sociale



**Figura 8.40** Surse de finanțare în cadrul întreprinderilor sociale

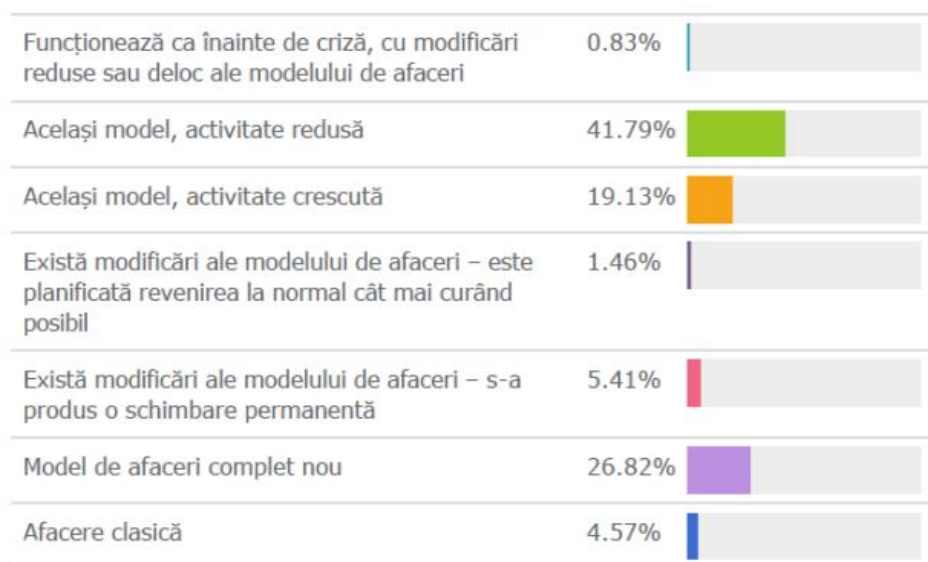
### 8.2.6.2 Impactul COVID asupra întreprinderilor sociale

Această secțiune de analiză urmărește impactul pandemiei de COVID-19 asupra activității întreprinderilor sociale. Rezultate sunt important de urmărit prin prisma faptului că antreprenorii sociali se pot recupera după crize economice precum COVID-19 prin fructificarea inovației în vederea găsirii de oportunități prin formarea unei rețele sau a unei alianțe. De asemenea, marketingul antreprenorial este un instrument important în îmbunătățirea redresării rapide a afacerii prin căutarea de oportunități, organizarea resurselor, crearea de valoare pentru clienți și acceptarea riscului.

Prima întrebare adresată respondenților în acest sens a fost legată care este în prezent situația cu privire la operațiunile de afaceri. Crizele neprevăzute precum COVID tind să distorbeze modelul de afaceri al întreprinderilor, forțându-le astfel să caute alte modalități de activitate inovatoare, sau atunci când acest lucru nu este posibil, să își reducă activitatea.

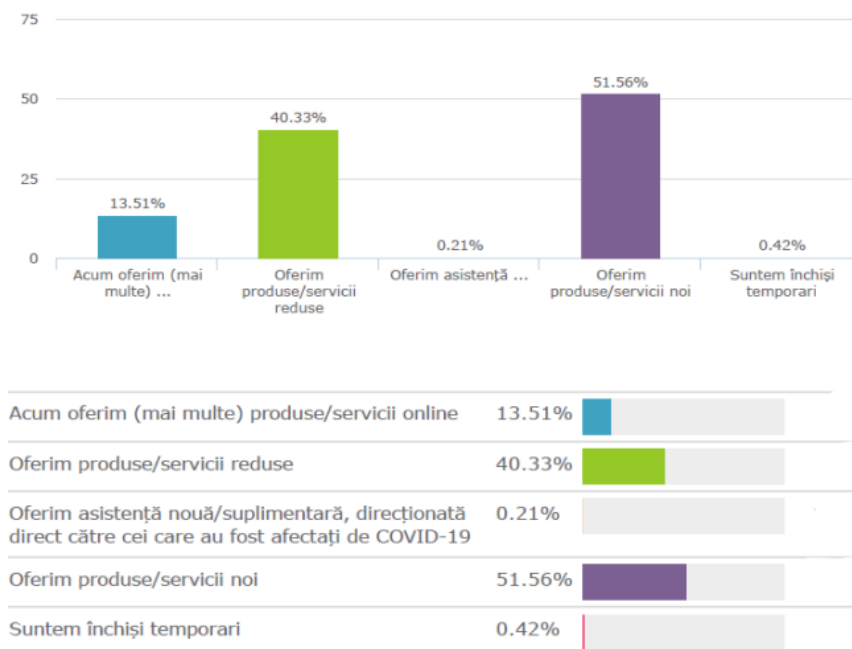


Astfel, în cazul acestui eșantion de întreprinderi, 41% au declarat că au același model de afaceri la momentul chestionării, însă și-au redus activitatea, fenomen prezent în toate ramurile economice de altfel. Mai bine se un sfert, 26.82% au creat un model de afaceri complet nou, urmând calea inovării. Doar un procent nesemnificativ de sub 1% au declarat că funcționează ca înainte de criză, cu modificări nesemnificative pentru a fi menționate- figura 8.41.



**Figura 8.41** Activitatea întreprinderilor post-COVID

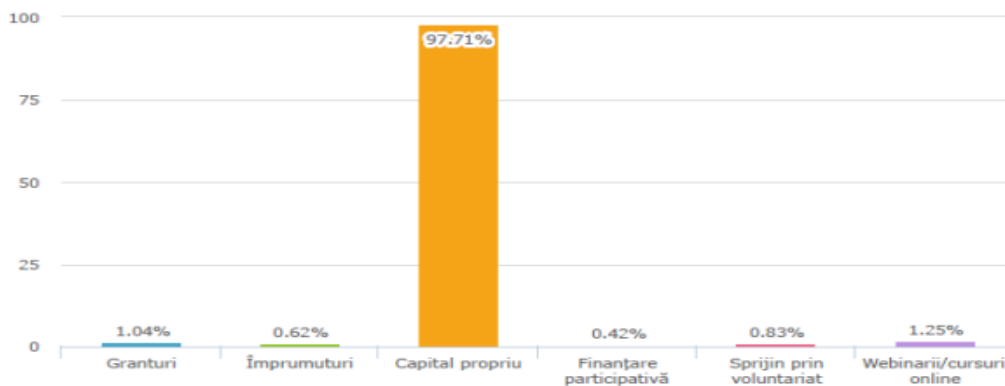
Următoare întrebare construiește pe cea anterioară, vizând deții despre modul în care aceste schimbări se manifestă în termeni de servicii produse și activitatea prestată.



**Figura 8.42** Schimbări produse în modelele de afaceri

După cum se observă în figura de mai sus, (fig. 8.42) schimbarea majorității semnalată este aceea de produse și servicii noi (51.56%). Acest rezultat este în concordanță și cu partea prezentată în secțiunile introductive, care a raportat inovația ca un factor important de reziliență în asemenea vremuri. Un procent de 40.33% de întreprinderi sociale a raportat că oferă produse și servicii reduce. Există, de asemenea, întreprinderi care s-au reprofilat către mediul online s-au care erau deja activi, dar și-au intensificat activitatea (13.51%).

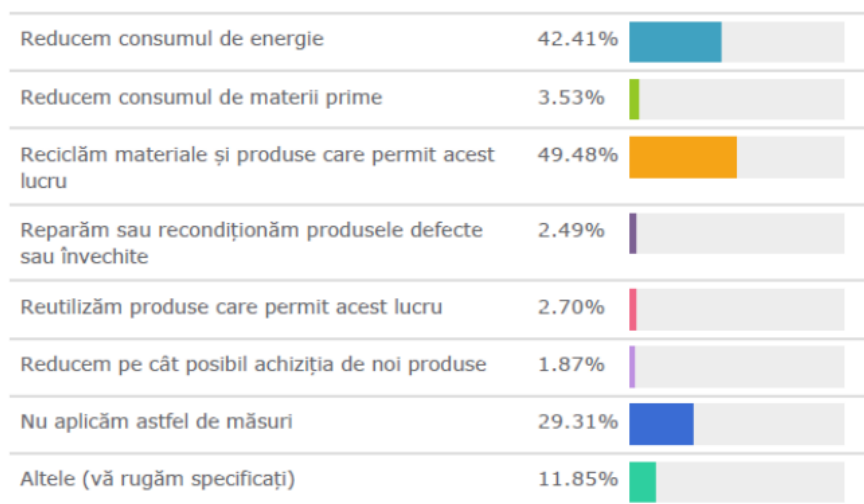
Un alt aspect important de investigat este accesul la capital financiar al întreprinderilor sociale în vremuri de criză. Din acest motiv, chestionarul a conținut o întrebare referitoare la accesarea de asistență financiară legată de COVID-19 din surse non-guvernamentale (figura 4.9). Astfel 97.71% dintre întreprinderi au raportat că au folosit capitalul propriu. Accesarea de webinarii/cursuri online, finanțarea participativă sau sprijinul prin voluntariat au fost printre celelalte opțiuni alese, însă nesemnificative raportate la întreg eșantionul.



Granturi	1.04%
Împrumuturi	0.62%
Capital propriu	97.71%
Finanțare participativă	0.42%
Asistență/consiliere în afaceri pro bono	0.00%
Sprijin prin voluntariat	0.83%
Webinarii/cursuri online	1.25%

**Figura 8.43** Accesul la surse de asistență non-guvernamentale

Un alt aspect care s-a schimbat în timpul acestei crize este modul în care întreprinderile se raportează la problematici de protecție a mediului. Astfel, 49.48% dintre întreprinderile respondente reciclează produsele care permit acest lucru, iar un procent apropiat de 42% încearcă să reducă consumul de energie. Acest lucru poate corela însă și cu prețurile ridicate din prezent de pe piața energiei.





**Figura 8.44** Măsuri de reducere a amprentei de carbon

## 9. CONCLUZII

Întreprinderea socială este un operator în cadrul economiei sociale ale cărei obiective principale sunt mai degrabă de a avea un impact social decât obținerea de profit pentru acționari sau alți stakeholderi. Aceasta operează prin furnizarea pe piață a unor bunuri și servicii într-o manieră antreprenorială și inovativă, folosind profitul în primul rând pentru a atinge obiective sociale. Întreprinderea socială este condusă într-un mod deschis și responsabil și, mai ales, implică angajații, consumatorii și stakeholderii afectați de activitatea sa comercială (Comisia Europeană). Definite ca implementarea unor abordări neguvernamentale, bazate pe economia de piață pentru a răspunde unor probleme sociale, întreprinderile sociale pot lua diferite forme ca rezultat al nevoilor particulare și a structurii instituționale a fiecărei țări (Kerlin, 2013).

Din anul 2010, dezbaterile publice au jucat un rol important în instituționalizarea întreprinderii sociale. Principalii actori ai ecosistemului întreprinderii sociale (factorii de decizie politică, institutele și observatoarele de cercetare, organismele și rețelele reprezentative ale întreprinderilor sociale, coalițiile și actorii de afaceri) au participat la diferite dezbateri publice, intenționând să reformeze un cadru politic care ar putea spori dezvoltarea întreprinderii sociale. Principalul rezultat al dezbaterilor publice manifestat în Legea 219/2015 privind economia socială. Autoritățile publice au inițiat prima consultare politică care a precedat adoptarea legii la începutul anului 2011. Consultarea publică a implicat o gamă largă de părți interesate majore: reprezentanți ai guvernelor locale, unități administrative descentralizate / descentralizate, asociații, fundații și organizații mutuale.

Inițial, procesul a demonstrat o confuzie conceptuală semnificativă cu privire la economia socială și întreprinderile sociale, prezența timidă a unor cooperative care iau măsuri de economie socială și prezența puternică și conducerea sectorului asociativ.

În urma acestei analize putem observa că în România, dezvoltarea ascendentă a întreprinderilor sociale se confruntă cu câteva constrângeri. Un prim factor este legat de gestionarea administrativă a fondurilor UE alocate întreprinderilor sociale din România. Întârzierile în lansarea programelor de finanțare și împingerea ferestrei de implementare la maximum, obligă întreprinderile sociale solicitante să



implementeze proiecte într-o perioadă foarte scurtă de timp, ceea ce afectează grav rezultatele. De asemenea, lipsa de claritate pentru autoritățile publice cu privire la ceea ce sunt și fac întreprinderile sociale, are impact asupra modului în care sunt produse orientările de proiectare și implementare pentru programele de subvenții guvernamentale. În ciuda nevoilor tot mai mari de servicii sociale și investiții guvernamentale în reforma serviciilor sociale, inovația și antreprenoriatul sectorului rămân limitate. În România, întreprinderile sociale sunt incluse în setul de instrumente de politică pentru modernizarea sistemului de bunăstare, deși rămân într-o poziție marginală care ignoră potențialul de a aborda provocările sociale, economice și de mediu complexe.

De asemenea, ecosistemul pentru întreprinderi pare unul fragil. Cele câteva rețele și mecanisme de asistență se organizează în mare măsură pentru situații punctuale și bazate pe evenimente. Mai mult, disponibilitatea redusă a serviciilor publice și private, cum ar fi instruirea incubatoarelor, coachingul și consultanța afectează dezvoltarea și extinderea întreprinderilor sociale.

Concluzionând, putem afirma că economia socială este un mijloc de punere în practică a multor valori sociale și democratice care ar putea fi susținute de economia circulară ca parte a unei tranziții durabile. Acestea includ în special performanța economică durabilă, respingerea maximizării profitului ca singurul motor pentru afaceri și promovarea muncii decente, a educației și a mijloacelor de trai sigure. Inovația socială, o soluție durabilă la o problemă socială, se poziționează ca o abordare cheie pentru promovarea unor societăți mai circulare.

## BIBLIOGRAFIE

1. Allan, B. (2005), "Social enterprise: through the eyes of the consumer (prepared for the National Consumer Council)", *Social Enterprise Journal*, Vol. 1 No. 1, pp. 57-77.
2. Anderson, E.W., Fornell, C. and Mazvancheryl, S.K. (2004), "Customer satisfaction and shareholdervalue", *Journal of Marketing*, Vol. 68 No. 4, pp. 172-185.
3. Anheier, H. K. (2005). *A dictionary of civil society, philanthropy and the third sector*. Londra, Routledge.
4. Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1- 22
5. Bacq, S., and G. T. Lumpkin. 2020. "Social Entrepreneurship and COVID-19". *Journal of Management Studies*. doi:10.1111/joms.12641.
6. Bagnoli, M. and Watts, S.G. (2003), "Selling to socially responsible consumers: competition and the private provision of public goods", *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol. 12 No. 3, pp. 419-445.
7. Bandyopadhyay, C. and Ray, S. (2019), "Responsible marketing: can social enterprises show the way?," *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, Vol. 31 No. 2, pp. 164-183.
8. Battilana, J. and Dorado, S. (2010), "Building sustainable hybrid organizations: the case of commercial microfinance organizations", *Academy of Management Journal*, Vol. 53 No. 6, pp. 1419-1440.
9. Battilana, J., M. Lee, J. Walker, and C. Dorsey. 2012. "In Search of the Hybrid Ideal." *Stanford Social Innovation Review*. Accessed December 11, 2020. [https://ssir.org/articles/entry/in\\_search\\_of\\_the\\_hybrid\\_ideal](https://ssir.org/articles/entry/in_search_of_the_hybrid_ideal)
10. Bhattacharya, C.B. (2013), "The importance of marketing for social innovation", in Osburg, T. Schmidpeter, R. (Eds), *Social Innovation, CSR, Sustainability, Ethics & Governance*, Springer, Berlin and Heidelberg, pp. 147-154.
11. Bird, A. and Aplin, J. (2007), "Marketing analysis for social inclusion enterprise organisations", *SIRE* and Powys Equal Partnership, Powys.
12. Bloom, P.N. (2009), "Overcoming consumption constraints through social entrepreneurship", *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol. 28 No. 1, pp. 128-134.
13. Boell, S. and Cecez-Kecmanovic, D. (2015), "On being 'systematic' in literature reviews in IS", *Journal of Information Technology*, Vol. 30 No. 2, pp. 161-173.



14. Boons, F. – Lüdeke-Freund, F. 2012. Business models for sustainable innovation: state-of-the-art and steps towards a research agenda. In *Journal of Cleaner Production*, 2012.
15. Boschee, J. (1995), "Social entrepreneurs", *Across the Board*, Vol. 32 No. 3, pp. 20- 25, available at: [www.socialent.org/pdfs/StrategicMarketing.pdf](http://www.socialent.org/pdfs/StrategicMarketing.pdf) (accessed November 8, 2016).
16. Boschee, J. (2006), "Social entrepreneurship: The promise and the perils", in Nicholls, A. (Ed.), *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, Oxford, pp. 356-390.
17. Bourguignon, D. 2016. Closing the loop. New circular economy package. Bouwman, H. – de Vos, H. – Haaker, T. 2008. *Mobile service innovation and business models* [electronic resource]: Springer.
18. Braungart, M. – McDonough, W. 2002. *Cradle to Cradle: Remaking the way we make things*. In North Point Press, 2002. Brock, D. 2008. *Ashoka's Global Academy for Social Entrepreneurship*. 2008.
19. Bugg-Levine, A., Kogut, B., & Kulatilaka, N. (2012). A new approach to funding social enterprises. *Harvard Business Review*, 90(1/2), 118-123.
20. Bula, H. 2012. Evolution and theories of entrepreneurship. In *International Journal of Business and Commerce*, vol. 1, 2012, no. 11, pp. 81–96. ISSN 2225-2436.
21. Bull, M. (2007), "Balance: the development of a social enterprise business performance analysis tool", *Social Enterprise Journal*, Vol. 3 No. 1, pp. 49-66.
22. Cardoso, L., Meireles, A., & Ferreira Peralta, C. (2012). Knowledge management and its critical factors in social economy organizations. *Journal of knowledge management*, 16(2), 267-284.
23. Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business horizons*, 51(4), 267-271.
24. Chan, J. L. (2003). Government accounting: an assessment of theory, purposes and standards. *Public Money & Management*, 23(1), 13-20.
25. Chung, T.L.D., Anaza, N.A., Park, J. and Hall-Phillips, A. (2016), "Who's behind the screen? Segmenting social venture consumers through social media usage", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 28 No. 1, pp. 288-295.
26. *Circular Economy Toolkit*. Retrieved 03-12-14. Frankenberger, K. – Weiblen, T. – Csik, M. – Gassmann, O. 2013.
27. CIRIEC (2021). *Economia socială în uniunea europeană: Rezumatul raportului întocmit pentru Comitetul Economic și Social European de Centrul Internațional de Cercetare și Informare privind Economia Publică, Socială și Cooperatistă: José Luis Monzón și Rafael Chaves*. Disponibil la: [https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/a\\_ces11042-2012\\_00\\_00\\_tra\\_etu\\_ro.pdf](https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/a_ces11042-2012_00_00_tra_etu_ro.pdf)



28. COMISIA EUROPEANĂ. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe - Country Report: Romania, 2014b, [online] la adresa <http://ec.europa.eu/social/keyDocuments.jsp?pager.offset=20&langId=en&mode=advancedSubmit&year=0&country=0&type=0&advSearchKey=socentcntryrepts&orderBy=docOrder>
29. COMISIA EUROPEANĂ. A map of social enterprises and their ecosystems in Europe – Executive summary, 2014a, [online] la adresa <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=ro&catId=89&newsId=2149>
30. COMISIA EUROPEANĂ. Social enterprises. [online] la adresa [http://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/socialeconomy/enterprises/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/socialeconomy/enterprises/index_en.htm),
31. Committee and the Committee of the Regions. A new Circular Economy Action Plan for a cleaner and more competitive Europe.
32. Cooper, L.G. (2000), “Strategic marketing planning for radically new products”, Journal of Marketing, Vol. 64 No. 1, pp. 1-16.
33. Culcasi, F. 2014. The circular economy and opportunities for small business. Published in The Practitioner Hub for Inclusive Business, 2014.
34. Dato-on, M. and Kalakay, J. (2016), “The winding road of social entrepreneurship definitions: a systematic literature review”, Social Enterprise Journal, Vol. 12 No. 2, pp. 131-160.
35. Datta, P.B. and Gailey, R. (2012), “Empowering women through social entrepreneurship: case study of a women’s cooperative in India”, Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 36 No. 3, pp. 569-587.
36. Davies, I.A., Haugh, H. and Chambers, L. (2018), “Barriers to social enterprise growth”, Journal of Small Business Management ( forthcoming), doi: 10.1111/jsbm.12429.
37. Dees, J. G. (1998). The meaning of social entrepreneurship.
38. Defourny, J., & Develtere, P. (2009). The social economy: The worldwide making of a third sector. The Worldwide Making of the Social Economy: Innovations and Changes, Leuven: ACCO.
39. Diaz Lopez, F. J. – Becker, J. – Berkers, F. – Eris, B. – Koers, W. – van Vliet, H. – Bastein, T. 2015. New business models that support resource efficiency. Policy Options for a Resource-Efficient Economy, 2015.
40. Doherty, B., Haugh, H. and Lyon, F. (2014), “Social enterprises as hybrid organizations: a review and research agenda”, International Journal of Management Reviews, Vol. 16 No. 4, pp. 417-436.
41. Drumwright, M.E. (1994), “Socially responsible organizational buying: environmental concern as a noneconomic buying criterion”, Journal of Marketing, Vol. 58 No. 3, pp. 1-19.





UNIUNEA EUROPEANĂ



42. El-Ansary, A.I. (2006), "Marketing strategy: taxonomy and frameworks", European Business Review, Vol. 18 No. 4, pp. 266-293.
43. Ellen MacArthur Foundation. 2013. Towards the Circular Economy: Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition. EMG. 2013. Interview with Walter Stahel. Available: <http://www.emgcsr.com/blog/circular-economy>
44. European Commission (2020), Circular economy – Overview, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/circular-economy>
45. European Commission (2020), Circular Economy Action Plan. For a cleaner and more competitive Europe, European Union.
46. European Commission (2020), Communication to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social
47. European Commission (2020), European Skills Agenda for Sustainable Competitiveness, Social Fairness and Resilience
48. European Commission (2021), Union of Equality: Strategy for the Rights of Persons with Disabilities 2021-2030, European Union.
49. European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion (2015) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>
50. European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion (2016) Social Enterprises and their eco-systems: developments in Europe. Authors: Carlo Borzaga and Giulia Galera. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=16376&langId=en>
51. European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion (2015) A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>
52. European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion (2016) Social Enterprises and their eco-systems: developments in Europe. Authors: Carlo Borzaga and Giulia Galera. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=16376&langId=en>
53. European Commission. 2014. Scoping study to identify potential circular economy actions, priority sectors, material flows and value chains. Evans, J. 2013.



54. European Economic and Social Committee (EESC) (2017) Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union. A report prepared by CIRIEC-International. Published by: "Visits and Publications" Unit, EESC-2017-77-EN. Available at: [www.eesc.europa.eu](http://www.eesc.europa.eu)
55. Facca-Miess, T.M. and Santos, N.J. (2014), "Fostering fair and sustainable marketing for social entrepreneurs in the context of subsistence marketplaces", *Journal of Marketing Management*, Vol. 30 Nos 5-6, pp. 501-518.
56. Ferreira, J.J., Fernandes, C.I., Peres-Ortiz, M. and Alves, H. (2017), "Conceptualizing social entrepreneurship: perspectives from the literature", *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, Vol. 14 No. 1, pp. 73-93.
57. Fodanova, L., Jiří, Š., & Vladimír, H. (2016). Changes In Revenue Structure In Czech NonProfit Organizations During The Financial Crises: Has The Importance Of Public Sources Changed?. *Ekonomický časopis (Journal of Economics)*, 64(7).
58. Glaveli, N. and Geormas, K. (2018), "Doing well and doing good: exploring how strategic and market orientation impacts social enterprise performance", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 24 No. 1, pp. 147-170.
59. Gökbulut Özdemir, Ö. (2013), "Entrepreneurial marketing and social value creation in Turkish art industry: an ambidextrous perspective", *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 15 No. 1, pp. 39-60.
60. Grassl, W. 2012. Business Models of Social Enterprise: A Design Approach to Hybridity. In *ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives*, vol. 1, 2012, no. 1, p. 37–60. ISSN 2224-9729.
61. Hackett, M.T. (2016), "Solving 'social market failures' with social enterprises? Grameen Shakti (Village Energy) in Bangladesh", *Journal of Social Entrepreneurship*, Vol. 7 No. 3, pp. 312-341.
62. Haigh, N., Walker, J., Bacq, S., & Kickul, J. (2015). Hybrid organizations: origins, strategies, impacts, and implications. *California Management Review*, 57(3), 5-12.
63. Hamby, A., Pierce, M. and Brinberg, D. (2017), "Solving complex problems: enduring solutions through social entrepreneurship, community action, and social marketing", *Journal of Macromarketing*, Vol. 37 No. 4, pp. 369-380.
64. Harding, R. (2004), "Social enterprise: the new economic engine?", *Business Strategy Review*, Vol. 15 No. 4, pp. 39-43.
65. Haughton, A. (2013), "Social entrepreneurship: reducing crime and improving the perception of police performance within developing countries", *International Journal of Entrepreneurship*, Vol. 17, pp. 61-76.



66. Hibbert, S.A., Hogg, G. and Quinn, T. (2002), "Consumer response to social entrepreneurship: the case of the big issue in Scotland", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Vol. 7 No. 3, pp. 288-301.
67. Hines, F. (2005), "Viable social enterprise: an evaluation of business support to social enterprises", *Social Enterprise Journal*, Vol. 1 No. 1, pp. 13-28.
68. Hinterhuber, A. and Liozu, S. (2012), "Is it time to rethink your pricing strategy?", *MIT Sloan Management Review*, Vol. 53 No. 4, pp. 69-77.
69. Hockerts, K. (2006), "Entrepreneurial opportunity in social purpose business ventures", in Mair, J., Robinson, J. and Hockerts, K. (Eds), *Social Entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, London, pp. 142-154.
70. Hynes, B. (2009), "Growing the social enterprise – issues and challenges", *Social Enterprise Journal*, Vol. 5 No. 2, pp. 114-125.
71. Ionita, D. (2012), "Entrepreneurial marketing: a new approach for challenging times", *Management and Marketing*, Vol. 7 No. 1, pp. 131-150.
72. Jenner, P. (2016), "Social enterprise sustainability revisited: an international perspective", *Social Enterprise Journal*, Vol. 12 No. 1, pp. 42-60.
73. Kannampuzha, M.J. and Suoranta, M. (2016), "Bricolage in the marketing efforts of a social enterprise", *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 18 No. 2, pp. 176-196.
74. Keefe, L.M. (2008), "Marketing defined", *Marketing News*, Vol. 42 No. 1, pp. 28-29.
75. Kerlin, J. A. & Pollak, T. H. (2011). Nonprofit commercial revenue: A replacement for declining government grants and private contributions?. *The American Review of Public Administration*, 41(6), 686-704
76. Kerlin, J. A. (2010). A comparative analysis of the global emergence of social enterprise. *VOLUNTAS: international journal of voluntary and nonprofit organizations*, 21(2), 162-179.
77. Kerlin, J. A. (2013). Defining social enterprise across different contexts: A conceptual framework based on institutional factors. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 42(1), 84- 108.
78. Kraus, S., Harms, R. and Fink, M. (2009), "Entrepreneurial marketing: moving beyond marketing in new ventures", *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol. 11 No. 1, pp. 19-34.
79. Kuckertz, Andreas, Leif Brandle, Anja Gaudig, Sebastian Hinderer, Carlos Arturo Morales Reyes, Alicia Prochotta, Kathrin M. Steinbrink, and Elisabeth S. C. Berger. 2020. "Startups in Times of Crisis – a
80. Lacznia, G.R. and Murphy, P.E. (2006), "Normative perspectives for ethical and socially responsible marketing", *Journal of Macromarketing*, Vol. 26 No. 2, pp. 154- 177.



81. Lambru, M. and Petrescu, C. (2016) Bottom-up social enterprises in Romania. Case study – Retirees' Mutual Aid Association, *International Review of Sociology*, 26 (2), pp. 247-261.
82. Lambru, M. and Petrescu, C. (2019). Social enterprises and their ecosystems in Europe. Country Report Romania. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019 © European Union, 2019
83. Lin, C.J. and Chen, H.Y. (2016), "User expectancies for green products: a case study on the internal customers of a social enterprise", *Social Enterprise Journal*, Vol. 12 No. 3, pp. 281-301.
84. Liu, G. and Ko, W.W. (2012), "Organizational learning and marketing capability development: a study of the charity retailing operations of British social enterprise", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, Vol. 41 No. 4, pp. 580-608.
85. Liu, G., Eng, T.Y. and Takeda, S. (2015), "An investigation of marketing capabilities and social enterprise performance in the UK and Japan", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 39 No. 2, pp. 267-298.
86. Luke, B., & Chu, V. (2013). Social enterprise versus social entrepreneurship: An examination of the 'why' and 'how' in pursuing social change. *International Small Business Journal*.
87. Lusch, R.F. and Vargo, S.L. (2009), "Service-dominant Logic – a guiding framework for
88. Mair, J., and I. Marti. 2009. "Entrepreneurship in and around Institutional Voids: A Case Study from Bangladesh." *Journal of Business Venturing* 24 (5): 419–435. doi:10.1016/j.jbusvent.2008.04.006.
89. Mallin, M.L. and Finkle, T.A. (2007), "Social entrepreneurship and direct marketing", *Direct Marketing: An International Journal*, Vol. 1 No. 2, pp. 68-77.
90. Matei, L. and Sandu, C. (2013), "Social enterprise towards a marketing approach", *Responsibility and Sustainability*, Vol. 1 No. 3, pp. 51-57.
91. Milios, L. (2021), "Towards a Circular Economy Taxation Framework: Expectations and Challenges of Implementation", *Circular Economy and Sustainability*, <http://dx.doi.org/10.1007/s43615-020-00002-z>. [56]
92. Morrish, S. C., & Jones, R. (2020). Post-disaster business recovery: An entrepreneurial marketing perspective. *Journal of Business Research*, 113, 83-92.
93. Newbert, S.L. (2012), "Marketing amid the uncertainty of the social sector: do social entrepreneurs follow best marketing practices?", *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol. 31 No. 1, pp. 75-90.
94. Nguyen-Trung, K., Forbes-Mewett, H., & Arunachalam, D. (2020). Social support from bonding and bridging relationships in disaster recovery: Findings from a slow-onset disaster. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 46, 101501.



UNIUNEA EUROPEANĂ



95. Nicholls, A. (2010), "The Institutionalization of Social Investment: The Interplay of Investment Logics and Investor Rationalities", *Journal of Social Entrepreneurship*, Vol. 1/1, pp. 70-100, <http://dx.doi.org/10.1080/19420671003701257>. [67]
96. Nilsson, J. (2001), "Organisational principles for co-operative firms", *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 17/3, pp. 329-356, [http://dx.doi.org/10.1016/s0956-5221\(01\)00010-0](http://dx.doi.org/10.1016/s0956-5221(01)00010-0)
97. Oberoi, R., Halsall, J. P., & Snowden, M. (2021). Reinventing social entrepreneurship leadership in the COVID-19 era: engaging with the new normal. *Entrepreneurship Education*, 4(2), 117-136.
98. Osterwalder, A. – Pigneur, Y. 2010. *Business Model Generation*. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, Inc., 2010.
99. Parker, C. M., Redmond, J., & Simpson, M. (2009). A review of interventions to encourage SMEs to make environmental improvements. *Environment and planning C: Government and policy*, 27(2), 279-301.
100. Perella, M. 2015. South Africa's circular economy could be a lifeline for its mass unemployed. *The Guardian*, 2015.
101. Planing, P. 2015. *Business Model Innovation in a Circular Economy Reasons for NonAcceptance of Circular Business Models*. In *Open Journal Business Model Innovation* in press, 2015.
102. Poppellars, F. 2014. *Designing for a circular economy*. 2014.
103. Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). Role of Social Entrepreneurship in Supporting Business Opportunities and Entrepreneurship Competitiveness. *Open Journal of Business and Management*, 8(04), 1412.
104. Preston, F. 2012. *A global Redesign? Shaping the circular economy*. Energy, Environment and Resource Governance Department of Chatham House, 2012.
105. Rahdari, A., Sepasi, S., & Moradi, M. (2016). Achieving sustainability through Schumpeterian social entrepreneurship: The role of social enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 137, 347-360.
106. "Rapid Response to the COVID-19 Pandemic." *Journal of Business Venturing Insights* 13: e00169. doi:10.1016/j.jbvi.2020.e00169
107. Reap, J. – Guild, B. – Bras, B. 2005. Holism, biomimicry and sustainable engineering. In *ASME International Mechanical Engineering Conference and Exposition*, 2005.
108. Renshaw, S. and Krishnaswamy, G. (2009), "Critiquing the knowledge management strategies of non-profit organizations in Australia", *Proceedings of World Academy of Science, Engineering and Technology*, No. 49, January, pp. 456-64

109. Revell A, Blackburn R A, (2007). "The business case for sustainability? An examination of small firms in the UK's construction and restaurant sectors" *Business Strategy and the Environment* 16 (6) 404-420
110. Rigby, D. 2015. *Management tools 2015. An executive's guide*. Scott, J.T. 2015. *The Sustainable Business a Practitioner's Guide to Achieving Long-Term Profitability and Competitiveness*, 2nd ed. Sheffield : Greenleaf Publishing, 2015.
111. Salamon, L. M., Sokolowski, S. W., & Haddock, M. A. (2011). Measuring the economic value of volunteer work globally: Concepts, estimates, and a roadmap to the future. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 82(3), 217-252.
112. Salamon, L. M., Sokolowski, S. W., Haddock, M. A., & Tice, H. S. (2013). The state of global civil society and volunteering: Latest findings from the implementation of the UN nonprofit handbook. *Center for Civil Society Studies Working Paper*, 49.
113. Sauvé, S., Bernard, S., & Sloan, P. (2016). Environmental sciences, sustainable development and circular economy: Alternative concepts for trans-disciplinary research. *Environmental Development*, 17, 48-56.
114. Schwartz, N. D. 2020. 'Nowhere to here' as unemployment permeates the economy. Accessed July , 2022. <https://www.nytimes.com/2020/04/16/business/economy/unemployment-numberscoronavirus.html>
115. Sempels, C. 2014. Implementing a circular and performance economy through business model innovation. In E. M. Foundation (Ed.). *A New Dynamic. Effective Business in a Circular Economy*, 2014.
116. Shaw, E., and S. Carter. 2007. "Social Entrepreneurship: Theoretical Antecedents and Empirical Analysis of Entrepreneurial Processes and Outcomes." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 14 (3): 418–434. doi:10.1108/14626000710773529.
117. Social Economy Europe (2021). The social economy. <https://www.socialeconomy.eu.org/the-social-economy/>
118. Social Entrepreneurship Teaching Resources Handbook for Faculty Engaged in Teaching and Research in Social Entrepreneurship, Ashoka's Global Academy for Social Entrepreneurship, Ashoka, Arlington, 2008.
119. Stănescu, S. M., Luca, C., Bocai, A., Asiminei, R., & Vîrjan, D. (2013). Social Economy in Romania: Recommendations for Development. *Journal of Social Economy*,



UNIUNEA EUROPEANĂ



120. Teasdale, S., P. Sunley, and S. Pinch. 2012. "Financing Social Enterprise: social Bricolage or Evolutionary Entrepreneurialism?" *Social Enterprise Journal* 8 (2): 108–122. doi:10.1108/17508611211252837.
121. Teece, D. J. 2010. Business models, business strategy and innovation. Long range planning. In *International Journal of Strategic Management*, 2010.
122. The 4I-framework of business model innovation: A structured view on process phases and challenges. In *International Journal of Product Development*, 2013.
123. Uniunea Europeană, ERDF (2021) Policy brief on: The social economy and support to social enterprises in the European Union. Disponibil la: [https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user\\_upload/plp\\_uploads/policy\\_briefs/The\\_social\\_economy\\_and\\_support\\_to\\_social\\_enterprises\\_in\\_the\\_European\\_Union\\_Policy\\_brief.pdf](https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/plp_uploads/policy_briefs/The_social_economy_and_support_to_social_enterprises_in_the_European_Union_Policy_brief.pdf)
124. Varshneya, G., Das, G. and Khare, A. (2017), "Experiential value: a review and future research directions", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 35 No. 3, pp. 339- 357.
125. Viswanathan, M., Sridharan, S., Ritchie, R., Venugopal, S. and Jung, K. (2012), "Marketing interactions in subsistence marketplaces: a bottom-up approach to designing public policy", *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol. 31 No. 2, pp. 159- 177.
126. Weaver, R. L. (2020). The impact of COVID-19 on the social enterprise sector. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-9
127. Weaver, R. L. 2016. "Social Enterprise Self-Employment Programs." *Social Enterprise Journal* 12 (1): 4–20. doi:10.1108/SEJ-06-2015-0017.
128. Weaver, R. L. 2017. Social enterprise and the capability approach: examining the quest to humanize business (Doctoral dissertation, Rutgers University-Camden Graduate School).
129. Weaver, R. L. 2019. "Social Enterprise and the Capability Approach: Exploring How Social Enterprises Are Humanizing Business." *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing* 32 (5): 1–26. doi:10.1080/10495142.2019.1589630.
130. Williams. 2020. "The COVID-19 Virtual Idea Blitz: Marshaling Social Entrepreneurship to Rapidly Respond to Urgent Grand Challenges." *Business Horizons* 63 (6): 705–723. doi:10.1016/j.bushor.2020.05.002
131. Wright, E., & Storr, V. (2010). The role of social entrepreneurship in post-Katrina community recovery. *International Journal of Innovation And Regional Development*, 2(1/2), 149. <https://doi.org/10.1504/ijird.2010.029860>



132. Zainea, N. L., Tomac, S. G., Grădinaru, C., & Catană, S. (2020). Social entrepreneurship, a key driver to improve the quality of life: The case of TOMS Company.
133. Zainon, S., Ahmad, S. A., Atan, R., Wah, Y. B., Bakar, Z. A., & Sarman, S. R. (2014). Legitimacy and sustainability of social enterprise: governance and accountability. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 145, 152-157.
134. Zhang, Y., Lindell, M., & Prater, C. (2008). Vulnerability of community businesses to environmental disasters. *Disasters*, 33(1), 38-57. 7717.2008.01061.x



## ANEXE

### Anexa 1- Chestionar

#### TEXT INTRODUCTIV

Acest chestionar a fost elaborat pentru realizarea unei cercetări cu privire la situația actuală a cadrului economic la nivelul României, cu accent pe înființarea și dezvoltarea întreprinderilor sociale, urmărind evoluția în timp a principalelor dimensiuni și indicatori ai economiei sociale. Cercetarea se adresează tuturor întreprinderilor care efectuează activități economice cu caracter social și se consideră parte din economia socială, respectiv asociații și fundații cu activitate economică, dar și alte categorii de forme juridice care respectă principiile economiei sociale. Studiul este demarat de Institutul pentru Cercetări în Economie Circulară și Mediu "Ernest Lupan" (IRCEM), în cadrul proiectului "ASIST- Antreprenariat Social și Întreprinderi Sociale în Transilvania" cod SMIS 2014+: 126610, proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020.

Design-ul acestui studiu este unul de tip longitudinal. Acest lucru înseamnă că este necesară completarea a două chestionare la intervale de timp diferite. Chestionarul de față reprezintă prima fază a studiului. Pentru a completa chestionarul aferent celei de a doua etape, veți fi contactat de către echipa IRCEM la datele de contact furnizate.

Completarea chestionarului este voluntară și durează aproximativ 15 minute. Securitatea datelor și a informațiilor dvs. este o prioritate ridicată și de aceea vă confirmăm că toate informațiile și datele furnizate vor fi anonime. Datele personale colectate vor fi stocate în siguranță și vor fi utilizate exclusiv în scop de cercetare în cadrul acestui studiu.

#### Date generale privind întreprinderile sociale

1. In care dintre următoarele regiuni este localizată întreprinderea socială de care aparțineți?
  - o Regiunea Nord-Vest (Bihor, Bistrița-Năsăud, Cluj, Maramureș, Satu-Mare și Sălaj)
  - o Regiunea Nord-Est (Bacău, Botoșani, Iași, Neamț, Suceava și Vaslui)
  - o Regiunea Vest (Arad, Caraș-Severin, Hunedoara și Timiș)
  - o Regiunea Centru (Alba, Brașov, Covasna, Harghita, Mureș și Sibiu)
  - o Regiunea Sud-Est (Brăila, Buzău, Constanța, Galați, Tulcea și Vrancea)

- Regiunea Sud-Muntenia (Argeș, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Ialomița, Prahova și Teleorman)
  - Regiunea Sud-Vest (Dolj, Gorj, Mehedinți, Olt și Vâlcea)
  - Regiunea București-Ilfov
2. Numărul de ani de activitate a întreprinderii sociale:
- Mai puțin de 1 an
  - 2-5 ani de activitate
  - 6-10 ani de activitate
  - Peste 10 ani
3. Întreprinderea dvs. își desfășoară activitatea în:
- Mediul rural
  - Mediul urban
4. Forma juridică de organizare a întreprinderii sociale:
- ONG (Organizație Non-Guvernamentală)
  - SRL (Societate cu răspundere limitată)
  - SA (Societate pe acțiuni)
  - Societate cooperative
  - Cooperativă agricolă
  - Societate mutuală de asigurări
  - Întreprindere de inserție social
  - Unitate protejată
  - Altele:
5. Care este la momentul actual numărul de angajați ai întreprinderii sociale?
- Niciun angajat cu normă întreagă
  - 1-5 angajați
  - 6-15 angajați
  - 16-30 angajați
  - Peste 30 de angajați
6. În ce industrie/domeniu operează întreprinderea socială?
- Crearea și menținerea locurilor de muncă pentru persoanele vulnerabile

- Producători / cooperative / asociații de consumatori – agricultură, retail/comerț, financiar, credit, servicii financiare, microfinanțare, energie, locuințe, cooperative funciare și forestiere și obști/composesorate;
- Activități culturale, turistice, de dezvoltare a tinerilor și de oportunități, activități sportive și recreative
- Medical/Sănătate/relaxare
- Servicii de asistență socială
- Mediu (de exemplu reducerea emisiilor și a deșeurilor, reciclare, energie regenerabilă etc.)
- Consultanță și training
- Construcții/Arhitectură
- Altele:

**7. Care a fost nivelul cifrei de afaceri a întreprinderii sociale în anul 2020?**

- Între 0 și 5000 €
- Între 5000-10.000 €
- Între 10.001-15.000 €
- Între 15.001-30.000 €
- Între 30.001-50.000 €
- Peste 50.000 €
- Altele:

**Aspecte privind funcționarea și auto-evaluarea întreprinderilor sociale**

**8. Cum evaluați în acest moment întreprinderea socială pe următoarele dimensiuni?**

- 1) Foarte slabă
- 2) Slabă
- 3) Nici slabă, nici bună
- 4) Bună
- 5) Foarte bună

**9. Dimensiuni:**

- Expertiza resurselor umane
- Sustenabilitatea modelului de business
- Sustenabilitatea față de mediu

- Raportul calitate-preț al produselor/serviciilor oferite
- Calitatea produselor/serviciilor livrate
- Capacitatea de a face față unei perioade mai lungi de 1 an fără finanțare
- Competențele de antreprenoriat social
- Expertiza resurselor umane
- Sustenabilitatea modelului de business
- Sustenabilitatea față de mediu
- Raportul calitate-preț al produselor/serviciilor oferite
- Calitatea produselor/serviciilor livrate
- Capacitatea de a face față unei perioade mai lungi de 1 an fără finanțare
- Competențele de antreprenoriat social

**10. Care este modelul prin care întreprinderea socială creează impact în comunitate?**

- Crearea de locuri de muncă pentru persoane vulnerabile
- Servicii sociale de interes general (ex: îngrijirea pe termen lung a persoanelor în vârstă și a persoanelor cu dizabilități; educație și îngrijire a copilului; servicii de ocupare a forței de muncă și formare profesională; locuințe sociale; servicii medicale, locuințe temporare pentru reabilitarea fără adăpost a foștilor infractori, alte servicii sociale și economice ale persoanelor defavorizate și excluse, alte servicii sociale și comunitare etc.);
- Oferirea de servicii/produse gratuite persoanelor dezavantajate
- Dezvoltarea sustenabilă a comunității
- Programe de formare profesională
- Programe educaționale/schimbare de comportament
- Altele:

**11. Intreprinderea socială are în prezent o strategie de responsabilitate socială corporativă?**

- Da
- Nu
- Nu cunosc conceptul

**12. Vă rugăm să indicați în ce măsură următoarele aspecte prezentate reprezintă, în opinia dvs., obstacole pentru funcționarea optimă a întreprinderilor sociale:**

- Dezacord puternic
- Dezacord slab

- Indiferent
- Acord slab
- Acord puternic

**13. Aspecte:**

- Insuficiența de cunoștințe în domeniul lansării și gestionării întreprinderilor sociale
- Acces limitat la practici de succes
- Lipsa de facilități de finanțare
- Lipsa forței de muncă
- Colaborarea cu reprezentanții APL-urilor
- Consolidarea unei baze solide de clienți
- Lipsa oportunităților de dezvoltare de parteneriate
- Insuficiența de cunoștințe în domeniul lansării și gestionării întreprinderilor sociale
- Acces limitat la practici de succes
- Lipsa de facilități de finanțare
- Lipsa forței de muncă
- Colaborarea cu reprezentanții APL-urilor
- Consolidarea unei baze solide de clienți
- Lipsa oportunităților de dezvoltare de parteneriate

**14. În cadrul realizării achizițiilor pe care întreprinderea le realizează pentru activitatea zilnică se ține cont de implicarea socială a furnizorului?**

- Da
- Nu
- Nu am luat în considerare acest aspect până acum

**Impactul economiei sociale asupra amprentei de carbon**

**15. Considerați că întreprinderea dvs. are o anumită contribuție la amprenta de carbon generată de întreprinderile din România?**

- Da
- Nu
- Nu sunt sigur
- Nu cunosc conceptul de amprentă de carbon

**16.** Credeți că reducerea amprentei de carbon a produselor/serviciilor ar putea aduce unele beneficii întreprinderii dvs.?

- Da, în termeni de economie de costuri
- Da, în termeni de îmbunătățirea imaginii întreprinderii
- Da, în termeni de promovare a bunelor practici de mediu în rândul angajaților
- Da, ar fi un ajutor pentru integrarea produselor noastre în sistemele de etichetare ecologică
- Nu cred că acest lucru ar putea aduce vreun beneficiu

**17.** Credeți că principiile dezvoltării durabile și controlul impactului asupra mediului ar îmbunătăți competitivitatea întreprinderii dvs.?

- Foarte puțin
- Puțin
- Moderat
- Mult
- Foarte mult

**18.** Vă rugăm să selectați din următoarea listă practicile de care se ține cont în întreprinderea dumneavoastră:

- În foarte mică măsură
- În mică măsură
- Neutru
- În mare măsură
- În foarte mare măsură

**19.** Practici

- Design ecologic al produsului
- Gândirea ciclului de viață al produselor
- Folosirea materialelor prime pentru crearea produselor
- Consumul redus de energie
- Utilizarea tehnologiilor verzi
- Managementul deșeurilor
- Design ecologic al produsului
- Gândirea ciclului de viață al produselor

- Folosirea materialelor prime pentru crearea produselor
- Consumul redus de energie
- Utilizarea tehnologiilor verzi
- Managementul deșeurilor

**20.** Ce tipuri de investiții credeți că sunt necesare pentru a reduce amprenta de carbon a întreprinderilor sociale?

- Financiare
- Tehnologice
- De instruire și formare a personalului
- De infrastructură
- Nu cred că este necesară niciuna dintre aceste investiții

**21.** Vă rugăm să indicați în ce măsură întreprinderea dvs. se angajează în următoarele acțiuni:

- 1) Niciodată
- 2) Rar
- 3) Ocazional
- 4) Frecvent
- 5) Foarte frecvent

**22.** Actiuni

- Refuzare (Presupune alegerea de a cumpăra mai puțin sau de a utiliza mai puțin, utilizând mijloace pentru a reduce consumul de materiale virgine (respingerea deșeurilor de ambalaje și pungi de cumpărături sau/și refuzarea utilizării unor materiale periculoase specifice sau a oricăror materiale virgine.)
- Reproiectare ( Intensificarea utilizării produsului, de exemplu, prin partajarea / distribuirea produsului)
- Reducere (Creșterea eficienței în producerea sau utilizarea produsului, consumând mai puține resurse naturale și materiale)
- Reutilizare ( Reutilizarea de către un alt consumator a unui produs la care s-a renunțat, care este încă în stare bună și își îndeplinește funcția inițială)
- Reparare (Repararea sau întreținerea produsului defect, astfel încât acesta să poată fi utilizat cu funcția inițială)
- Refacere ( Restaurarea unui produs vechi și actualizarea lui)

- Recondiționare (Încorporarea unor părți ale produsului aruncat în alt produs cu aceeași funcție)
- Reorientare ( Încorporarea produsului aruncat sau a unor părți din el într-un nou produs cu funcție diferită)
- Reciclare (Procesarea materialelor pentru a obține o calitate mai mare sau mai mică)
- Recuperare (Incinerare de material cu recuperare de energie)
- Refuzare (Presupune alegerea de a cumpăra mai puțin sau de a utiliza mai puțin, utilizând mijloace pentru a reduce consumul de materiale virgine (respingerea deșeurilor de ambalaje și pungi de cumpărături sau/și refuzarea utilizării unor materiale periculoase specifice sau a oricăror materiale virgine.)
- Reproiectare ( Intensificarea utilizării produsului, de exemplu, prin partajarea / distribuirea produsului)
- Reducere (Creșterea eficienței în producerea sau utilizarea produsului, consumând mai puține resurse naturale și materiale)
- Reutilizare ( Reutilizarea de către un alt consumator a unui produs la care s-a renunțat, care este încă în stare bună și își îndeplinește funcția inițială)
- Reparare (Repararea sau întreținerea produsului defect, astfel încât acesta să poată fi utilizat cu funcția inițială)
- Refacere ( Restaurarea unui produs vechi și actualizarea lui)
- Recondiționare (Încorporarea unor părți ale produsului aruncat în alt produs cu aceeași funcție)
- Reorientare ( Încorporarea produsului aruncat sau a unor părți din el într-un nou produs cu funcție diferită)
- Reciclare (Procesarea materialelor pentru a obține o calitate mai mare sau mai mică)
- Recuperare (Incinerare de material cu recuperare de energie)

**23.** Care este motivul / motivele dvs. pentru activitățile responsabile față de mediu pe care întreprinderea dvs. le întreprinde?

- Respectarea legislației
- Presiunea părților interesate (a furnizorilor, cumpărătorilor, angajaților, etc.)
- Crearea unei imagini mai bune a întreprinderii
- Succesul economic



- Grijă față de mediul sănătos și bunăstarea oamenilor
- Altele:

**24.** Vă rugăm să evaluați în ce măsură aspectele menționate mai jos reprezintă din punctul dumneavoastră de vedere o barieră pentru întreprinderile sociale în implementarea unui mod de funcționare sustenabil/eco-friendly:

- 1) Deloc
- 2) În mică măsură
- 3) Într-o oarecare măsură
- 4) În mare măsură
- 5) În foarte mare măsură

**25.** Bariere

- Lipsa cunoștințelor despre produsele și practicile durabile
- Neintegrarea în strategie, misiune, viziune, obiective și indicatorii de performanță
- Existența tendinței sociale de a înlocui mai degrabă decât de a repara produse
- Percepția negativă a conținutului reutilizat / reciclat în produse noi
- Design-ul incorect al produselor ( nu sunt concepute pentru a fi sustenabile, ușor de întreținut, dezasamblat și reutilizat)
- Lipsa serviciilor de întreținere și reparații
- Cultura și comportamentul consumatorilor; prețul este nr.1 în decizia de cumpărare
- Lipsa de profesioniști calificați în managementul mediului
- Lipsa cunoștințelor despre produsele și practicile durabile
- Neintegrarea în strategie, misiune, viziune, obiective și indicatorii de performanță
- Existența tendinței sociale de a înlocui mai degrabă decât de a repara produse
- Percepția negativă a conținutului reutilizat / reciclat în produse noi
- Design-ul incorect al produselor ( nu sunt concepute pentru a fi sustenabile, ușor de întreținut, dezasamblat și reutilizat)
- Lipsa serviciilor de întreținere și reparații
- Cultura și comportamentul consumatorilor; prețul este nr.1 în decizia de cumpărare
- Lipsa de profesioniști calificați în managementul mediului

Intenții de dezvoltare privind întreprinderile sociale

**26.** Care este estimarea dvs. cu privire la evoluția întreprinderii sociale până la sfârșitul anului 2021?

- Nu va supraviețui până la sfârșitul anului
- Va crește cifra de afaceri cu până la 5-20%
- Va crește cifra de afaceri semnificativ, cu peste 50%
- Va scala în puncte noi de lucru sau modele de afaceri
- Va dezvolta o linie nouă de servicii/produse

**27.** Aveți în plan implementarea unui sistem de management de mediu în întreprinderea dvs în viitorul apropiat?

- Da
- Nu
- Avem deja un plan implementat

**28.** Care din următoarele direcții de acțiune ar fi prioritare de rezolvat în perioada următoare având în vedere nevoile întreprinderii dvs.?

- Digitalizarea Registrului Național al Întreprinderilor Sociale
- Revizuirea legislației privind ocuparea, astfel încât întreprinderea socială de inserție să fie inclusă ca serviciu de ocupare și inserție a grupurilor defavorizate
- Revizuirea Legii Economiei Sociale, a normelor de aplicare și a ordinelor subsecvente
- Stimularea achizițiilor sociale / rezervate de la întreprinderi sociale de către autorități și instituții publice
- Diversificarea oportunităților de finanțare pentru întreprinderi sociale
- Stimularea achizițiilor verzi
- Altele:

**29.** Câtă încredere aveți în momentul de față în sustenabilitatea întreprinderii sociale? \*

- Foarte puțină
- Puțină
- Nu sunt sigur
- Multă
- Foarte multă

**30.** Luați în considerare pentru viitor implicarea întreprinderii sociale în acțiuni de tip networking (dezvoltarea de parteneriate)?

Foarte improbabil

- **1**



UNIUNEA EUROPEANĂ



- 2
- 3
- 4
- 5

Foarte probabil

Date demografice

**31. Poziția ocupată în cadrul întreprinderii sociale:**

.....

**32. Sexul**

- Feminin
- Masculin

**33. Vârsta dvs**

- 18-24 ani
- 25-29 ani
- 30-35 ani
- 36-39 ani
- 40-49 ani
- 50-59 ani
- 60-70 ani
- peste 70 ani

**34. Ultimul nivel de educație absolvit**

- Fără școală absolvită
- Studii primare sau gimnaziale
- Studii liceale
- Studii universitare
- Studii post-universitare



UNIUNEA EUROPEANĂ



## Anexa 2- Chestionar

### I. DATE DE IDENTIFICARE

1. Care este numele oficial al organizației Dvs?
2. Care este rolul dumneavoastră în întreprindere?
  - Reprezentant legal
  - Membru în consiliul director
  - Director general/CEO
  - Proprietar
  - Angajat
  - Voluntar
  - Altele (vă rugăm să specificați)
3. În ce an a început să funcționeze întreprinderea dumneavoastră?
4. Câți membri are organizația dumneavoastră?
5. Unde în România își are sediul organizația dumneavoastră?
  - Regiunea Nord-Est (Bacău, Botoșani, Iași, Neamț, Suceava și Vaslui)
  - Regiunea Sud-Est (Brăila, Buzău, Constanța, Galați, Tulcea și Vrancea)
  - Regiunea Sud-Muntenia (Argeș, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Ialomița, Prahova și Teleorman)
  - Regiunea Sud-Vest Oltenia (Dolj, Gorj, Mehedinți, Olt și Vâlcea)
  - Regiunea Vest (Arad, Caraș-Severin, Hunedoara și Timiș)
  - Regiunea Nord-Vest (Bihor, Bistrița-Năsăud, Cluj, Maramureș, Satu Mare și Sălaj)
  - Regiunea Centru (Alba, Brașov, Covasna, Harghita, Mureș și Sibiu)
  - Regiunea București-Ilfov (Municipiul București- județul Ilfov)
6. Care este cea mai largă zonă geografică de operare a organizației dvs.?
  - Cartier
  - Local
  - Regional
  - Național
  - Internațional
  - Nu știu/nici o părere
7. În ce situație juridică se încadrează întreprinderea dvs.? [doar un singur răspuns]

- Actor al economiei sociale cu formă juridică
  - Actor al economiei sociale fără formă juridică
8. Care este forma juridică sub care este înregistrată în prezent întreprinderea dvs.?
- Societate cooperativă de gradul I – Legea nr. 1/2005 privind organizarea și funcționarea cooperăției)
  - Cooperativă de credit – OG nr. 99/2006 privind instituțiile de credit și adecvarea capitalului)
  - Asociație sau fundație – OG nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații
  - Casă de ajutor reciproc a salariaților
  - Casă de ajutor reciproc a pensionarilor
  - Societate agricolă
  - Societate comercială care respectă principiile de economie socială și criteriile de întreprindere social
  - Alta
9. Întreprinderea Dvs. își desfășoară activitatea în mediul:
- Urban
  - Rural
10. Care dintre următoarele sunt clienții/ beneficiarii produselor și serviciilor dumneavoastră?
- [Răspunsuri multiple]
- Sectorul Public/Guvernul
  - Afaceri/altele pentru profit
  - Organizații non-profit/organizații de caritate
  - Tineri (sub 35 de ani)
  - Alte grupuri vulnerabile/defavorizate
  - Orice fel de consumator individual
  - Nu avem un tip de beneficiar predefinit
11. Care dintre următorii membri ai comunității beneficiază direct de activitățile de bază ale organizației dumneavoastră?[răspuns multiplu permis]
- Șomeri de lungă durată
  - Persoane cu handicap fizic
  - Persoane cu dizabilități de învățare sau mintale

- Persoanele fără adăpost
- Refugiații și solicitanții de azil
- Persoane cu probleme de dependență (droguri sau alcool)
- Tineri cu probleme comportamentale
- Victimele violenței domestice
- Persoanele în vârstă
- Persoanele în vârstă

## II. IMPACTUL PANDEMIEI COVID-19 ASUPRA ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE?

12. Q12. Care este în prezent situația cu privire la operațiunile dvs. de afaceri?

- Funcționează ca înainte de criză, cu modificări reduse sau deloc ale modelului de afaceri
- Același model, activitate redusă
- Același model, activitate crescută
- Există modificări ale modelului de afaceri – este planificată revenirea la normal cât mai curând posibil
- Există modificări ale modelului de afaceri – s-a produs o schimbare permanentă
- Model de afaceri complet nou

13. Dacă afacerea dvs. s-a schimbat ca urmare a COVID-19, se aplică oricare dintre următoarele?

- Acum oferim (mai multe) produse/servicii online
- Oferim produse/servicii noi
- Oferim produse/servicii reduse
- Oferim asistență nouă/suplimentară, direcționată direct către cei care au fost afectați de COVID-19
- Suntem închiși temporar
- Altele (vă rugăm să specificați)

14. Ați apelat la oricare dintre următoarele măsuri de sprijin guvernamentale:

- Noi împrumuturi guvernamentale
- Eliminarea, înghețarea sau reducerea impozitelor sau contribuțiilor la sistemele de asigurări sociale
- Prelungirea perioadei de raportare fiscală sau de afaceri
- Granturi



UNIUNEA EUROPEANĂ



- Sprijin pentru plata salariilor personalului
- Sprijin pentru angajarea personalului
- Nicio măsură

15. Ați accesat asistență legată de COVID-19 din surse nonguvernamentale de la începutul crizei?

- Granturi
- Împrumuturi
- Capital propriu
- Finanțarea participativă
- Asistență/consiliere în afaceri pro bono
- Sprijin prin voluntariat
- Webinarii online, cursuri, sfaturi de specialitate

### III. BARIERE ȘI OPORTUNITĂȚI DE DEZVOLTARE

16. Care sunt barierele majore cu care se confruntă întreprinderea dumneavoastră?

- Obținerea de granturi
- Fluxul de numerar
- Recrutarea personalului sau a voluntarilor
- Lipsa abilităților antreprenoriale
- Lipsa accesului la suport și consiliere pentru afaceri
- Reglementări guvernamentale și sarcini administrative
- Disponibilitatea spațiilor de lucru adecvate
- Calitatea slabă a serviciilor publice
- Nu știu/nici o părere
- Altele (vă rugăm să specificați)

17. Care sunt obiectivele generale ale organizației dumneavoastră? [răspuns multiplu permis]

- Crearea de oportunități de angajare
- Sprijinirea persoanelor vulnerabile
- Îmbunătățirea sănătății și bunăstării
- Promovarea educației și a alfabetizării
- Protejarea mediului inconjurător
- Consolidarea poziției femeilor și fetelor/egalitatea de gen

- Sprijinirea altor organizații din economie socială
- Asigurarea accesului la produse/servicii de calitate la preturi corecte
- Combaterea inegalităților
- Promovarea unui alt model de muncă
- Altele (vă rugăm să specificați)

18. Cum este utilizat în principal profitul/excedentul dvs.?

- Crearea de locuri noi de muncă
- Investiții
- Distribuire către angajați
- Sprijin pentru alte organizații din economie socială și solidară
- Nu știu
- Altele (vă rugăm să specificați)

19. Care este estimarea dvs. cu privire la evoluția întreprinderii sociale până la sfârșitul anului?

- Nu va supraviețui până la sfârșitul anului
- Nu va supraviețui până la sfârșitul anului
- Va crește cifra de afaceri semnificativ, cu peste 50%
- Va scala în puncte noi de lucru sau modele de afaceri
- Va scala în puncte noi de lucru sau modele de afaceri

#### IV TRANZIȚIA VERDE A ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE

20. Considerați că întreprinderea dvs. afectează într-un fel mediul înconjurător?

- Da
- Nu

21. Ce măsuri aplicați pentru reducerea amprentei de carbon a întreprinderii dvs.?

- Reducem consumul de energie
- Reducem consumul de materii prime
- Reciclăm materiale și produse care permit acest lucru
- Reparăm sau recondiționăm produsele pe care le folosim
- Reutilizăm produsele care permit acest lucru
- Reducem pe cât posibil frecvența achiziționării de produse noi
- Nu aplicăm astfel de măsuri
- Altele (vă rugăm să specificați):





UNIUNEA EUROPEANĂ



22. Ați mai auzit până acum de conceptul de economie circulară:

- Da
- Nu

23. Care credeți că sunt principalele dificultăți pentru o întreprindere socială care dorește să implementeze un model de afaceri circular?

- Lipsa de know-how
- Costuri ridicate
- Reticența angajaților
- Cultura și comportamentul consumatorilor
- Lipsa incentivelor din partea autorităților
- Lipsa serviciilor de întreținere și reparație

#### IV. REȚELE DE ÎNTREPRINDERI SOCIALE

24. Întreprinderea dvs. face parte dintr-o rețea de întreprinderi - federație, uniune, etc?

- Da
- Nu

25. Doriți să fiți membru / să aderați la platforma de întreprinderi sociale ASIST?

Aderând veți avea acces la o rețea extinsă de întreprinderi sociale/organizații ale economiei sociale și parteneri ai acestora, veți putea identifica noi parteneri, îi veți putea integra în lanțurile dvs. de producție și distribuție și vă veți putea alătura altor întreprinderi sociale și suporterilor acestora. De asemenea, veți avea acces la informații utile și participarea la evenimente de interes.

Dacă sunteți o întreprindere socială veți putea să vă listați întreprinderea în catalogul de întreprinderi și pe harta de întreprinderi sociale ale Acceleratorului.

- Da
- Nu

## ANEXA 3- STUDIUL FINAL- INTEGRAREA TUTUROR REZULTATELOR OBTINUTE



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin  
Programul Operațional Capital Uman 2014-2020





**STUDIU PRIVIND  
DINAMICA SECTORULUI  
ECONOMIEI SOCIALE  
POST-COVID  
ÎN ROMÂNIA**

**ASIST**  
Antreprenoriat Social și  
Întreprinderi sociale  
în Transilvania

**IRCEM**  
Institutul pentru Cercetări în  
Economie Circulară și Mediu  
"Ernest Lupan"

# STUDIU PRIVIND DINAMICA SECTORULUI ECONOMIEI SOCIALE POST-COVID ÎN ROMÂNIA

Institutul pentru Cercetări în Economie Circulară și Mediu „Ernest Lupan”- IRCEM

## Colectiv de elaborare:

Dr. ing. ec. Elena-Simina Lakatos

Arh. Dan-Sorin Clinci

Dr. ing. Roxana-Lavinia Păcurariu

Drd. ing. Geanina-Maria David

Dr. Oana-Bianca Bercea

Drd. ing. Roxana-Maria Druța

Drd. Andrea Szilagyi

Mrd. ing. Paula-Denisa Suciu

Drd. Andreea-Loredana Bîrgovan

## Editor

Voichita-Maria Clinci

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020, POCU/449/4/16/126610.

## Data

Septembrie, 2022

Cluj-Napoca

## Disclaimer

Opiniile exprimate în acest studiu sunt exclusiv ale autorilor și nu pot fi considerate poziția oficială a Fondului Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020.

## Institutul pentru Cercetări în Economie Circulară și Mediu "Ernest Lupan"

Acest studiu a fost realizat în cadrul proiectului **ASIST- Antreprenoriat Social și Întreprinderi Sociale în Transilvania**, cod SMIS 2014+: 126610, proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020, POCU/449/4/16/ Consolidarea capacității întreprinderilor de economie socială de a funcționa într-o manieră auto-sustenabilă.

Proiectul este implementat de **SC Pro Xpert Consulting SRL**, în parteneriat cu **Asociația Institutul pentru Cercetări în Economie Circulară și Mediu „Ernest Lupan”** (IRCEM) și **Asociația pentru Tineret Fidelitas M-Ciuc** în perioada 24 octombrie 2019 – 23 octombrie 2022.

Scopul acestui raport este de a oferi o imagine comprehensivă și actualizată a **sectorului de antreprenoriat social** din România, urmărind de asemenea factorii catalizatori și inhibitori ai tranziției întreprinderilor sociale către modelul sustenabil al economiei circulare. Conținutul raportului se bazează pe date statistice naționale furnizate de Institutul Național de Statistică și Agenția Națională a Forței de Muncă, cât și pe agregarea unor date la nivel european extrase din baza de date online EUROSTAT.

### Disclaimer

Conținutul acestui raport nu reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României.

### Data

Septembrie, 2022

Cluj-Napoca

Opiniile exprimate în acest raport sunt exclusiv ale autorilor și nu pot fi considerate poziția oficială a Fondului Social European.

# LISTA FIGURILOR ȘI TABELELOR

LISTA FIGURILOR ȘI TABELELOR.....	5
ABREVIERI .....	7
1. INTRODUCERE .....	8
2. ECONOMIA SOCIALĂ EXPLICATĂ.....	10
2.1 Concepte de bază.....	10
2.2 Dimensiunile Economiei Sociale.....	13
2.3 Economia socială: un sector divers cu caracteristici comune.....	15
3.ECOSISTEMUL ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE ÎN EUROPA .....	18
3.1 Caracteristici generale .....	18
3.2 Cadru Legislativ .....	21
3.3 Sinergia dintre Economia Socială și Economia Circulară .....	22
4. ECOSISTEMUL ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE ÎN ROMÂNIA .....	27
4.1 Caracteristici generale .....	27
4.2 Dimensiunea întreprinderilor sociale în România.....	31
4.3 Forme de organizare.....	33
5. STUDIU PRIVIND DINAMICA SECTORULUI ECONOMIEI SOCIALE POST-COVID .....	37
5.1 Metodologia de cercetare.....	37
5.2 Profilul general al respondenților .....	37
5.3. Scopul organizațiilor de economie socială .....	41
5.4 Utilizarea resurselor financiare .....	43
5.5 Măsuri pentru protecția mediului și tranziția către o economie circulară .....	44
5.6 Impactul pandemiei de COVID asupra modelului de afacere .....	46
5.7 Analize inferențiale privind performanța economică și socială a organizațiilor de economie socială .....	48

6. CONCLUZII ȘI DIRECȚII VIITOARE ALE ECONOMIEI SOCIALE .....	52
6.1 Direcții viitoare .....	52
6.2 Remarci finale .....	55
BIBLIOGRAFIE .....	56

# LISTA FIGURILOR ȘI TABELELOR

Figura 2.1 Cadrul de funcționare a întreprinderii sociale (Bercea, Bacali, Lakatos).....	12
Figura 2.2. Dimensiunile economiei sociale (Euclid Network, 2022) .....	14
Figura 2.3 Caracteristicile economiei sociale (World Economic Forum, 2022) .....	16
Tabel 2.1 Forme de organizare juridică ale economiei sociale recunoscute la nivel european (CE, 2020) .....	17
Tabel 3.1 Prezentare generală a ecosistemului de economie socială la nivel european (CE, 2020).....	19
Tabel 3.2 Principalele beneficii fiscale oferite întreprinderilor sociale în Europa (CE, 2020) .....	20
Figura 2.4 Demersuri legislative privind economia socială înregistrate în Europa (CE, 2020) .....	22
Tabel 3.3 Cei 10R ai economiei circulare.....	24
Figura 3.1 Modele de afaceri în economia circulară (ECOTIC, 2018).....	25
Figura 4.1 Elementele platformei .....	29
Figura 4.2 Beneficiile create de platformă în comunitate.....	30
Figura 4.3 Evoluția numărului de întreprinderi atestate în România (ANOFM, 2022)	31
Figura 4.4 Distribuția organizațiilor de economie socială în funcție de organizarea juridică (ANOFM, 2022).....	32
Figura 5.1 Funcția respondenților .....	38
Figura 5.2 Anul înființării organizațiilor .....	38
Figura 5.3 Numărul de angajați declarat.....	39
Figura 5.4 Regiunea de rezidență declarată .....	39
Figura 5.5 Forma de organizare legală .....	40
Figura 5.6 Distribuția în funcție de mediul de acțiune.....	40
Figura 5.7 Persoane deservite de organizațiile de economie socială.....	41
Figura 5.8 Obiective declarate .....	42
Figura 5.9 Modalități de utilizare a profitului .....	43
Figura 5.10 Situație privind fondurile europene accesate.....	43

Figura 5.11 Măsuri aplicate pentru reducerea amprentei de carbon.....	44
Figura 5.12 Conștientizarea conceptului de economie circulară .....	45
Figura 5.13 Bariere pentru implementarea unui model de afacere circular .....	45
Figura 5.14 Auto-estimare privind evoluția afacerii până la final de an.....	46
Figura 5.15 Situația prezentă cu privire la operațiunile de afacere.....	47
Figura 5.16 Schimbări implementate în modelul de afacere.....	47
Tabel 5.1 Itemi pentru măsurarea performanței sociale (adaptat după Miles et al., 2014) .....	49
Tabel 5.2 Itemi pentru măsurarea performanței economice (adaptat după Miles et al., 2014) .....	50
Tabel 5.3 Rezultatele analizelor corelaționale .....	51
Figura 6.1 Direcții de dezvoltare a economiei sociale .....	52



## ABREVIERI

Abreviere	Denumire
UE	Uniunea Europeană
CE	Comisia Europeană
ES	Economie Socială
ÎS	Întreprindere socială
IMM	Întreprinderi mici și mijlocii
PIB	Produs Intern Brut
INS	Institutul Național de Statistică
ONU	Organizația Națiunilor Unite
ODD	Obiectiv de Dezvoltare Durabilă
OECD	Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică
N.A	Nespecificat
ANOFM	Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă
RSC	Responsabilitate Socială Corporativă
POCU	Programul Operațional Capital Uman
SRL	Societate cu răspundere limitată
N	Eșantion

# 1. INTRODUCERE

Deși a fost grav afectat de pandemia COVID-19, ecosistemul de economie socială a demonstrat o reziliență deosebită și un mare potențial de a ajuta la redresarea economică și socială a Uniunii Europene în ansamblu, întrucât, însăși rațiunea sa este de a aborda provocări economice, de mediu și societale în cele mai incluzive și inovatoare moduri. Acest ecosistem este crucial pentru a asigura o redresare echitabilă și incluzivă care să acționeze ca un catalizator al tranzițiilor juste.

Cu amprenta lor locală profundă și abordarea lor bazată pe guvernanta și cooperare colectivă, organizațiile economiei sociale (de exemplu, cooperative, societăți mutuale, asociații, inclusiv organizații de caritate, întreprinderi sociale), precum și alte forme juridice care sunt specifice tradițiilor unor state membre, oferă o oportunitate excelentă de a dezvolta și de a se angaja în parteneriate (Grow Social Enterprise, 2021). Pe termen scurt, actorii economiei sociale au sprijinit redresarea din criză oferind soluții inovatoare care vizează consolidarea serviciilor publice pentru a completa acțiunile guvernamentale. Pe termen lung, organizațiile din economia socială pot contribui la remodelarea economiei post-criză prin promovarea unor modele economice incluzive și durabile. Bazându-se pe caracteristicile sale specifice și pe principiile care stau la bază, economia socială poate inspira modele de inovare socială și un sentiment de scop pentru firmele care operează în economia de piață.

De-a lungul deceniilor, întreprinderile sociale și alte entități inovatoare antreprenoriale non-profit au acordat prioritate valorii sociale și de mediu, făcând diferența acolo unde aceasta contează: pe teren, printre milioanele de comunități și ecosisteme naturale care se confruntă cu daune și pierderi. Aceste întreprinderi îmbrățișează obiective sociale explicite și modele de guvernare și lucrează cu grupuri care se confruntă cu bariere legate de gen, rasă, sau clasă economice (World Economic Forum, 2022).

Denumite în comun economia socială, ele asigură o dezvoltare economică incluzivă și durabilă. Numai în UE, au existat 2,8 milioane de întreprinderi din economia socială în

2020, angajând 13,6 milioane de oameni, reprezentând până la 9,9% din rata de ocupare a forței de muncă în unele țări (OECD, 2022).

La nivel european, o creștere bruscă poate fi observată atât în întemeierea, cât și în profesionalizarea întreprinderilor sociale în ultimii ani. Ecosistemele întreprinderilor sociale trec de la o stare incipientă la o fază mai matură. Conceptul de antreprenoriat social, barierele asociate și nevoile întreprinderilor sociale devin din ce în ce mai cunoscute. Guvernele recunosc potențialul economiei sociale de a aborda provocările naționale și globale, pe măsură ce se fac planuri de redresare și tranziție pentru pandemie și schimbările climatice. În ciuda potențialului lor, economiile sociale de pe tot globul se confruntă cu bariere comune care le împiedică să se dezvolte, cum ar fi vizibilitatea limitată, lipsa unui cadru legal și de reglementare care să susțină și accesul restricționat la piețe.

Scopul acestui raport este de a oferi o imagine comprehensivă și actualizată a sectorului de antreprenoriat social din România, urmărind de asemenea factorii catalizatori și inhibitori ai tranziției întreprinderilor sociale către modelul sustenabil al economiei circulare. Raportul prezintă de asemenea și un studiu cantitativ privind indicatori cheie ai întreprinderilor sociale din România și impactul COVID-19 asupra activității acestora. Conținutul raportului se bazează pe date statistice naționale furnizate de Institutul Național de Statistică și Agenția Națională a Forței de Muncă, cât și pe agregarea unor date la nivel european extrase din baza de date online EUROSTAT.

## 2. ECONOMIA SOCIALĂ EXPLICATĂ

### 2.1 Concepte de bază

În contextul Uniunii Europene, economia socială reprezintă o soluție pentru rezolvarea unor probleme cu caracter predominant social, reprezentată de un grup de organizații, dintre care cele mai cunoscute sunt cooperativele, casele de ajutor reciproc, asociațiile sau fundațiile și care urmăresc în principal realizarea de scopuri sociale și sunt caracterizate de sisteme de guvernare participativă (Comisia Europeană, 2018). Potrivit directivelor europene, economia socială este privită ca o posibilitate de modernizare a modelului social european prin generarea de locuri de muncă și dezvoltarea unor noi premise ale antreprenoriatului care să răspundă diverselor nevoi sociale.

La nivel național, ideea de întreprindere socială poate fi datată începând de la vechile tradiții asociative, reciproce și de cooperare, evoluția lor fiind influențată de contextul politic, economic și social din societatea românească. Asociațiile și fundațiile au acționat ca cel mai important antreprenor politic, împingând problema întreprinderii sociale pe agenda guvernamentală. Mai precis, la începutul anilor 1990, după căderea regimului comunist, România a asistat la o reconfigurare și creștere importantă a asociațiilor, inclusiv asociații de ajutor reciproc concomitent cu prăbușirea sectorului cooperativ. Asociațiile au meritul de a fi adus un aport semnificativ de inovație în domeniul serviciilor de interes public, în special serviciile sociale, și au susținut activ dezvoltarea întreprinderilor sociale (Lambriu & Petrescu, 2019).

Non-profit Practice Guide definește întreprinderea socială ca o companie non-profit, care combină pasiunea unei misiuni sociale cu disciplina, inovarea și determinarea, de obicei asociate cu sectorul generator de profit. O altă definiție a întreprinderii sociale este dată de către Departamentul pentru Afaceri, Inovare și Calificare – Department for Business, Innovation and Skills – (BIS, 2011) potrivit căruia întreprinderea socială este o afacere condusă în principal de obiective sociale și al cărei surplus este în mare parte

reinvestit în întreprindere sau comunitate, mai degrabă decât de nevoia de a maximiza profitul în favoarea acționariatului și a conducerii (Bercea et al., 2018).

Pornind de la această definiții, se pot extrage o serie de condiții pe care o organizație trebuie să le îndeplinească în mod ideal pentru a fi inclusă în categoria întreprinderilor sociale, după cum urmează (Price, 2009):

- ❖ Întreprinderile sociale sunt firme care comercializează produse și/sau servicii. Acestea nu depind pe termen lung de mecanisme de finanțare precum donații, granturi sau alte fonduri publice sau private. Sustenabilitatea financiară a acestora este asigurată prin activitatea comercială.
- ❖ Întreprinderile sociale reinvestesc surplusul obținut pentru atingerea unor obiective cu caracter social. Diferența dintre venituri și cheltuieli nu trebuie să fie mare, dar trebuie să existe. O modalitate de atingere a unor obiective sociale de către întreprinderile sociale este și angajarea de persoane care fac parte din grupuri vulnerabile precum persoanele cu dizabilități, foști delincvenți, persoane aflate la risc de sărăcie etc. În sensul legii (Legea nr. 292, 2011) „grupul vulnerabil desemnează persoane sau familii care sunt în risc de a-și pierde capacitatea de satisfacere a nevoilor zilnice de trai din cauza unor situații de boală, dizabilitate, sărăcie, dependență de droguri sau de alcool ori a altor situații care conduc la vulnerabilitate economică și socială”;
- ❖ Întreprinderile sociale sunt răspunzătoare mai degrabă în fața stakeholderilor decât în fața acționarilor.

Definite ca implementarea unor abordări neguvernamentale, bazate pe economia de piață pentru a răspunde unor probleme sociale, întreprinderile sociale pot lua diferite forme ca rezultat al nevoilor particulare și a structurii instituționale a fiecărei țări (Kerlin, 2013). O întreprindere socială poate fi structurată ca un departament, un program sau un centru având ca scop obținerea de profit în cadrul unei organizații neguvernamentale.

Potrivit lui Certo și Miller (2008), întreprinderile sociale pot alocă un grad diferit de importanță misiunii sociale. Alter (2006) exemplifică acest aspect prin organizații care

furnizează același tip de servicii ale căror obiective sunt majoritar sociale și întreprinderi al căror obiectiv principal este obținerea de profit.

Opiniile în rândul cercetătorilor sunt împărțite, o parte fiind de părere că îmbinarea obiectivelor sociale cu cele economice sunt benefice pentru antreprenorii sociali (Emerson și Twersky, 1996), în timp ce alții sunt de părere că preocuparea antreprenorilor sociali pentru valoarea economică ar trebui să fie limitată, iar obiectivul principal ar trebui să fie centrat pe crearea de valoare socială (Dees, 1998; Seelos și Mair, 2005).

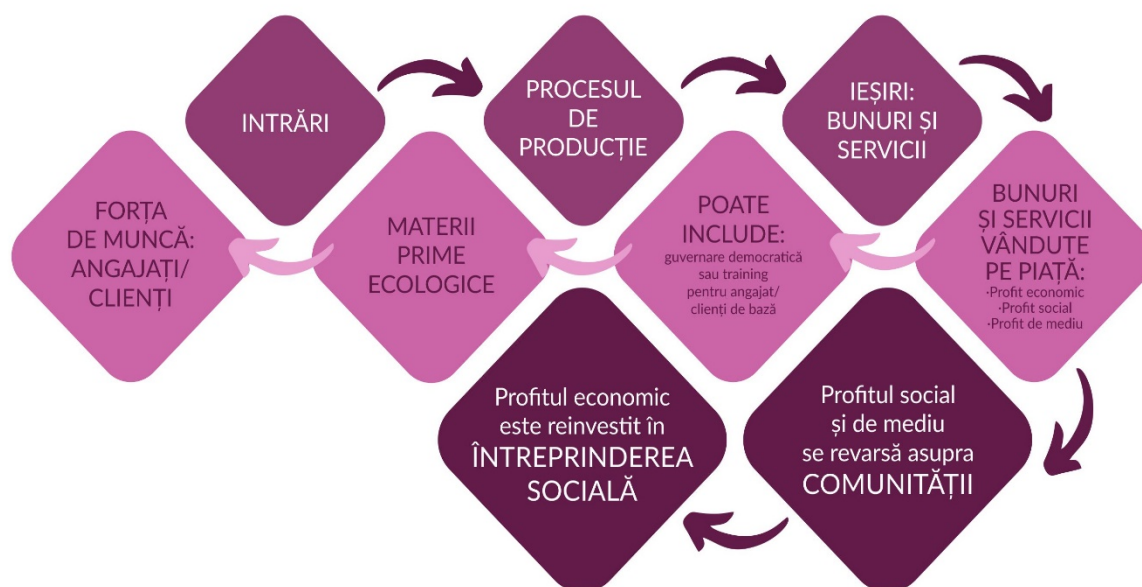


Figura 2.1 Cadrul de funcționare a întreprinderii sociale (Bercea, Bacali, Lakatos)

## 2.2 Dimensiunile Economiei Sociale

La modul general, economia socială întrunește o gamă largă de activități care au potențialul de a oferi oportunități comunităților locale de a se angaja în toate etapele procesului de regenerare economică și de creare a locurilor de muncă, de la identificarea nevoilor de bază până la operaționalizarea inițiativelor propriu-zise. Comisia Europeană a definit în continuare conceptul de întreprindere socială prin trei dimensiuni: 1) dimensiunea socială, 2) dimensiunea antreprenorială și 3) dimensiunea guvernării.

**Definiția operațională a UE reprezintă tipul „ideal” de întreprindere socială. Interpretarea, aplicarea acestuia și definiția diferă între țări și în multe cazuri chiar și în interiorul țării.**

În definiția operațională a UE și în mai multe țări, există praguri minime pentru ca întreprinderile sociale să fie definite ca atare. Acestea nu sunt întotdeauna comparabile cu definițiile și pragurile din alte țări. De exemplu, pentru a îndeplini dimensiunea economică, în definiția UE, incidența tranzacționării (versus non-tranzacționare) ar trebui să fie în mod ideal peste 25%. Acesta nu este un parametru necesar sau luat în considerare în toate țările din UE (Euclid Network, 2022).

### Dimensiunea Antreprenorială se referă la:

- ❖ Producția stabilă și continuă de bunuri și servicii;
- ❖ Utilizare (cel puțin parțială) a factorilor de producție care funcționează în economia monetară (muncă salariată, capital, active);
- ❖ Abordare antreprenorială: veniturile sunt generate atât din vânzarea directă de bunuri și servicii către utilizatori privați sau membri, cât și din contractele publice;
- ❖ Surse de venit sustenabile din punct de vedere economic;
- ❖ Deși se bazează atât pe voluntari (în special în faza de pornire), cât și pe resurse necomerciale, pentru a deveni întreprinderi sociale durabile, în mod normal, folosesc și factori de producție care funcționează în mod obișnuit în economia monetară;

- ❖ Cerințe minime inițiale: întreprinderile sociale trebuie să fie orientate spre piață (incidența tranzacționării ar trebui să fie în mod ideal peste 25%).

### Dimensiunea Socială se referă la:

- ❖ Scop social explicit (inclusiv scopuri de mediu, comunitare): produsele furnizate/activitățile desfășurate au o conotație socială/de interes public;
- ❖ Tipul de servicii produse sau activități desfășurate poate varia semnificativ de la un loc la altul, în funcție de nevoile nesatisfăcute la nivel local sau, în unele cazuri, chiar și într-un context global;
- ❖ Impact social pozitiv asupra a cel puțin unuia dintre cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă ONU;
- ❖ Cerințe minime inițiale: primatul scopului social trebuie stabilit în mod clar de către legislații, prin statutele SE-urilor sau alte documente relevante.

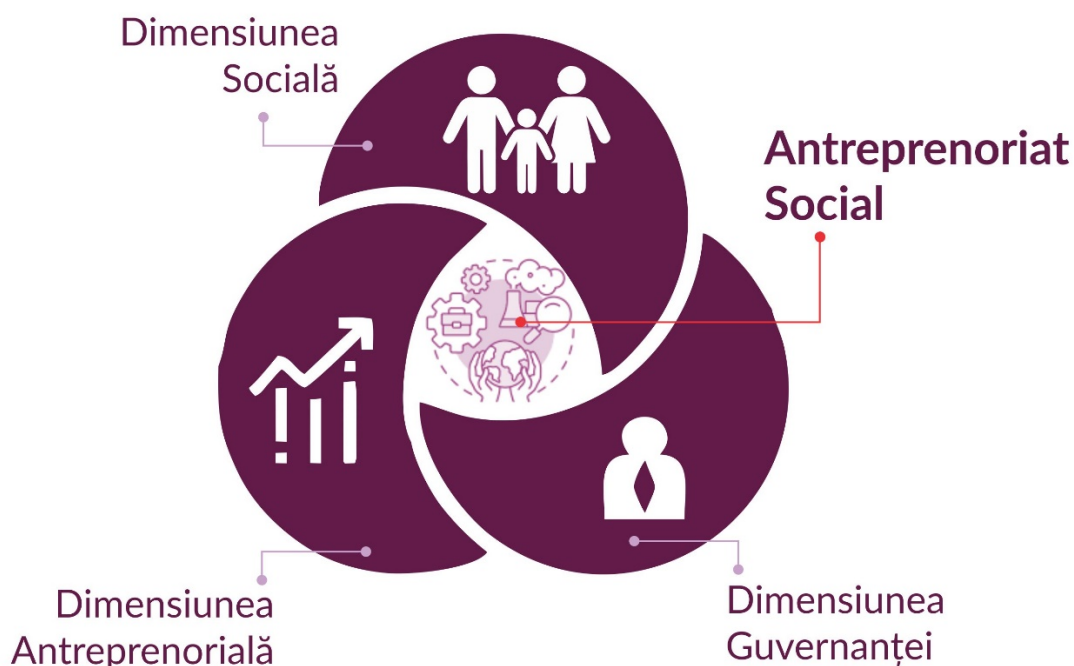


Figura 2.2. Dimensiunile economiei sociale (Euclid Network, 2022)



## Dimensiunea Guvernanței se referă la:

---

- ❖ Model de guvernare incluzivă și participativă;
- ❖ Întreprinderile sociale pot fi create ca organizații unice sau cu mai multe părți interesate;
- ❖ Constrângerea distribuirii profitului garantează că scopul social al întreprinderii este protejat;
- ❖ Leadership integrativ și luarea deciziilor participative/democratice;
- ❖ Cerințe minime inițiale: întreprinderile sociale trebuie să se asigure că interesele părților interesate relevante sunt reprezentate corespunzător în procesul decizional implementat.

## 2.3 Economia socială: un sector divers cu caracteristici comune

Economia socială cuprinde mai multe modele ce au în comun ambiția de a crea o paradigmă economică mai incluzivă și mai durabilă. Aceasta este compusă dintr-un set foarte eterogen de actori privați, inclusiv asociații, cooperative, fundații, organizații non-profit, grupuri de voluntari și întreprinderi sociale.

Actorii economici sociali pot varia foarte mult în ceea ce privește formele lor juridice, proprietatea, dimensiunea, concentrarea sectorului, precum și publicul țintă. Acestea există în diverse industrii, lucrând în educație, asistență medicală, bunăstare, servicii financiare și de asigurări, locuințe și imobiliare, agricultură și silvicultură, tehnologie și managementul deșeurilor, precum și în arte, cultură și mass-media (Euclid Network, 2022).

Actorii economiei sociale împărtășesc ambiția de a crea un impact pozitiv asupra societății. Ei pun oamenii și mediul pe primul loc și investesc cea mai mare parte din profiturile lor înapoi în organizațiile lor sau îl direcționează către cauzele alese sau către beneficiarii lor. Economia socială plasează provocările și oportunitățile sociale și de

mediu în centrul activității economice. Ceea ce evidențiază economia socială ca fiind unică este că pune „scopul înaintea profitului”. Actorii economiei sociale desfășoară activități în interesul membrilor și beneficiarilor lor („interes colectiv”) sau al societății în general („interes general”) și sunt guvernați în consecință.

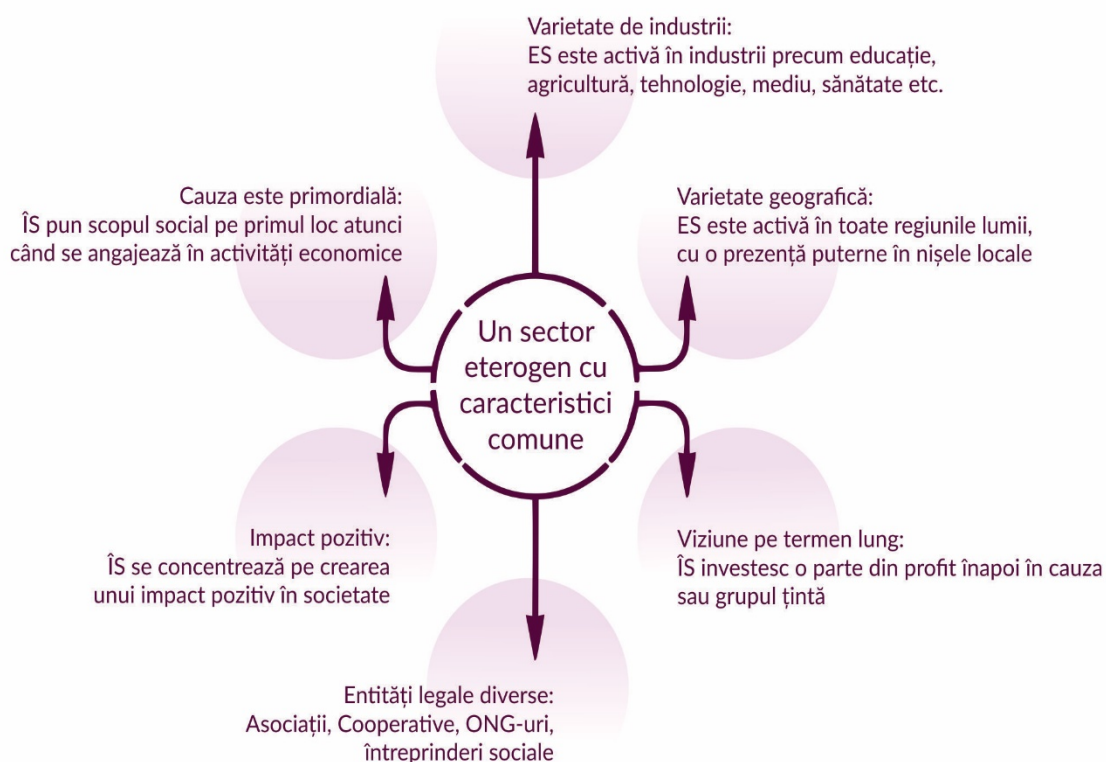








Figura 2.3 Caracteristicile economiei sociale (World Economic Forum, 2022)

Deși nu există o definiție universal recunoscută a economiei sociale, majoritatea definițiilor conțin aceste elemente cheie. Din punct de vedere istoric, aceste organizații au plasat interesul societal și de mediu înaintea profitului. Cu toate acestea, recent a apărut o tendință în care actorii economici sociali, în special întreprinderile sociale, oferă atât scop, cât și profit. Câteva exemple ale setului divers de entități juridice din cadrul economiei sociale pot fi văzute în tabelul 2.1, care prezintă sfera diferitelor modele și entități juridice însă fără a fi o analiză exhaustivă (Euclid Network).

Tabel 2.1 Forme de organizare juridică ale economiei sociale recunoscute la nivel european (CE, 2020)

	<p><b>Cooperative</b></p> <p>Persoane asociate în jurul unui set comun de nevoi și valori sociale, economice și/sau culturale. Sunt întreprinderi deținute colectiv și guvernate democratic.</p>
	<p><b>Întreprinderi sociale</b></p> <p>Pun scopurile sociale sau de mediu pe primul loc și adesea folosesc un mod antreprenorial, cu scop-profit și inovator de a furniza bunuri și servicii. Sunt adesea guvernate democratic și pot plăti profituri înapoi părților interesate, întreprinderii sau, în unele cazuri, și acționarilor.</p>
	<p><b>Asociații</b></p> <p>Urmăresc de obicei un scop societal și/sau promovează un interes societal. Se caracterizează printr-o calitate de membru voluntar și drepturi de vot egale. Se angajează adesea în activități de voluntariat sau de advocacy.</p>
	<p><b>Non Profit</b></p> <p>Nu urmăresc profitul ca scop principal, ci servesc interesului public. Se bazează de obicei pe finanțare externă și adesea nu plătesc impozit pe venit, ca recunoaștere a misiunii lor de a servi publicul. Cu toate acestea, unele organizații nonprofit au adoptat activități hibride, cum ar fi obținerea de venituri sau furnizarea de servicii pe bază de contract guvernelor pentru a-și spori fluxurile de venituri.</p>
	<p><b>Mutuale</b></p> <p>Sunt întreprinderi care furnizează servicii de asigurări, scheme complementare de securitate socială și servicii de mică valoare de natură socială. Scopul lor principal este de a satisface nevoile comune, fără a realiza profituri sau a oferi o rentabilitate a capitalului. Acestea sunt adesea guvernate democratic, pe baza principiilor de solidaritate între membri.</p>
	<p><b>Fundații</b></p> <p>Sunt conduse în cea mai mare parte de membri ai consiliului sau de administratori desemnați și primesc donații. Pot finanța și întreprinde cercetări, pot sprijini proiecte, pot oferi granturi sau finanța activități voluntare. Adesea își finanțează sau își întreprind propriile proiecte, susțin nevoile societale sau de mediu.</p>

## 3. ECOSISTEMUL ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE ÎN EUROPA

### 3.1 Caracteristici generale

Starea economiei sociale în prezent diferă între Europa de Vest și Europa de Est. În sud-vestul Europei, noțiunea de economie socială și solidară are o istorie lungă. Astfel, există în general un nivel mai ridicat de recunoaștere a economiei sociale în Europa de Vest. În Europa de Est, noțiunea de economie socială este mai puțin bine stabilită, deși unele țări precum Letonia au dezvoltat legi privind întreprinderile sociale. Țările est-europene manifestă interes pentru consolidarea economiilor lor sociale, cu actori din domeniile educației, tehnologiei și implicării tinerilor. Dimensiunile economiilor sociale variază în Uniunea Europeană (UE), dar sunt măsurate folosind metrici economice tradiționale. În întreaga UE, 2,8 milioane de actori din economia socială reprezintă peste 6% din ocuparea forței de muncă din UE. Economia socială angajează 9-10% din populația activă în Europa de Vest, dar sub 2% în Europa de Est.

Politica UE față de economia socială s-a concentrat pe cinci dimensiuni:

1. accesul la fonduri,
2. accesul la piețe,
3. îmbunătățirea condițiilor-cadru,
4. tehnologii internaționale și noi,
5. modele de afaceri.

În decembrie 2021, Comisia Europeană a lansat Planul de acțiune pentru economia socială pe 10 ani, pentru a spori investițiile sociale și dezvoltarea politicilor în regiune.

Tabel 3.1 Prezentare generală a ecosistemului de economie socială la nivel european (CE, 2020).

Tară	An	Nr. Estimat de ÎS	Nr. Estimat de angajați	Validitatea datelor	Acceptarea și utilizarea conceptului de ÎS
Albania	2018	379	2,000-2,500	Scăzut	Scăzut
Austria	2015	Aprox. 1,535	N.A.	Scăzut	Scăzut
Belgia	2017	18,004	572,914	Moderat	Moderat-Ridicat
Bulgaria	2015- 2017	Aprox. 3,700	26,000	Moderat	Moderat
Croatia	2018	526	N.A.	Moderat	Moderat
Cipru	2017	190	N.A.	Foarte Scăzut	Scăzut
Republica Cehă	2018	3,773	N.A.	Moderat	Moderat
Danemarca	2018	411	N.A.	Scăzut	Moderat
Estonia	2016	121	1,603	Moderat	Scăzut
Finlanda	2018	1,181	Aprox. 52,500	Ridicat	Moderat
Franța	2015- 2017	Aprox. 96,603	>1,187,249	Moderat	Moderat
Germania	2017	77,459	N.A.	Moderat	Scăzut
Grecia	2019	1,148	N.A.	Ridicat	Moderat
Ungaria	2016	15,855	72,642	Moderat	Moderat
Islanda	2017	258	1,488	Scăzut	Scăzut
Irlanda	2009	3,376	>25,000	Scăzut	Ridicat
Italia	2017	102,461	894,800	Foarte ridicat	Foarte ridicat
Letonia	2018	Aprox. 200	N.A.	Moderat	Moderat
Lituania	2016- 2017	3,476	N.A.	Moderat	Moderat
Luxemburg	2017- 2018	928	24,055	Ridicat	Ridicat
Malta	2018	31-62	N.A.	Scăzut	Scăzut
Munte negru	2018	150	< 500	Scăzut	Scăzut
Țările de Jos	2015- 2016	5,000-6,000	65,000-80,000	Scăzut	Scăzut
Macedonia de Nord	2013- 2015	551	N.A.	Scăzut	Scăzut
Norvegia	2016	250	N.A.	Moderat	Scăzut
Polonia	2016- 2019	29,535	428,700	Ridicat	Moderat
Portugalia	2013	7,938	145,734	Moderat	Moderat
România	2015- 2017	6,317	17,117	Moderat	Moderat
Serbia	2012	411	4,273	Moderat	Scăzut
Slovacia	2014	3,737	N.A.	Scăzut	Moderat
Slovenia	2017	1,393	15,063	Moderat	Moderat
Spania	2017	9,680	>91,500	Ridicat	Ridicat
Suedia	2009- 2016	Aprox. 3,000	N.A.	Scăzut	Scăzut

Accesul la resurse financiare este de o importanță critică pentru întreprinderile sociale, ca și pentru toate tipurile de întreprinderi. Sunt necesare resurse financiare pentru a sprijini lansarea și consolidarea, precum și continuitatea și creșterea activităților de întreprindere socială. Accesul la resurse financiare este, totuși, mai complex pentru întreprinderile sociale din cauze precum:

- ❖ **Caracterul specific al întreprinderii sociale:** întreprinderile sociale aflate în fazele de început și de capitalizare cu greu se pot baza pe canalele tradiționale de finanțare, deoarece garantează randamente reduse sau nule ale investițiilor.
- ❖ **Tipurile specifice de bunuri/servicii livrate:** întreprinderile sociale își vând adesea serviciile autorităților publice sau se adresează utilizatorilor care nu sunt obligați/incapabili să plătească.

Tabel 3.2 Principalele beneficii fiscale oferite întreprinderilor sociale în Europa (CE, 2020)

Tip de beneficiu fiscal	Aplicabil în totalitate	Aplicabil, dar cu limite	Nu este disponibil
Scutire de impozit pe profitul reținut	AT, DE, EL, FR, HU, IE, IT, LU, LV, MT, PL	BE, BG, CZ, ES, HR, LT, NL, PL, RO, SE, SI, SK, UK	CY, DK, EE, FI
Scutire de TVA sau reducerea acestuia	AT, BE, DE, FR, HU, IT, PL, PT	LU, SK	BG, CY, CZ, DK, EE, EL, ES, FI, HR, IE, LT, LV, MT, NL, RO, SE, SI, UK
Costurile asigurărilor sociale reduse sau acoperite de subvenții	AT, BE, HR, SE	BG, EL, ES, FI, FR, IE, IT, LV, PL, PT, SI, SK	CY, CZ, DK, EE, DE, HU, LT, LU, MT, NL, RO, UK
Reduceri de impozite acordate donatorilor privați sau instituționali	-	AT, BE, BG, CZ, DE, EE, ES, FR, HR, HU, IE, IT, LT, LU, LV, NL, PL, PT, SI, UK	CY, DK, FI, EL, MT, RO, SE, SK

Autoritățile publice nu recunosc întotdeauna valoarea reală a serviciilor sociale furnizate de întreprinderile sociale și tind să se bazeze pe acestea, având în vedere capacitatea lor de a menține costurile la un nivel scăzut.

Spre deosebire de întreprinderile convenționale, întreprinderile sociale se pot baza pe resurse private (resurse umane, cum ar fi voluntari și resurse financiare, cum ar fi

donații), precum și pe granturi publice și avantaje fiscale. Principalul obstacol cu care se confruntă întreprinderile sociale este însă salvagardarea fluxurilor stabile de resurse pentru a asigura o acoperire adecvată a nevoilor cetățenilor. Aceste fluxuri sunt din ce în ce mai mult reglementate prin contracte.

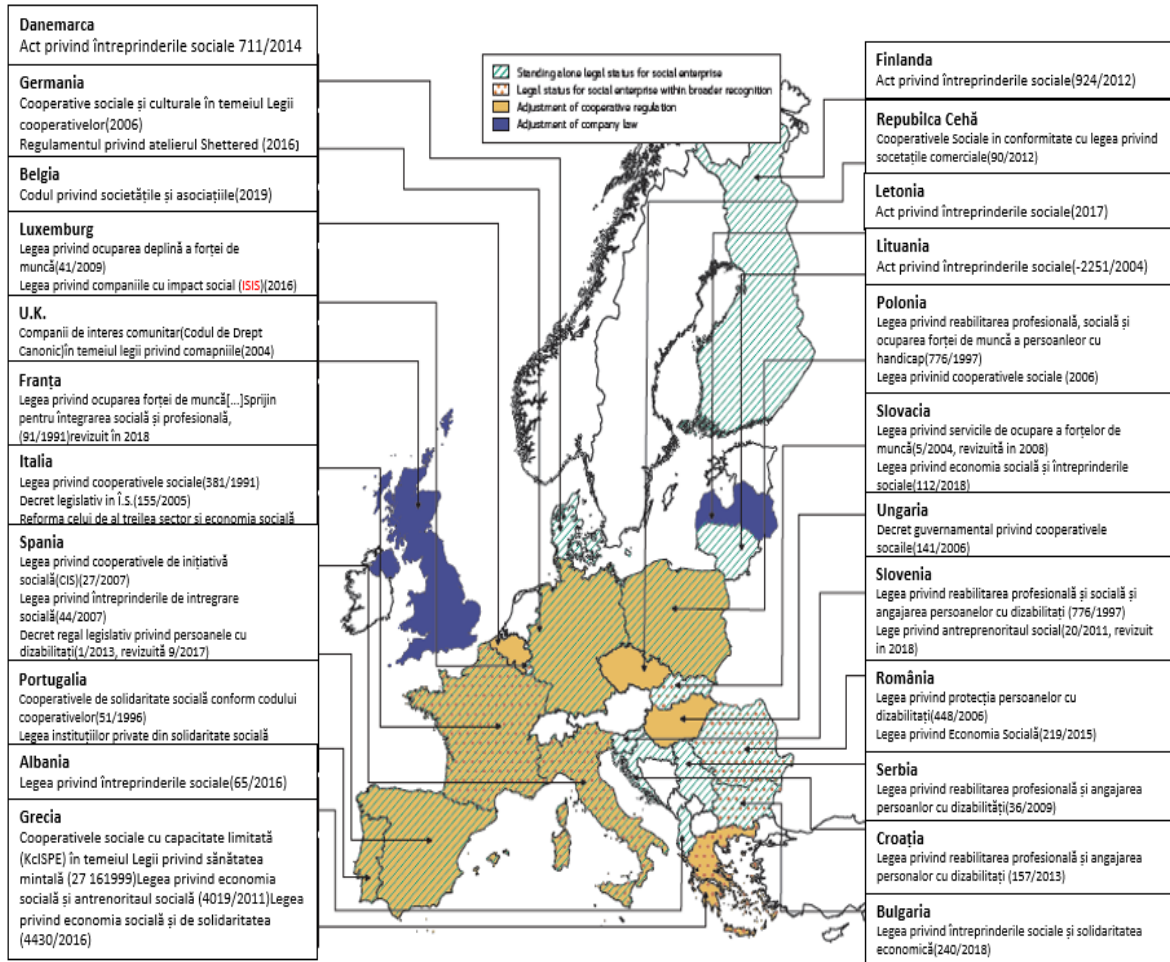
## 3.2 Cadru Legislativ

Recunoașterea juridică a întreprinderii sociale a fost esențială în sprijinirea dezvoltării întreprinderilor sociale la scară largă. Au fost urmate două căi principale, după cum este prezentat în următoarea hartă:

- ❖ Ajustarea reglementărilor existente: reglementări cooperative (de exemplu, Grecia, Italia și Portugalia) și legile societăților comerciale (ca în Letonia și Regatul Unit).
- ❖ Introducerea unui statut juridic/schemă de calificare/acreditare pentru întreprinderile sociale care să permită diferitelor entități juridice să se califice ca întreprindere socială și să desfășoare un set larg de activități de interes general sau în mod specific pentru a facilita integrarea în muncă. În unele cazuri, introducerea unui statut juridic a avut loc în cadrul unei recunoașteri mai largi a economiei sociale, a economiei sociale și solidare sau a celui de-al treilea sector (de exemplu, Franța, România și Slovacia).

Cu toate acestea, dezvoltarea întreprinderii sociale nu necesită neapărat adoptarea unei legislații specifice. Întreprinderile sociale se pot baza pe cadrele legale existente. Țări precum Austria, Estonia, Germania, Țările de Jos și Suedia au preferat să nu introducă o legislație specifică, totuși un număr semnificativ de întreprinderi sociale funcționează în aceste țări și situația continuă să se dezvolte (CE, 2020).

Figura 2.4 Demersuri legislative privind economia socială înregistrate în Europa (CE, 2020)



### 3.3 Sinergia dintre Economia Socială și Economia Circulară

Riscurile prezentate de degradarea în creștere a mediului, precum și de șocurile bruște legate schimbările climatice, cum ar fi inundațiile, incendiile și furtunile, exacerbează și mai mult inegalitățile socio-economice. Conform Sondajului Global de Percepție a Riscurilor pentru 2021 al Forumului Economic Mondial, eșecul guvernelor și întreprinderilor de a răspunde eficient amenințărilor create de schimbările climatice,



denumit și „eșecul acțiunii climatice”, a fost identificat ca fiind cel mai impactant risc global pe termen lung.

Ambiția actorilor din economia socială de a contribui la o tranziție durabilă, către o economie verde, oferă noi oportunități de a aborda provocările schimbărilor climatice. Economia socială facilitează, de asemenea, sinergiile dintre ODD și rezultatele pozitive asupra naturii de care planeta are nevoie urgentă până în 2030. Activitatea economică socială încurajează o perspectivă alternativă, în care mediul și societatea nu sunt văzute ca priorități concurente sau incompatibile (World Economic Forum, 2022).

Economia socială bazată pe valori recunoaște că imperativele economice, sociale și de mediu depind unele de altele și pot lucra împreună pentru a crea impacturi regenerative prin activitate economică durabilă. De exemplu, principiile de mediu ale economiei circulare completează impactul social și principiile de incluziune ale economiei sociale. De asemenea, actorii economiei sociale au jucat un rol cheie în creșterea practicilor de agricultură ecologică, precum și în utilizarea energiei regenerabile și în dezvoltarea locuințelor cu emisii scăzute de carbon.

Chiar dacă la nivel teoretic grija față de mediul înconjurător este clar conceptualizată, întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) sunt responsabile pentru aproximativ 60% din toate emisiile de dioxid de carbon și 70% din toată poluarea la nivel mondial. IMM-urile au adesea probleme majore în ceea ce privește cunoștințele și capacitățile tehnice limitate pentru a face față propriului impact negativ asupra mediului (Parker, Redmond & Simpson, 2009).

Preluând principiile economiei sociale, putem încuraja munca incluzivă și etică în economia circulară. Economia circulară are potențialul de a crea diferite tipuri de impact social pozitiv, inclusiv redistribuirea și îmbunătățirea oportunităților de muncă pentru indivizi cu o gamă largă de competențe. Cu toate acestea, fundamentele sociale ale economiei circulare rămân subexplorate în România și, ca urmare, nu există multe date statistice în acest sens.

Tabel 3.3 Cei 10R ai economiei circulare

Principiu	Descriere
R1- Refuzare	Refuzarea achiziționării de produse/servicii noi dacă nu sunt cu adevărat necesare sau nu pot fi înlocuite de unele existente deja.
R2- Regândire	Intensificarea utilizării produsului (de ex.: prin partajarea sau distribuirea lui).
R3- Reducere	Creșterea eficienței în producerea sau utilizarea produsului, consumând mai puține resurse naturale și materiale.
R4- Reutilizare	Operațiuni prin care produsele sau componentele care nu au devenit deșeuri sunt utilizate din nou, în același scop pentru care au fost concepute.
R5- Reparare	Întreținerea produsului defect, astfel încât acesta să poată fi utilizat cu funcția sa inițială.
R6- Refacere	Se referă la restaurarea unui produs vechi și actualizarea lui.
R7- Refabricare	Se referă la incorporarea unor părți ale produsului aruncat în alt produs cu aceeași funcție,
R8- Reorientare	Încorporarea produsului aruncat sau a unor părți din el într-un nou produs, cu funcție diferită.
R9- Reciclare	Orice operațiune de valorificare prin care deșeurile sunt transformate în produse, materiale sau substanțe pentru a-și îndeplini funcția lor inițială sau pentru alte scopuri,
R10- Recuperare	Incinerarea de materiale și recuperarea de energie.

Pentru a depăși provocările cu care ne confruntăm la nivel global, de la creșterea inegalității la pierderea rapidă a biodiversității, avem nevoie de schimbări sistemice majore și de o abordare nouă. Economia circulară integrată în economia socială oferă o

astfel de abordare. Modelele circulare de afaceri își propun să atingă un rezultat pe trei niveluri în rândul comunităților: crearea unui impact pozitiv asupra mediului, economic și social (figura 12). Acest fapt ne oferă o oportunitate de a redefini munca, a reechilibra puterea și a reimagina modul în care folosim și valorificăm resursele – inclusiv forța de muncă.

Circularitatea prezintă, de asemenea, oportunități de consolidare a economiilor locale din România și asigurarea de locuri de muncă. De exemplu, partajarea resurselor prin grupuri de lanțuri de valori în buclă închisă crește activitatea descentralizată. Activitățile descentralizate și luarea deciziilor formează sistemele de guvernanță mai aproape de comunități, iar prin aceasta, pot implica activ și extinde participarea la aceste procese. Spre exemplu, în Europa, întreprinderile sociale care oferă locuri de muncă ce implică activități de reutilizare au primit o denumire specială: Întreprinderi ECO-WISE. Din aceste considerente, economia circulară reprezintă instrument cheie pentru redresarea economică în urma pandemiei COVID-19, oferind o foaie de parcurs pentru a crea locuri de muncă circulare și durabile care pot ajuta comunitățile să devină mai reziliente.

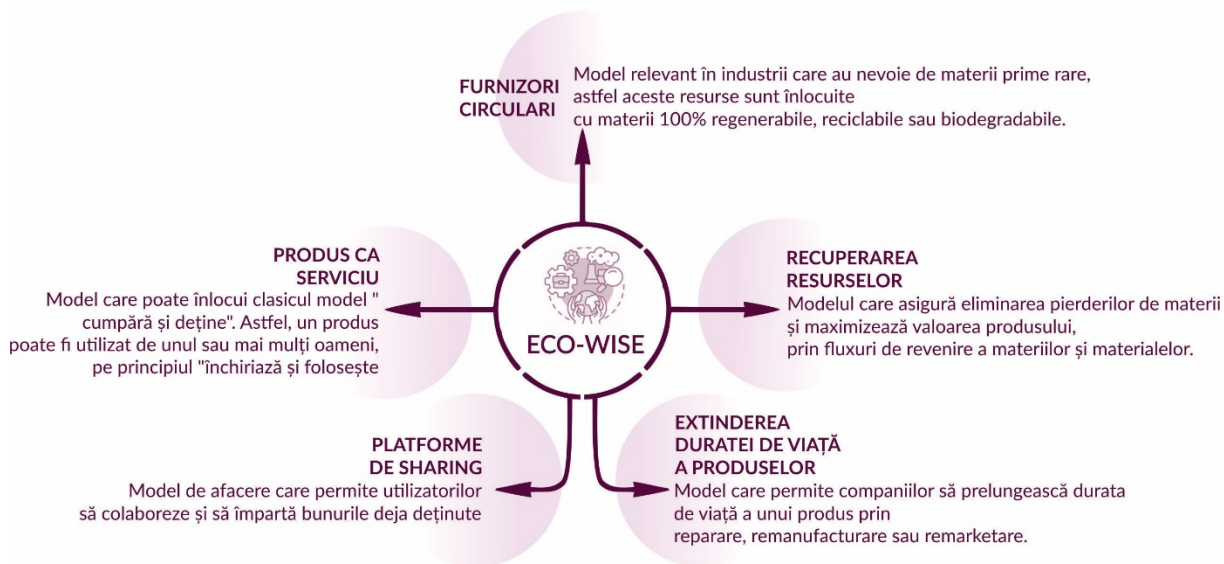


Figura 3.1 Modele de afaceri în economia circulară (ECOTIC, 2018)

Așadar, ambiția economiei sociale de a conduce o tranziție ecologică incluzivă rezonază din ce în ce mai mult cu tinerii care vor trebui să suporte costurile generațiilor prezente care trăiesc dincolo de mijloacele planetei. Generația justiției climatice împinge, din ce în ce mai mult, guvernele și liderii de afaceri să creeze un viitor construit pe principiile solidarității, egalității și respectului pentru mediu. Astfel, este vital să inspirăm tinerii cu viziunea economiei sociale și să îi dotăm cu cunoștințele, abilitățile tehnice și calitățile de conducere necesare pentru a conduce acest sector înainte (World Economic Forum, 2022).

## 4. ECOSISTEMUL ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE ÎN ROMÂNIA

### 4.1 Caracteristici generale

Ecosistemul specific întreprinderilor sociale din România înglobează o varietate de actori, atât publici, cât și privați. Ca urmare a interacțiunii lor, politicile publice care vizează întreprinderile sociale din România sunt limitate la recunoaștere și le lipsește coerența și viziunea strategică. Factorii de decizie publici par să înțeleagă întreprinderile sociale ca vehicule pentru integrarea în muncă a grupurilor vulnerabile și a actorilor cu roluri marginale în cadrul sistemului de asistență socială. Finanțarea publică pentru dezvoltarea întreprinderilor sociale este limitată în principal la finanțarea UE, concentrându-se mult pe inițiativele de înființare. Sistemul de achiziții publice recent reformat are numeroase probleme în implementarea instrumentelor politice moderne care vizează stimularea activităților întreprinderilor sociale (Lambriu & Petrescu, 2016, 2019).

Instituțiile de cercetare și educație au jucat un rol instrumental în diseminarea conceptului de întreprindere socială, împreună cu exemple de bune practici în politici și management. Deși foarte fragilă, prezența acestor instituții a avut un impact asupra construirii unei noi categorii de profesioniști care lucrează în sau cu întreprinderi sociale, construind o bază de cunoștințe despre sectorul întreprinderilor sociale și caracteristicile sale.

România generează, de asemenea, o comunitate dinamică de rețele și coaliții implicate în calitate de antreprenori politici sau participanți activi la toate activitățile de advocacy care vizează promovarea unui cadru politic favorabil întreprinderilor sociale. Cei mai relevanți stakeholderi la nivelul României sunt prezentați sumativ în cele ce urmează (Lambriu & Petrescu, 2018):

- ❖ **Entități guvernamentale:** Ministerul Muncii și Protecției Sociale și Agențiile și instituțiile descentralizate, Ministerul Fondurilor Europene și Ministerul Economiei iau majoritatea deciziilor în sectorul economiei sociale. Ministerul Muncii și Justiției Sociale, prin Departamentul de Incluziune Socială / Politici ale Serviciilor Sociale, a contribuit la proiectarea legislației în domeniul economiei sociale. Departamentul „Politici privind ocuparea forței de muncă, competențe și mobilitate profesională” și Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă (ambele sub coordonarea Ministerului Muncii și Justiției Sociale) au contribuit, de asemenea, la implementarea legii economiei sociale.
- ❖ **Institute de cercetare:** Datorită finanțării europene, interesul pentru cercetare în sectorul economiei sociale continuă să crească, așa cum se vede cu noile cursuri academice și programe de formare specializată. Cercetările în acest domeniu emergent au contribuit la construirea de informații / cunoștințe relevante, structurate și fiabile despre sectorul economiei sociale, inclusiv dinamica întreprinderilor sociale.
- ❖ **Organizații reprezentative, rețele și centre de sprijin reciproc:** Pentru a stimula promovarea politicilor, organizații reprezentative puternice, rețele și centre de resurse oferă o voce importantă întreprinderilor sociale, identificând nevoile specifice și pledând pentru schimbare. Aceste organizații și rețele reprezentative s-au mobilizat în timpul procesului de instituționalizare a întreprinderilor sociale. Cu toate acestea, rolul lor potențial în dezvoltarea întreprinderii sociale rămâne departe de a fi pe deplin dezvoltat.
- ❖ **Uniunea Europeană:** UE reprezintă un actor important, deoarece finanțarea sa a creat un mediu mai favorabil pentru sectorul economiei sociale. Mai mult, oferă o sursă importantă pentru dezvoltarea întreprinderilor sociale. Începând din 2007, subvențiile acordate inițiativelor de înființare a întreprinderilor sociale (finanțate din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane) au fost cel mai important sprijin financiar pentru aceste organizații.

- ❖ **Mediu de afaceri:** În ceea ce privește finanțarea, programele de responsabilitate socială corporativă (CSR) ale multor corporații reprezintă o sursă modestă pentru întreprinderile sociale, deoarece acestea se concentrează în principal pe finanțarea proiectelor de antreprenoriat social.

În vederea consolidării ecosistemului de întreprinderi sociale din România, Institutul pentru Cercetări în Economie Circulară și Mediu „Ernest Lupan” – IRCEM în parteneriat cu S.C. ProXpert Consulting S.R.L. a creat Platforma întreprinderilor sociale ASIST, Aceasta este alcătuită din voluntari, antreprenori sociali, întreprinderi sociale, întreprinderi sociale de inserție, cooperative, case de ajutor reciproc, organizații comunitare, instituții locale, instituții naționale și rezidenți care doresc să beneficieze de avantajele comunității pentru a îmbunătăți viața tuturor oamenilor din regiunile în care aceste afaceri sociale activează.

Figura 4.1 Elementele platformei



## Misiunea platformei constă în:

- ❖ Conectarea antreprenorilor sociali/întreprinderilor sociale prin intermediul platformei la cumpărători și furnizori orientați spre scop social pentru a construi relații de afaceri care generează beneficii sociale pentru comunitățile din întreaga țară;
- ❖ Sprijinirea integrării afacerilor sociale în comunitatea în care activează;
- ❖ Sprijinirea întreprinderilor sociale prin oferirea de servicii de consiliere, mentorat, dezvoltarea de politici publice și alte resurse necesare unei bune funcționări a acestora;
- ❖ Partajarea resurselor dinspre antreprenorii sociali ofertanți/beneficiari către toți membrii platformei;
- ❖ Sprijinirea certificării sociale la nivelul întreprinderilor sociale din rețea, pentru a deschide ușa rețelei noastre în creștere de cumpărători sociali;
- ❖ Dezvoltarea de posibile programe pe tema economiei sociale și circulare, prin inițierea de conferințe, seminarii comune, a unor cercetări și publicații comune etc.

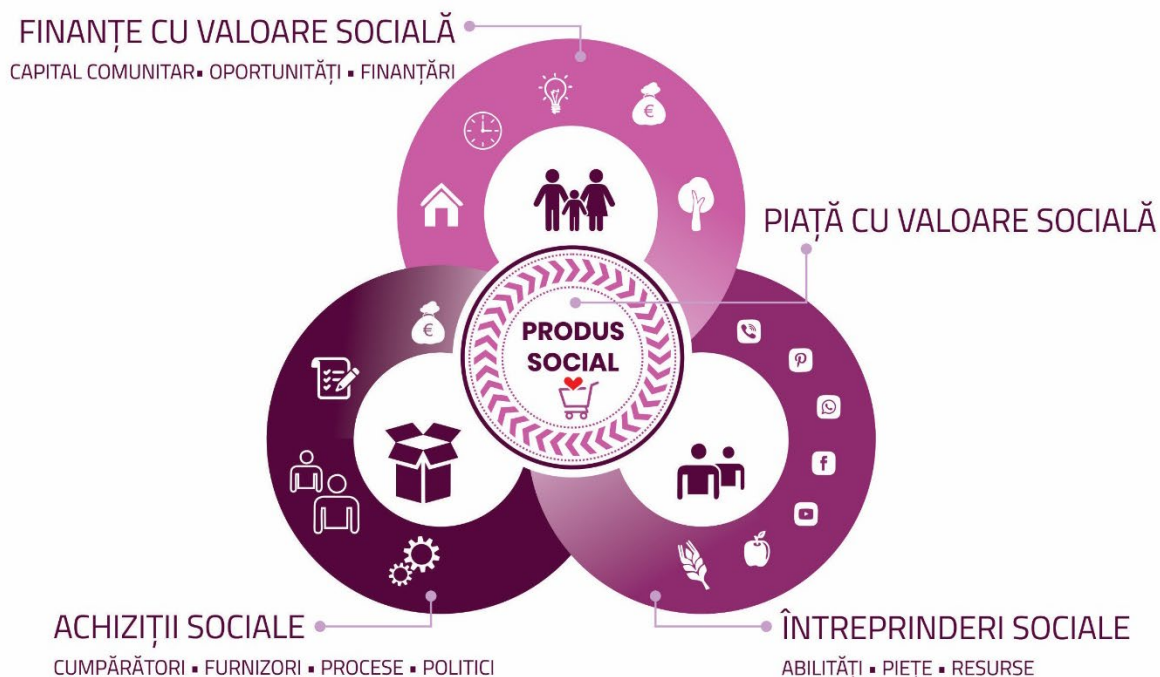


Figura 4.2 Beneficiile create de platformă în comunitate



## 4.2 Dimensiunea întreprinderilor sociale în România

Conform registrului unic național al întreprinderilor sociale furnizat de ANOFM, numărul întreprinderilor sociale este în continuă ascensiune, începând cu anul 2016, primul an de raportare (figura 4.3). Trendul ascendent a început să fie tot mai evident începând cu anul 2020, an care coincide cu activitatea intensă a liniilor de finanțare și programelor special dedicate întreprinderilor sociale. Astfel, dacă în anul 2020 numărul întreprinderilor sociale era de 519, în anul 2021 numărul a crescut de aproape 4 ori, ajungând la 1967 de întreprinderi sociale atestate. Până în anul 2022, luna august, conform ultimei variante al registrului furnizat de ANOFM exista un total de **2682** de întreprinderi.

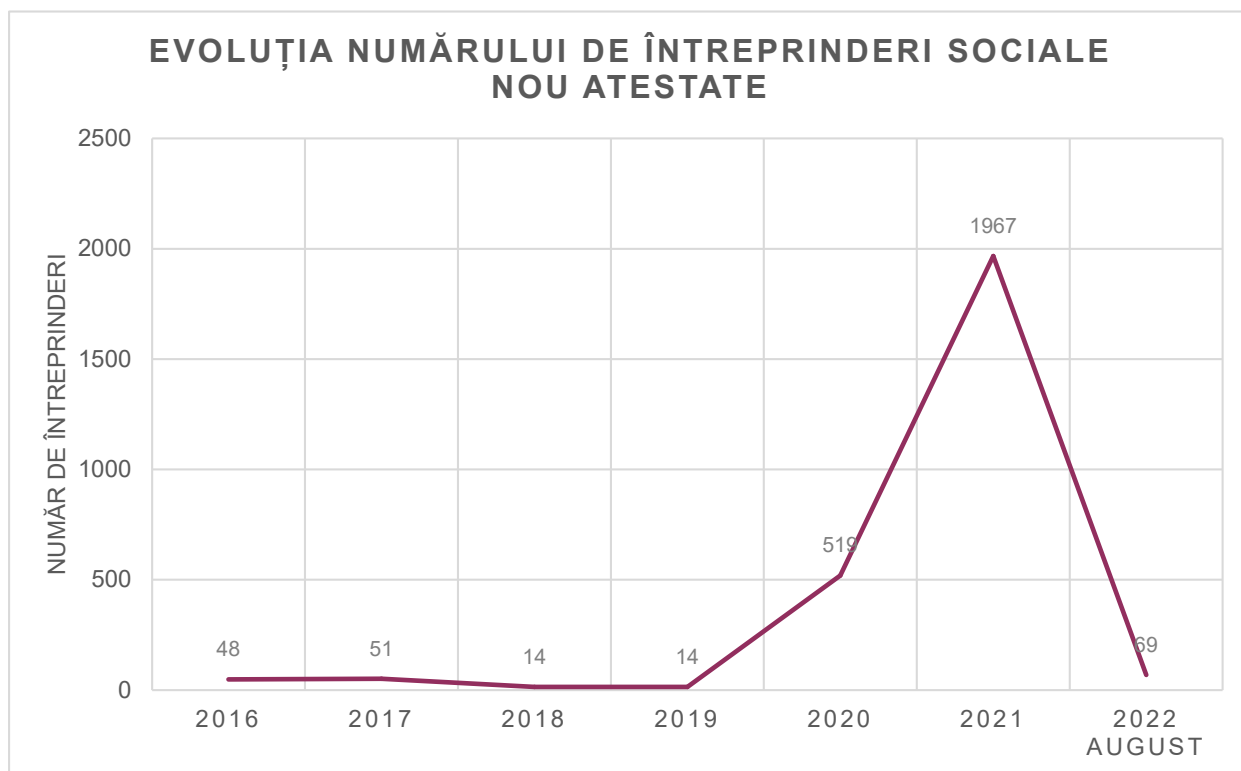


Figura 4.3 Evoluția numărului de întreprinderi atestate în România (ANOFM, 2022)

În ceea ce privește forma juridică a întreprinderilor sociale din România, majoritatea (2384) sunt înregistrate în prezent ca alte categorii de întreprinderi juridice (figura 4.4).

Un număr de 269 de organizații figurează ca asociații. Tabloul complet poate fi vizualizat în figura 4.3

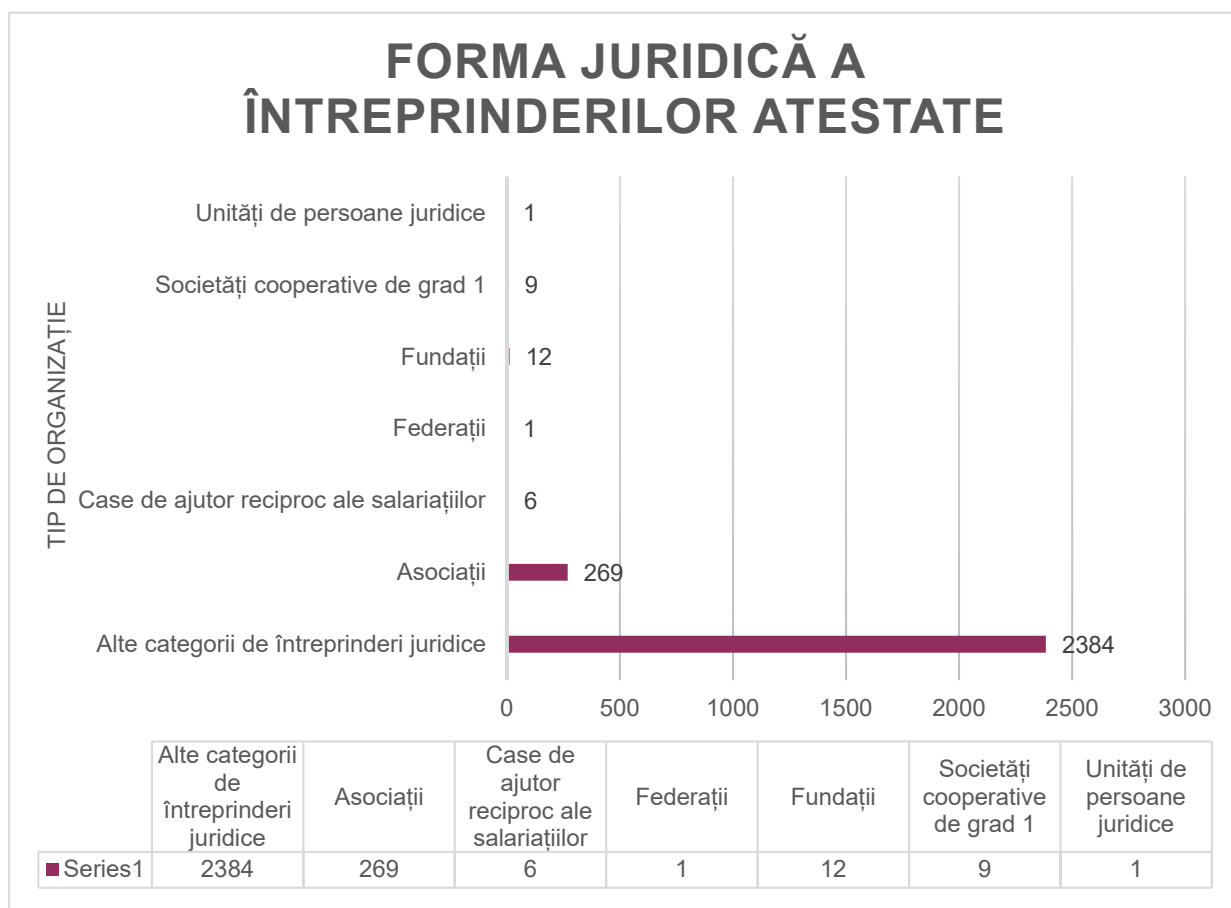


Figura 4.4 Distribuția organizațiilor de economie socială în funcție de organizarea juridică (ANOFM, 2022)

Figura 4.5 prezintă situația numărului de întreprinderi în funcție de județul în care acestea sunt înregistrate, raportate la luna august, 2022. Astfel, putem observa că județul fruntaș este Alba, cu un număr total de 320 de întreprinderi sociale. Maramureș este prezent pe hartă cu 168 de întreprinderi sociale, iar Clujul cu 192. La polul opus, regăsim județele Harghita – 8, Bistrița Năsăud – 7 și Municipiul București – 6.

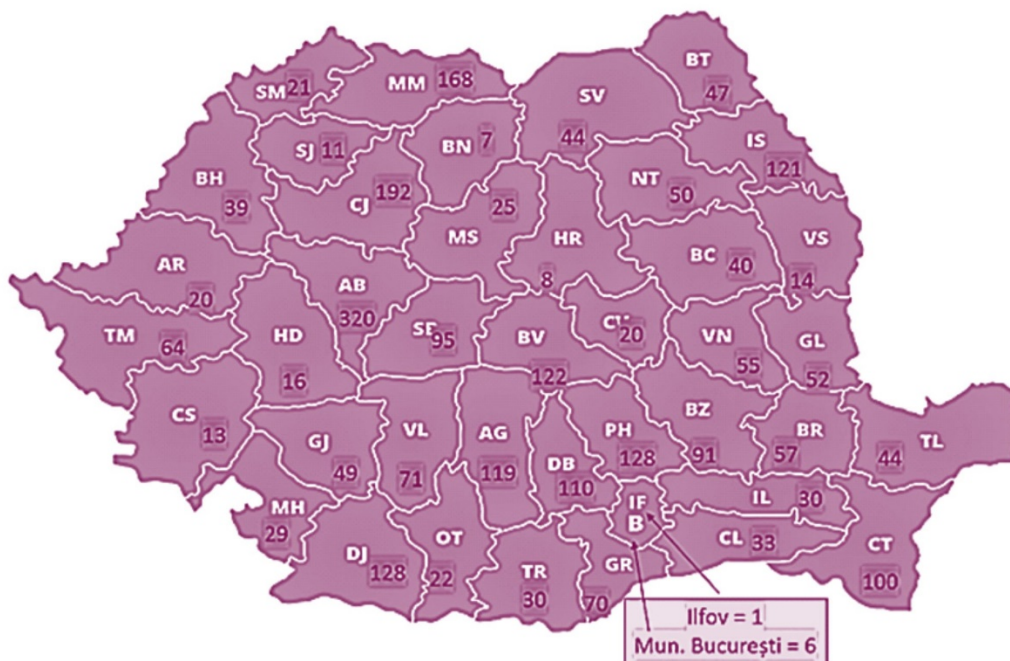


Figura 4.5 Distribuția organizațiilor de economie socială în funcție de județ

## 4.3 Forme de organizare

O mare parte dintre structurile economiei sociale își desfășoară activitatea ca organizații non-guvernamentale: asociații, fundații, societăți cooperative, case de ajutor reciproc etc. Legislația în vigoare care reglementează statutul acestor organizații este următoarea:

- ✓ ORDONANȚA nr. 26 din 30 ianuarie 2000 cu privire la asociații și fundații actualizată la data de 24 martie 2010;
- ✓ LEGEA nr. 246 din 18 iulie 2005 pentru aprobarea Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații;
- ✓ LEGE nr. 1 din 21 februarie 2005 privind organizarea și funcționarea cooperăției;
- ✓ LEGEA nr. 122 din 1996 privind regimul juridic al caselor de ajutor reciproc ale salariaților și al uniunilor acestora republicată la 22 aprilie 2009;
- ✓ LEGEA nr. 540 din 27 septembrie 2002 privind casele de ajutor reciproc ale pensionarilor.

De altfel, față de prevederile legale privind statutul juridic, aceste forme de organizare trebuie să respecte condițiile prevăzute de LEGEA nr. 162219 din 23 iulie 2015 privind economia socială aplicată prin HG nr. 585 din 2016 și să obțină un atestat de întreprindere socială care să dovedească respectarea definiției și principiilor economiei sociale. În plus, o întreprindere socială poate obține marca socială care certifică statutul de întreprindere socială de inserție.

Guvernul a aprobat o **Ordonanță de urgență pentru modificarea și completarea Legii nr.219/2015** privind economia socială, cu scopul de a crea un mediu favorabil de dezvoltare a acestui sector, având în vedere că întreprinderile sociale oferă un răspuns adaptat unor probleme sociale complexe. Actul normativ aprobat de Guvern stipulează dezvoltarea acestui sector prin îmbunătățirea ecosistemului de funcționare, reglementarea cadrului strategic de dezvoltare, crearea de facilități fiscale și non-fiscale și prin promovarea ca al treilea sector între public și privat cu o dinamică relativ proprie.

Una dintre modificări dă posibilitatea adaptării domeniului economiei sociale la toate categoriile de entități care se pot atesta ca întreprindere socială, prin includerea în definirea acestui sector a termenului „incluziune socială” și prin completarea prevederii privind distribuirea limitată a profitului sau „excedentului” către asociați sau membri (Ministerul Muncii, 2022).

## Asociațiile și fundațiile

---

Asociațiile și fundațiile sunt reglementate de Ordonanța nr. 26 din 30 ianuarie 2000 aprobată prin Legea nr. 246 din 18 iulie 2005. Ordonanța a fost actualizată ultima dată în anul 2010.

Asociația este definită ca „subiect de drept constituit de trei sau mai multe persoane care, pe baza unei înțelegeri, pun în comun și fără drept de restituire contribuția materială, cunoștințele sau aportul lor în muncă pentru realizarea unor activități în interes general, al unor colectivități sau, după caz, în interesul lor personal nepatrimonial”.

Fundația reprezintă „subiectul de drept înființat de una sau mai multe persoane care, pe baza unui act juridic între vii ori pentru cauză de moarte, constituie un patrimoniu afectat, în mod permanent și irevocabil, realizării unui scop de interes general sau după caz, al unor colectivități.

## Societăți cooperative

---

Cooperația este un sector specific al economiei care își desfășoară activitatea prin societăți cooperative și alte forme de asociere a acestora la nivel local și național. Legea nr. 1 din 2005 privind organizarea și funcționarea cooperației definește societatea cooperativă ca „o asociație autonomă de persoane fizice și/sau juridice, după caz, constituită pe baza consimțământului liber exprimat de acestea, în scopul promovării intereselor economice, sociale și culturale ale membrilor cooperatori, fiind deținută în comun și controlată democratic de către membrii săi, în conformitate cu principiile cooperatiste”.

Societățile cooperative sunt agenți economici cu capital privat constituiți pe baza liberului consimțământ, sunt deschise tuturor persoanelor capabile să utilizeze serviciile lor și care sunt de acord să își asume responsabilitățile calității de membru cooperativ, fără nici un fel de discriminare pe criterii de naționalitate, origine etnică, religie, apartenență politică, origine socială sau sex. Societățile cooperative sunt gestionate de către membrii cooperatori care participă la stabilirea politicilor și adoptarea deciziilor. Membrii contribuie în mod echitabil la constituirea proprietății societății cooperative, exercitând asupra acesteia un control democratic.

Acestea se împart în (Legea nr. 1, 2005):

- ❖ Societăți cooperative de gradul 1 – persoană juridică constituită de persoane fizice și înregistrată în conformitate cu legea nr. 1 din 2005;
- ❖ Societăți cooperative de gradul 2 – persoană juridică constituită din societăți cooperative de gradul 1, în majoritate, și alte persoane fizice sau juridice, în scopul integrării pe orizontală sau pe verticală a activității economice desfășurate de acestea.

## Casele de ajutor reciproc

---

Casele de ajutor reciproc sunt înființate, organizate și funcționează în baza prevederilor referitoare la asociații din Ordonanța Guvernului nr.26 din 2000 cu privire la asociații și fundații. Acestea pot lua două forme de organizare:

a. Casele de ajutor reciproc ale salariaților, potrivit legii nr. 122 din 1996 republicată la data de 20 aprilie 2009, sunt „asociații fără scop patrimonial, organizate pe baza liberului consimțământ al salariaților, în vederea sprijinirii și întrajutorării financiare a membrilor lor”. Obiectul de activitate al acestora îl constituie acordarea de împrumuturi cu dobândă către membrii acestora pe baza unor contracte de împrumut încheiate în formă scrisă.

b) Casele de ajutor reciproc ale pensionarilor sunt definite de Legea nr. 540 din 2002 ca „organizații cu caracter civic, persoane juridice de drept privat cu caracter nepatrimonial, neguvernamentale, apolitice, cu scop de caritate, de întrajutorare mutuală și asistență socială”. În mod obișnuit, casele de ajutor reciproc se constituie pe zone teritoriale și pot fi formate din următoarele categorii de persoane: pensionari, beneficiari de ajutor social și membrii de familie – soț, soție, precum și copiii majori incapabili de muncă, aflați în întreținerea pensionarilor sau a beneficiarilor de ajutor social – membri ai respectivei case de ajutor reciproc a pensionarilor.

## Întreprinderile sociale

---

Legea privind economia socială a intrat în vigoare în luna august, anul 2015. Aceasta permite asociațiilor, fundațiilor, caselor de ajutor reciproc și cooperativelor de credit să devină întreprinderi sociale și întreprinderi sociale de integrare – implicate în crearea de locuri de muncă pentru grupurile vulnerabile. Legea prevede criterii clare privind funcționarea întreprinderilor sociale asigurând direcționarea adecvată a subvențiilor și fondurilor publice de către astfel de entități. Aceste criterii includ alocarea a cel puțin 90% din profit către un obiectiv social, publicarea de rapoarte anuale, menținerea unui raport de cel mult 1 la 8 între nivelul salarial practicat în întreprindere (USAID, 2016).

# 5. STUDIU PRIVIND DINAMICA SECTORULUI ECONOMIEI SOCIALE POST-COVID

## 5.1 Metodologia de cercetare

Colectarea datelor a fost efectuată prin platforma e-survey, întreprinderile sociale fiind contactate prin e-mail sau telefonic pentru a le fi prezentat studiul și solicitată participarea. Datele de contact au fost identificate în registrul unic al asociațiilor făcut public online. Un total de n=536 de indivizi (reprezentanți de întreprindere socială) au completat inițial chestionarul. După curățarea bazei de date a rămas un eșantion final de n=514 respondenți. Toate datele de la participanții care au prezentat următoarele criterii au fost evaluate, iar după caz, eliminate:

- ❖ Răspunsuri care răspund la mai puțin de 70% din chestionar au fost eliminate;
- ❖ Organizații aflate în stadiul de idee, care nu fuseseră fondate încă, adică nu aveau încă o formă juridică la completarea sondajului, au fost eliminate;
- ❖ Observațiile care au fost identificate ca date duplicat au fost eliminate de asemenea.

## 5.2 Profilul general al respondenților

### Funcția respondentului în cadrul organizației

---

Un procent de 87% dintre respondenți declară că sunt administratorii organizației sociale, iar 9% se declară reprezentatul legal. Procentul ridicat conferit de prezența administratorilor organizațiilor oferă astfel o mai mare validitate răspunsurilor confirmate.

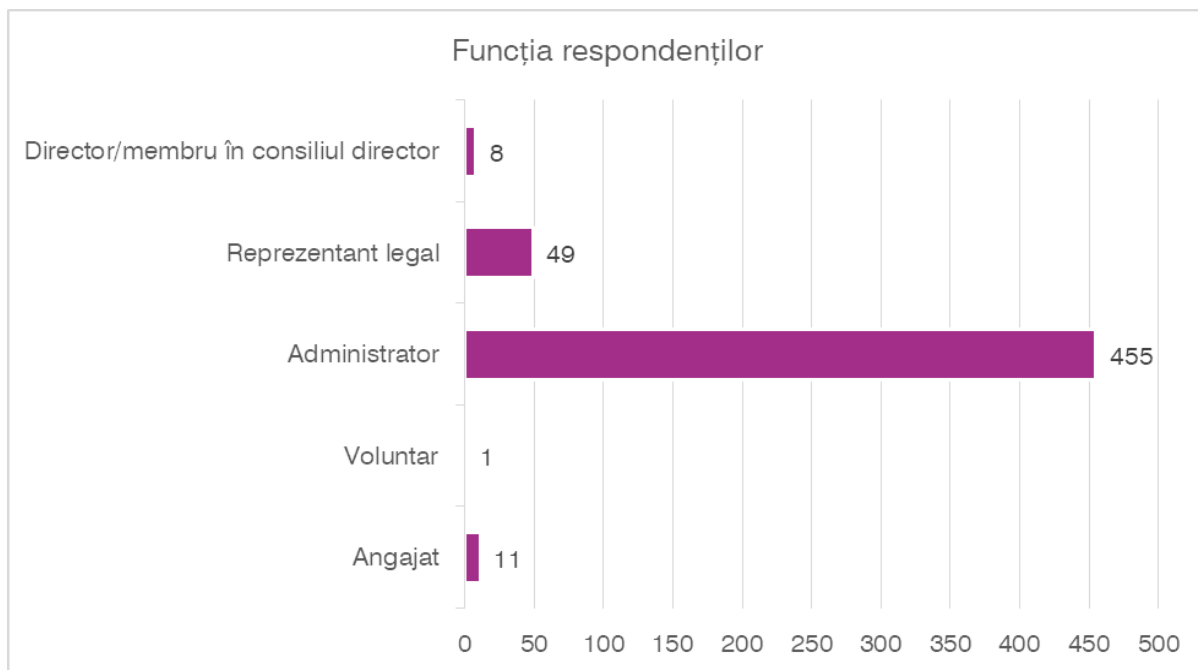


Figura 5.1 Funcția respondenților

## Anul de înființare a organizației

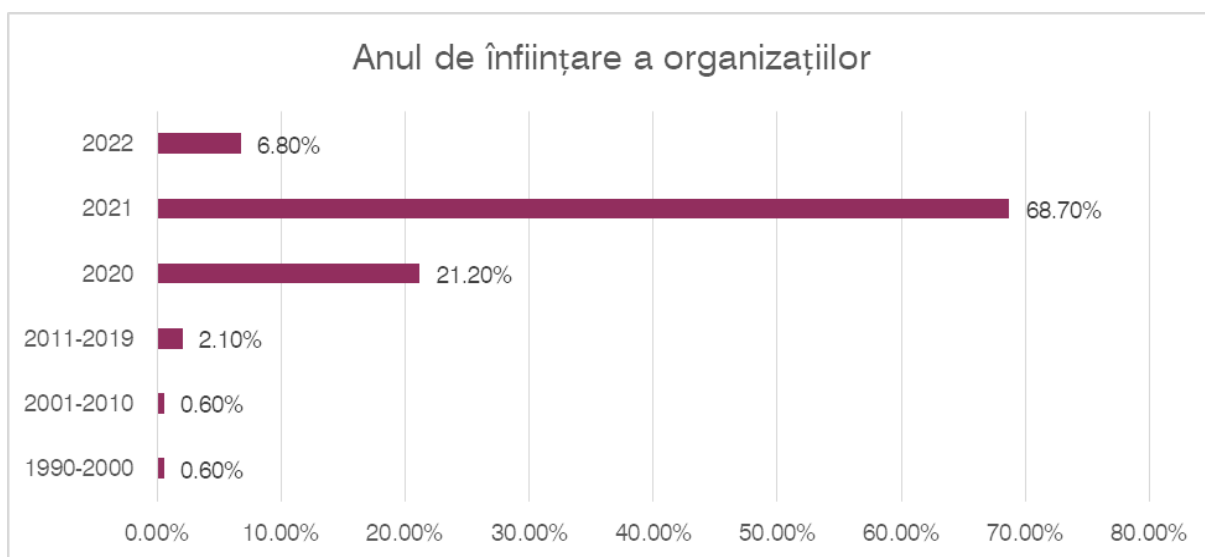


Figura 5.2 Anul înființării organizațiilor



## Numărul de angajați

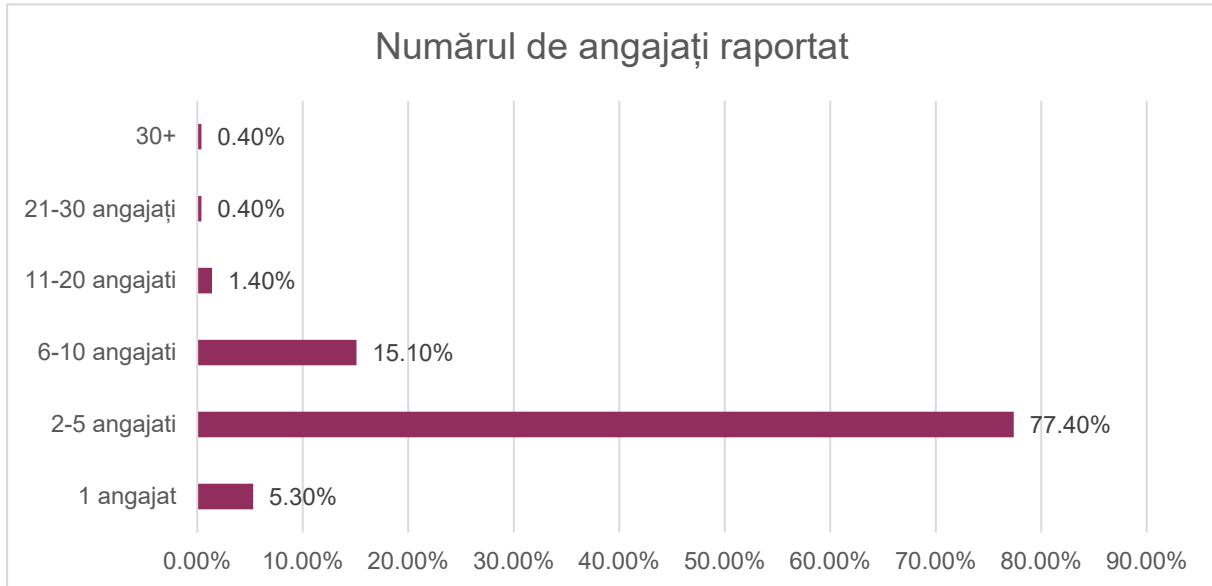


Figura 5.3 Numărul de angajați declarat

## Regiunea de rezidență

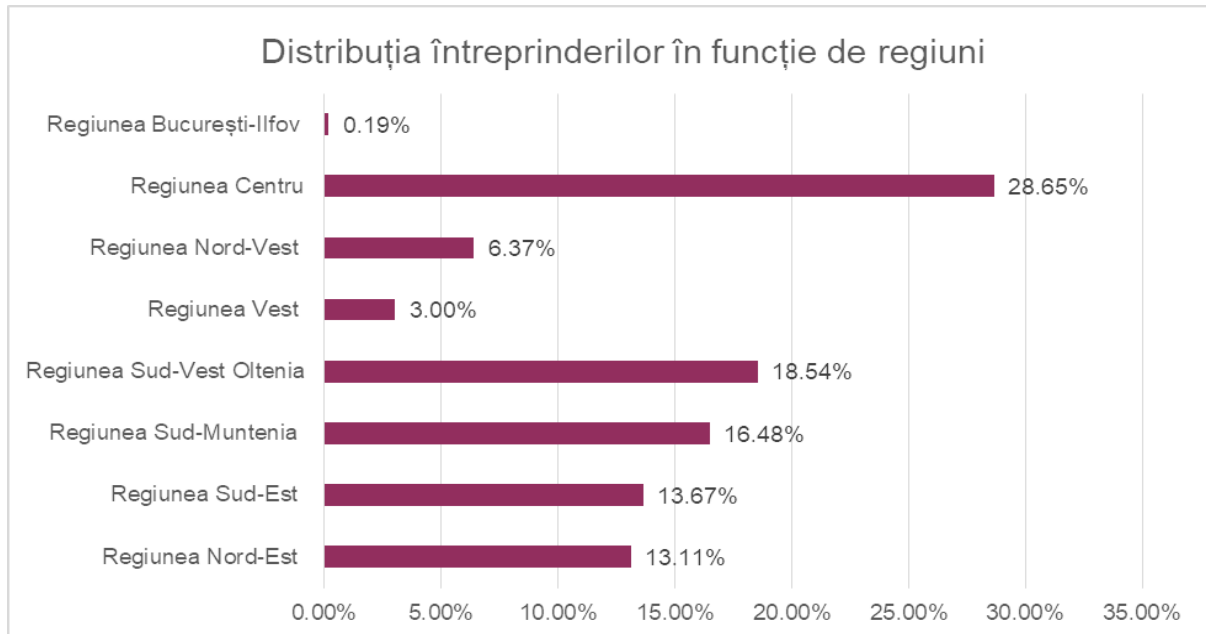


Figura 5.4 Regiunea de rezidență declarată

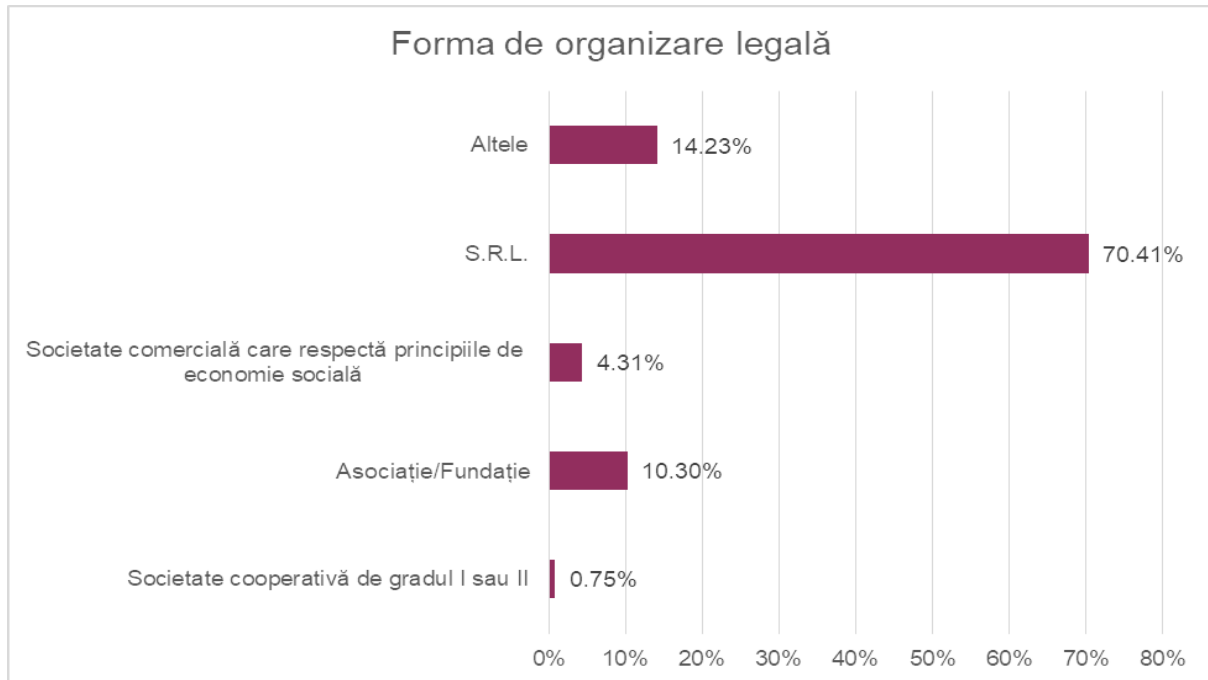


Figura 5.5 Forma de organizare legală

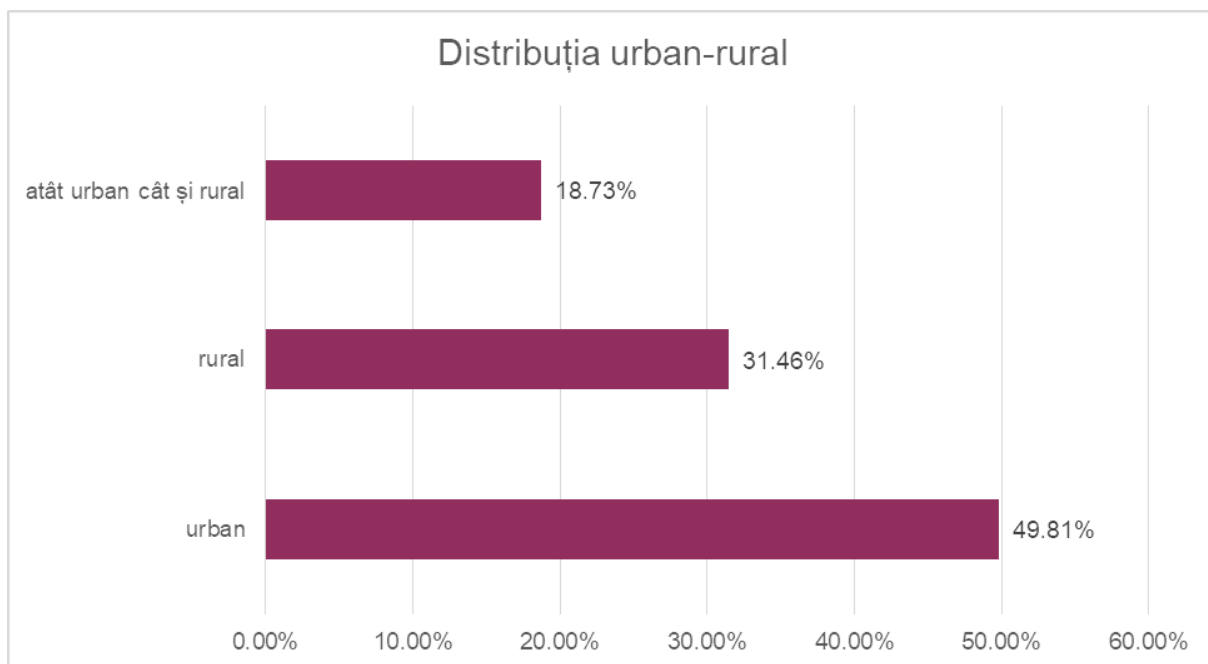


Figura 5.6 Distribuția în funcție de mediul de acțiune

### Sumarizarea datelor cheie:

- ✓ 87% dintre respondenții chestionați sunt administratorii afacerii;
- ✓ Cele mai multe organizații au fost înființate în anul 2021 (68.7%), an care corespunde cu activitatea intensă a programului POCU;
- ✓ Cele mai multe organizații au raportat un număr de 2-5 angajați, date ce confirmă dimensiunea redusă a acestora la nivel național;
- ✓ Distribuția organizațiilor în funcție de regiunea în care își desfășoară activitatea este neuniformă, existând o reprezentare mai ridicată în cazul regiunilor Sud-Vest Oltenia (18.54%) și Regiunii Sud-Muntenia (16.48%);
- ✓ 70 % dintre organizațiile chestionate sunt organizate ca SRL;
- ✓ 49% dintre întreprinderi acționează în mediul urban.

## 5.3. Scopul organizațiilor de economie socială

### Persoane deservite

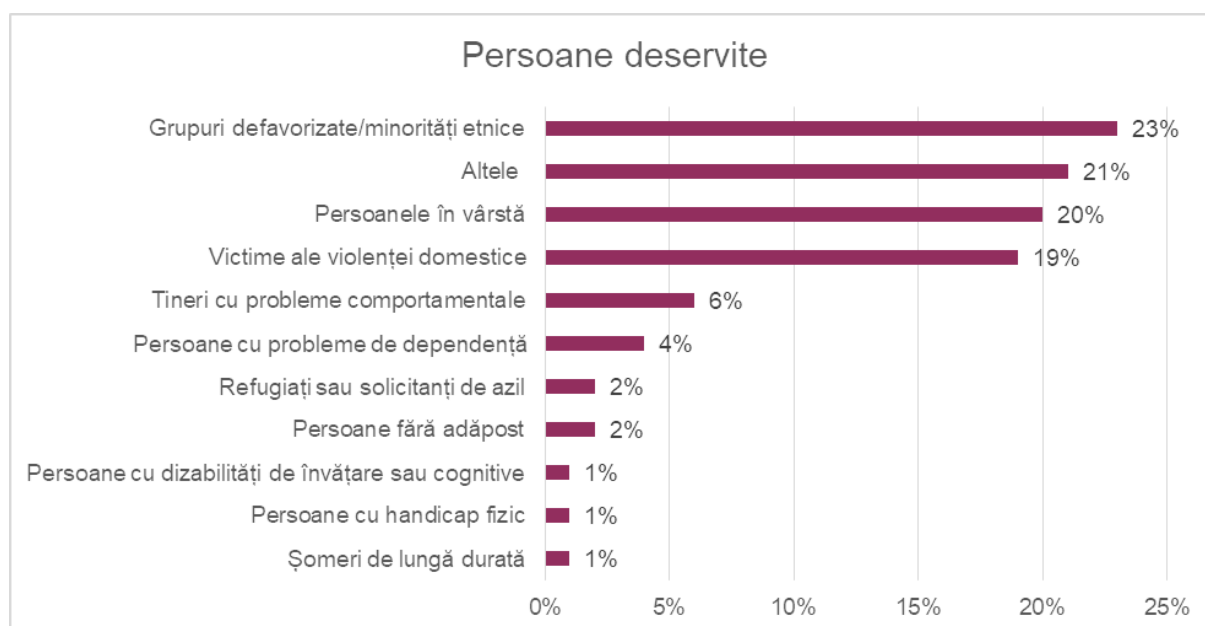


Figura 5.7 Persoane deservite de organizațiile de economie socială

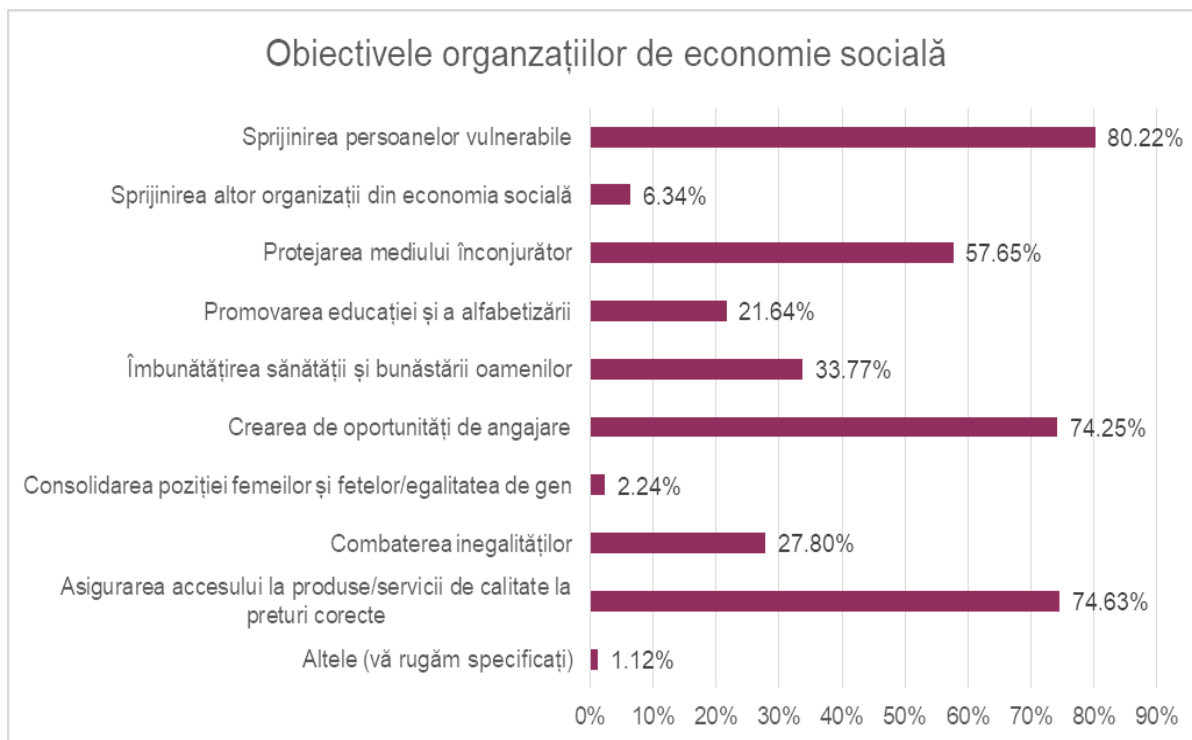


Figura 5.8 Obiective declarate

#### Sumarizarea datelor cheie:

- ✓ 23% dintre organizații deservește grupuri defavorizate/minorități etnice prin activitatea lor;
- ✓ 20% dintre organizații au ca grup țintă persoanele în vârstă;
- ✓ Mai mult de 80% dintre organizații au ca unul dintre obiectivele declarate sprijinirea persoanelor vulnerabile (întrebarea a permis selectarea mai multor variante de răspuns, întrucât în practică adesea întreprinderile sociale au mai multe obiective);
- ✓ De asemenea, un procent de 74% au declarat ca obiective asigurarea accesului la produse servicii de calitate, respectiv crearea de oportunități de angajare.

## 5.4 Utilizarea resurselor financiare

### Utilizarea profitului în cadrul organizațiilor de economie socială



Figura 5.9 Modalități de utilizare a profitului

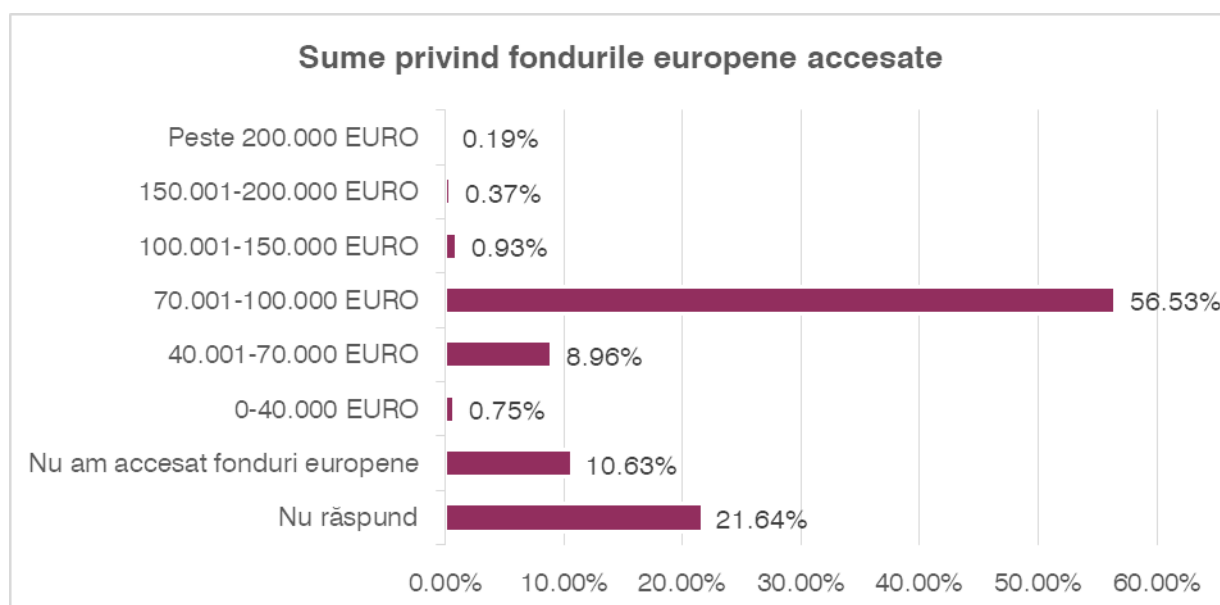


Figura 5.10 Situație privind fondurile europene accesate

**Sumarizarea datelor cheie:**

- ✓ 43% dintre organizații aleg să își folosească profitul pentru a dona către alte organizații caritabile, de tip non profit;
- ✓ 42% dintre organizații aleg să își folosească profitul pentru a investi în infrastructura afacerii;
- ✓ 56% dintre organizații au accesat fonduri europene în valoare de 70.001-100.000 euro;
- ✓ 10% din eșantionul total de organizații au declarat că nu au accesat niciodată fonduri europene pentru a-și finanța afacerea.

## 5.5 Măsuri pentru protecția mediului și tranziția către o economie circulară

### Reducerea amprentei de Carbon

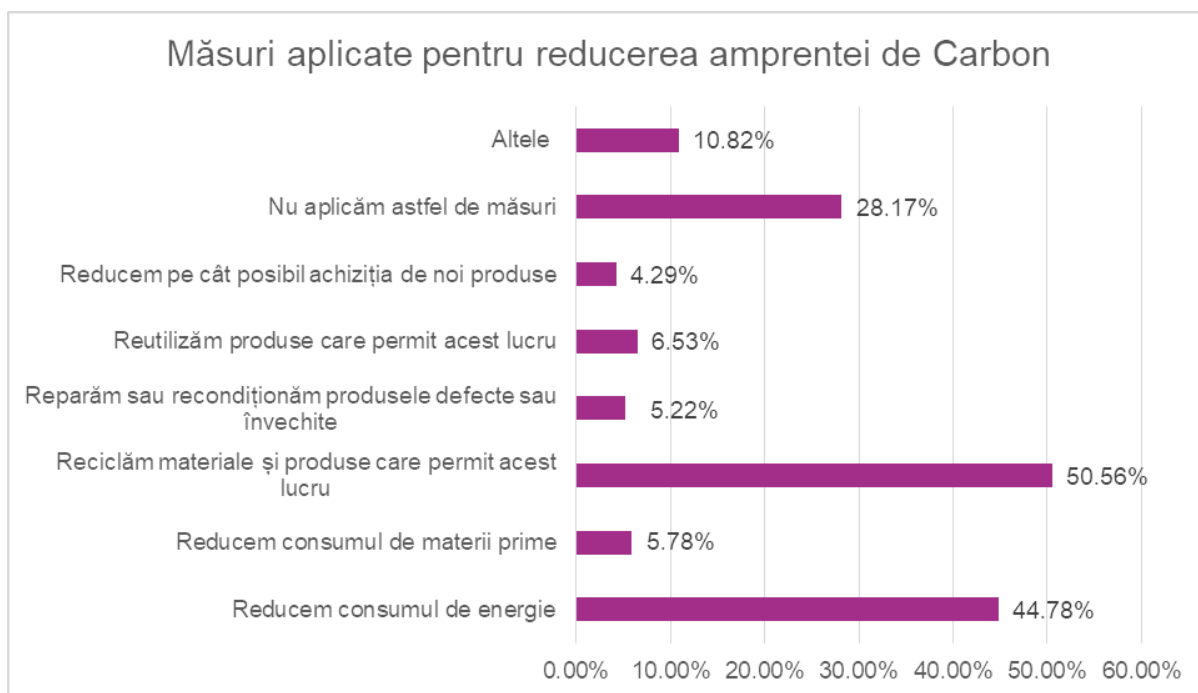


Figura 5.11 Măsuri aplicate pentru reducerea amprentei de carbon

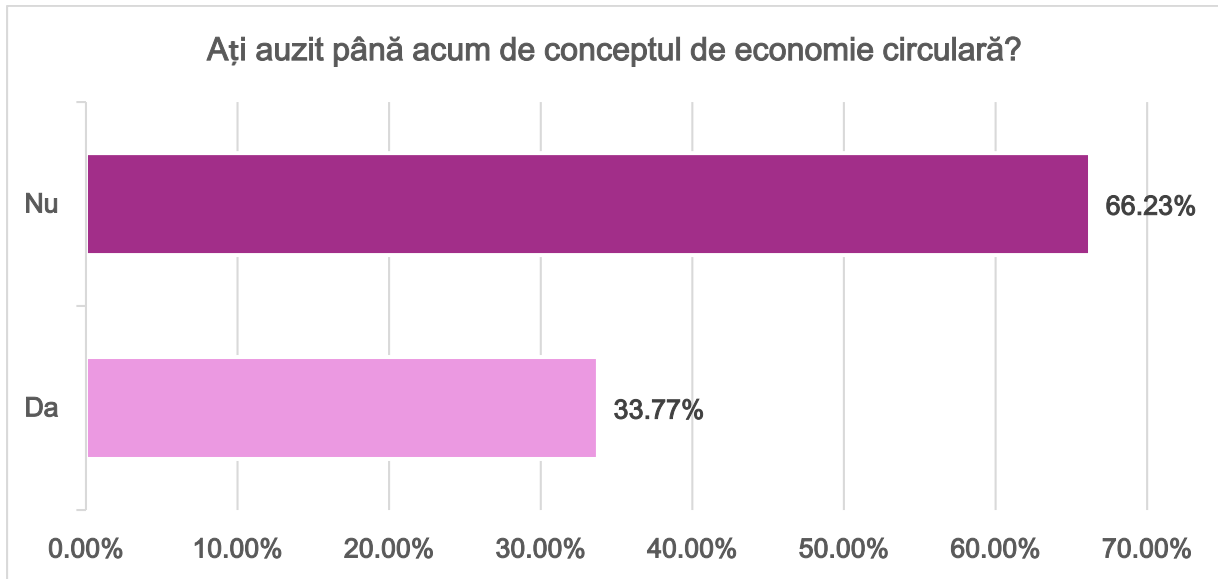


Figura 5.12 Conștientizarea conceptului de economie circulară

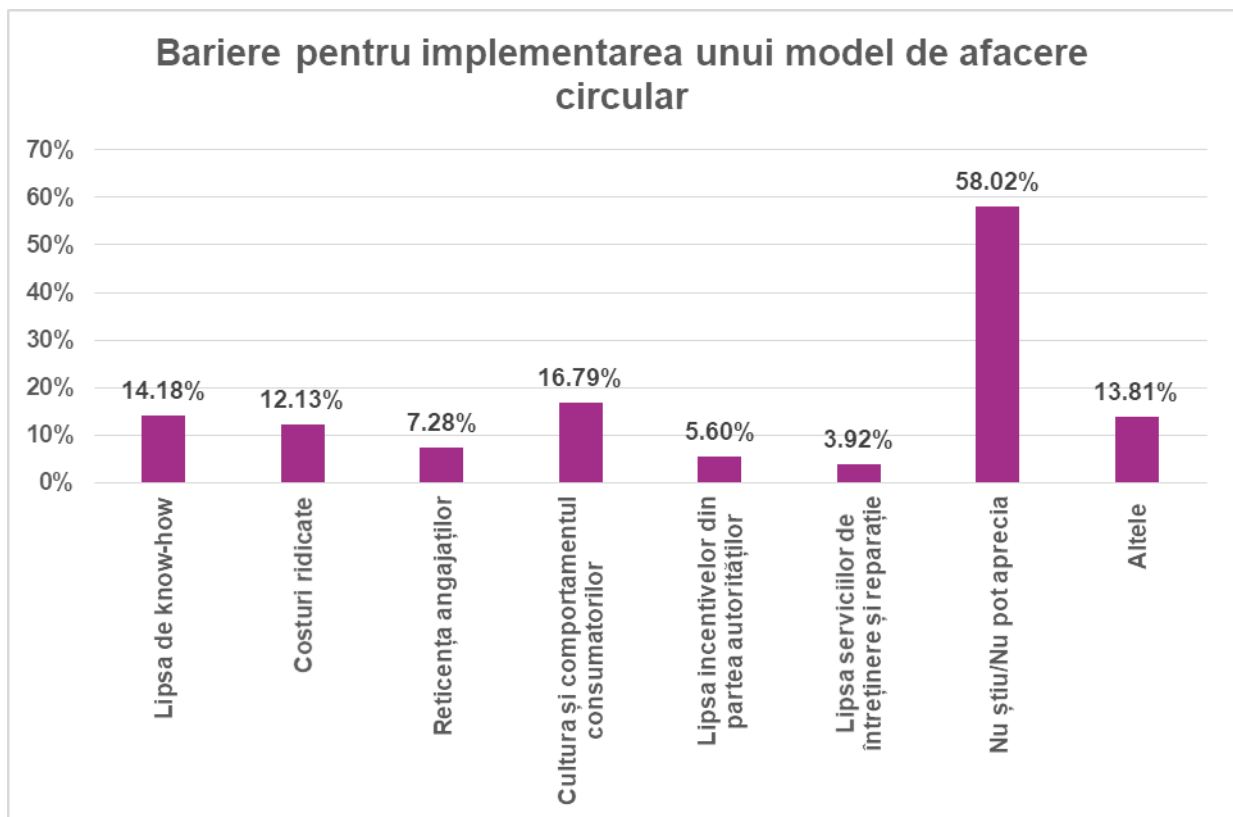


Figura 5.13 Bariere pentru implementarea unui model de afacere circular

**Sumarizarea datelor cheie:**

- ✓ 50% dintre organizații declară că reciclează produsele și materiale care permit acest lucru;
- ✓ 44% dintre organizații încearcă să reducă consumul de energie;
- ✓ 28% dintre organizații au declarat că nu aplică niciun fel de măsură pentru reducerea amprentei de Carbon;
- ✓ 66% nu au auzit de conceptul de economie circulară;
- ✓ 58% dintre organizații nu pot identifica obstacolele către tranziția la un model de economie circular, ceea ce corelează cu procentul ridicat de organizații care au declarat că nu cunosc conceptul de economie circulară.

## 5.6 Impactul pandemiei de COVID asupra modelului de afacere

### Estimare privind evoluția afacerii până la final de an

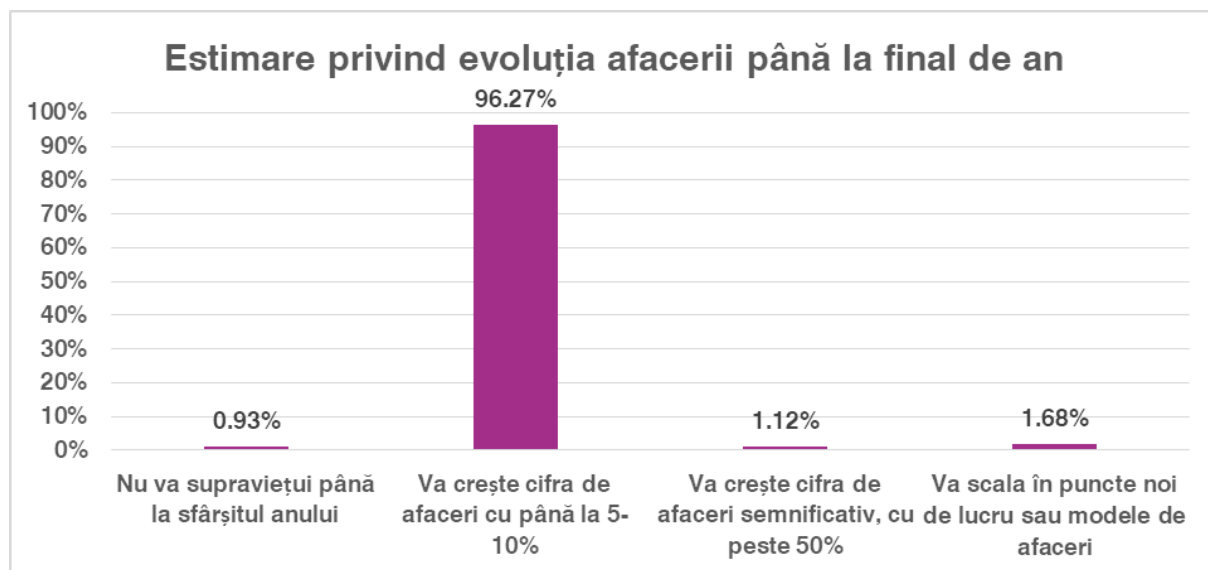


Figura 5.14 Auto-estimare privind evoluția afacerii până la final de an



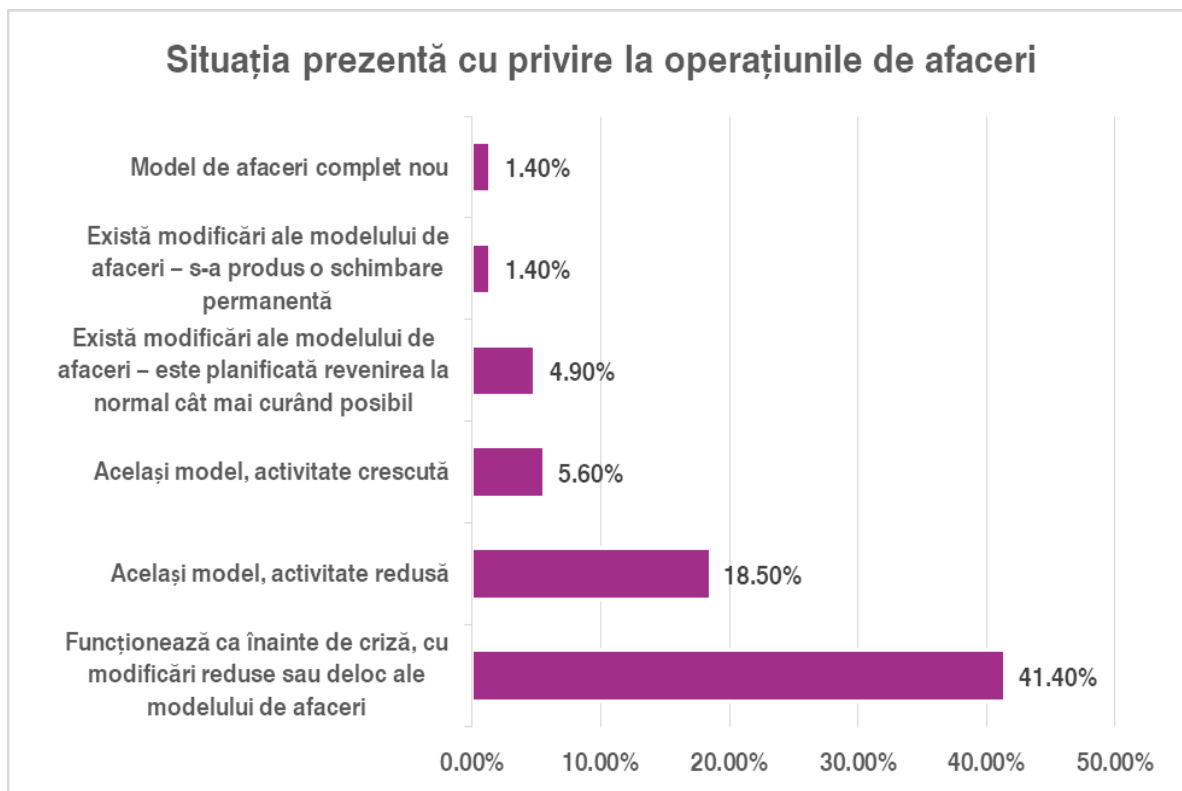


Figura 5.15 Situația prezentă cu privire la operațiunile de afaceri

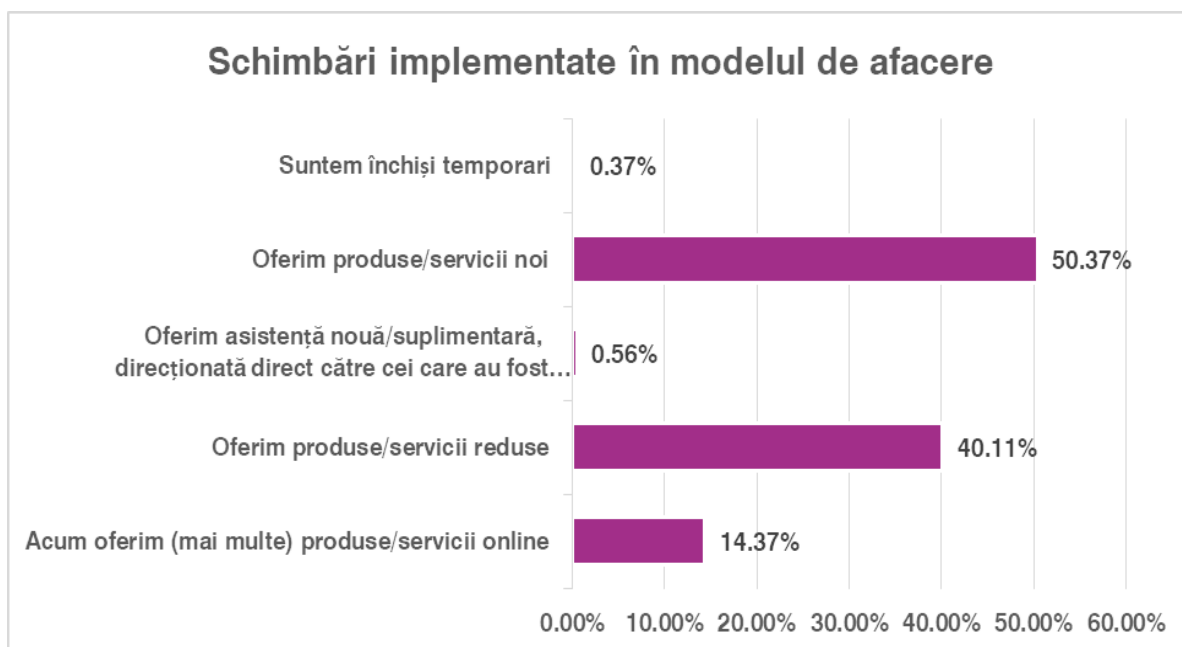


Figura 5.16 Schimbări implementate în modelul de afacere

**Sumarizarea datelor cheie:**

- ✓ 96% dintre organizații au o perspectivă optimistă asupra dezvoltării lor până la finalul anului, estimând că cifra de afaceri va crește cu aproximativ 5-10%;
- ✓ 41% dintre organizații declară că funcționează ca înainte de criză, fără modificări sau reduceri semnificative;
- ✓ 18% dintre organizații au raportat că și-au redus activitatea ca urmare a pandemiei de COVID;
- ✓ 40% dintre organizații declară că oferă produse/servicii reduse ca urmare a pandemiei de COVID;
- ✓ 50% dintre organizații oferă asistență nouă/suplimentară direcționată către cei care au fost afectați în mod semnificativ de pandemie.

## 5.7 Analize inferențiale privind performanța economică și socială a organizațiilor de economie socială

Întrucât misiunea socială este accentul principal al întreprinderilor sociale, am creat un set de itemi care să surprindă crearea de valoare socială, precum și impactul lor social. Astfel, deși am măsurat și performanța economică, am evitat să ne bazăm doar pe metrici cantitative sau financiare, așa cum este adesea în cazul studiilor despre organizații cu scop lucrativ (tabel 5.1 respectiv tabel 5.2).

Deoarece și în cazul organizațiilor de economie socială este necesar să se țină cont de performanța economică pentru ca întreprinderile sociale să funcționeze într-o manieră durabilă, oferind servicii beneficiarilor săi în mod continuu, am decis să analizăm modul în care performanța economică și cea socială se corelează în cazul întreprinderilor sociale. Am măsurat, de asemenea, receptivitatea organizațiilor la schimbările din mediul de afaceri și nivelul de asumare a riscului pentru a observa în ce măsură corelează cu performanța.

Tabel 5.1 Itemi pentru măsurarea performanței sociale (adaptat după Miles et al., 2014)

ITEM	Dezacord total	Dezacord parțial	Nici acord, nici dezacord	Acord parțial	Acord total
Organizația noastră operează într-o manieră sustenabilă din punct de vedere ecologic.	0.39%	0.19%	1.55%	5.23%	<b>92.64%</b>
Clienții și sponsorii noștri sunt foarte mulțumiți de activitatea noastră.	0.19%	0.19%	0.78%	3.29%	<b>95.54%</b>
Organizația noastră funcționează într-o manieră sustenabilă din punct de vedere social.	0.19%	0.19%	1.36%	3.49%	<b>94.77%</b>
Ajutăm la informarea comunității despre situația dificilă a beneficiarilor noștri.	0.78%	1.16%	6.20%	11.82%	<b>80.04%</b>
Ajutăm la mobilizarea interesului pentru inițiative suplimentare de asistență socială.	0.78%	0.97%	6.59%	11.43%	<b>80.23%</b>
Suntem adesea percepuți și apreciați de beneficiarii noștri ca un furnizor de servicii sociale.	1.16%	1.36%	7.75%	10.85%	<b>78.88%</b>
În ultimii ani, ne-am îndeplinit obiectivele în ceea ce privește beneficiarii deserviți.	0.19%	0.0%	1.55%	2.71%	<b>95.54%</b>

Tabel 5.2 Itemi pentru măsurarea performanței economice (adaptat după Miles et al., 2014)

Item	Dezacord total	Dezacord parțial	Nici acord, nici dezacord	Acord parțial	Acord total
În ultimii ani, ne-am sporit eficiența economică.	0.39%	0.97%	26.55%	<b>57.17%</b>	14.92%
Suntem mai eficienți în deservirea beneficiarilor noștri decât alte întreprinderi sociale.	0.39%	0.00%	13.37%	<b>81.40%</b>	4.84%
În ultimii ani, ne-am crescut eficacitatea proceselor.	0.00%	0.39%	10.08%	41.09%	<b>48.45%</b>
În ultimii ani situația noastră financiară s-a îmbunătățit.	0.78%	3.10%	35.66%	<b>56.98%</b>	3.49%
Organizația noastră este sustenabilă financiar.	0.78%	0.58%	2.71%	17.25%	<b>78.68%</b>

În ceea ce privește receptivitatea la mediu și asumarea riscurilor, acestea au fost măsurate prin adaptarea instrumentului realizat de Kraus (2017). S-a recurs la adaptarea instrumentelor existente deja în literatura de specialitate, întrucât acestea au demonstrat anterior proprietăți psihometrice satisfăcătoare. Spre exemplu, receptivitatea la mediu a fost măsurată prin itemi precum „Folosim toate informațiile disponibile pentru a ajusta sau dezvolta produse/servicii pentru beneficiarii noștri”, „Încercăm să răspundem nevoilor emergente ale beneficiarilor sau colaboratorilor noștri” sau „Ne adaptăm strategiile în funcție de nevoile beneficiarilor noștri”, iar asumarea de riscuri: „Acțiunile riscante din punct de vedere financiar sunt necesare pentru a îndeplini misiunea socială a companiei noastre” sau „Nu abordăm un mod de acțiune prudent dacă oportunitățile sociale sunt pierdute în acest fel”.

Tabelul 5.3 prezintă în mod integrativ rezultatele analizei de corelație efectuată în programul SPSS. Coeficientul de corelație Pearson (R) cuprinde valori între 0 și 1. Regulile de interpretare a acestui coeficient ne spun că un coeficient mai mare de 0.7 indică o corelație mare, un coeficient între 0-0.3 o corelație mică, iar valorile dintre aceste intervale indică o corelație de intensitate medie. Având în vedere aceste valori, constatăm următoarele observații în cadrul eșantionului studiat:

- ❖ Corelația dintre performanța socială și cea economică este semnificativă statistic, având o intensitate medie (R=0.32);
- ❖ Corelația dintre performanța socială și receptivitatea la mediu este semnificativă statistic, de intensitate medie spre mare (R= 0.61);
- ❖ Corelația dintre performanța economică și receptivitatea la mediu este semnificativă statistic, de intensitate medie spre mare (R= 0.28).

Tabel 5.3 Rezultatele analizelor corelaționale

VARIABLĂ		1	2	3	4
Performanța socială	Corelație Pearson	1	,323**	,613**	-,045
	Prag semnificativitate		,000	,000	,309
	Eșantion valid	514	514	514	514
Performanța economică	Corelație Pearson	,323**	1	,280**	-,006
	Prag semnificativitate	,000		,000	,894
	Eșantion valid	514	514	514	514
Receptivitatea la mediu	Corelație Pearson	,613**	,280**	1	-,164**
	Prag semnificativitate	,000	,000		,000
	Eșantion valid	514	514	514	514
Aversiunea fata de risc	Corelație Pearson	-,045	-,006	-,164**	1
	Prag semnificativitate	,309	,894	,000	
	Eșantion valid	514	514	514	514

\*\* . Corelația este semnificativă la nivelul de 0.01

## 6. CONCLUZII ȘI DIRECȚII VIITOARE ALE ECONOMIEI SOCIALE

### 6.1 Direcții viitoare

În vederea dezvoltării viitoare a sectorului economiei sociale, în această subsecțiune sunt propuse o serie de direcții de îmbunătățire a economiei sociale la nivel național (figura 6.1). Acestea sunt fundamentate pe rezultatele studiului efectuat, cât și pe literatura analizată la nivel european și internațional.



Figura 6.1 Direcții de dezvoltare a economiei sociale

### Recunoașterea Economiei Sociale ca partener pentru dezvoltarea socio-economică durabilă

- ❖ Lărgirea rolului economiei sociale în dezvoltarea comunităților locale, crearea de locuri de muncă, dezvoltarea incluziunii și coeziunii sociale, tranziția către economia circulară și inovarea socială, implicarea persoanelor din grupul vulnerabil în activități cu caracter social și/sau activități economice, accesul persoanelor din grupul vulnerabil la resursele și serviciile comunității, conform Planului European de Acțiune pentru Economie Socială 2021-2027;

- ❖ Crearea unui dialog reglementat între guverne și actorii economiei sociale. În urma consultării cu reprezentanții economiei sociale, guvernele pot elabora politici și strategii politice pentru a debloca în continuare impactul sectorului;
- ❖ Stimularea economiei sociale și a inovării sociale în zonele rurale unde prezența întreprinderilor sociale este redusă.

## Finanțare, investiții, impozitare

---

- ❖ Obligatorietatea introducerii unui procent de 2% a achizițiilor sociale de către autoritățile locale în vederea stimulării înființării de noi întreprinderi sociale și a dezvoltării acestei piețe;
- ❖ Dezvoltarea unui Comitet Consultativ care să cuprindă membrii din diferite sectoare de activitate ale întreprinderilor sociale și de inserție, ținând cont de numărul unităților active, care să fie un organism consultativ de specialitate, fără personalitate juridică, și un reprezentant al Ministerului Economiei, pe lângă al Ministerul Antreprenoriatului și Turismului, al Ministerului Agriculturii și Dezvoltării Rurale, al Ministerului Finanțelor și al Ministerului Muncii și Solidarității Sociale, având misiunea de a asigura, la nivel național, suportul specializat în elaborarea politicilor și strategiilor în domeniul economiei sociale și de a sprijini Ministerele în coordonarea, evaluarea și monitorizarea activităților de economie socială din România;
- ❖ Facilitarea accesului la investiții și fonduri pe termen lung, prin acordarea de subvenții și investiții cu finanțare din fonduri publice în economia socială, de exemplu, prin crearea unor noi scheme de granturi.

## Educație și cercetare în economia socială

---

- ❖ Digitalizarea operațiilor pentru înregistrare, monitorizare și funcționarea întreprinderilor sociale și de inserție în vederea simplificării birocrăției și stimulării înființării de noi întreprinderi sociale și identificării forței de muncă aparținând grupurilor vulnerabile;

- ❖ Educarea tinerilor în școli cu privire la economia socială și direcția antreprenoriatului social;
- ❖ Oferirea de finanțare pentru cercetarea în domeniul economiei sociale și al inovării sociale.

## Creșterea achizițiilor sociale și accesul ÎS la piețe

---

- ❖ Necesitatea introducerii mărcii sociale care să fie acordată tuturor actorilor din sfera economiei sociale care realizează produse/servicii, în vederea stimulării înființării de noi întreprinderi sociale și a dezvoltării acestei piețe;
- ❖ Stimulente fiscale pentru ca sectorul privat să achiziționeze din sectorul economiei sociale;
- ❖ Rezervarea de contracte publice pentru întreprinderi sociale și inserarea de măsuri sociale și criterii sociale și de mediu în toate achizițiile publice.

## Creșterea vizibilității și accesului la date privind ÎS

---

- ❖ Revizuirea obligațiilor pe care întreprinderile sociale le au privind raportările anuale, ținând cont de data diferențiată privind încheierea anului calendaristic sau încheierea exercițiului financiar specific categoriei de persoană juridică atestată, propunem pentru asta ultima lună din primul trimestru;
- ❖ Colectarea de statistici cu privire la economia socială care să meargă dincolo de indicatorii tradiționali precum creșterea economică și crearea de locuri de muncă, prezentarea în mod sistematic a impactului social și de mediu al economiei sociale;
- ❖ Pentru a măsura economia socială, va fi important să se utilizeze un model care să se potrivească naturii sectorului, inclusiv parametri care să nu se rezume la simpla de a surprinde creșterea PIB-ului.



## 6.2 Remarci finale

Economia socială cuprinde un set divers de actori care operează într-o gamă largă de industrii și geografii. Acești actori au în comun ambiția de a genera un impact pozitiv asupra societății, încercând să construiască un sector economic incluziv, care să contribuie la societăți mai echitabile.

Pentru a construi o societate mai rezistentă, mai incluzivă și mai durabilă, guvernele și liderii de afaceri din întreaga lume caută alternative la economia de astăzi. Actorii din economia socială servesc drept sursă de inspirație pentru guverne și pentru sectorul privat deopotrivă pentru a demonstra modul în care economiile și practicile de afaceri pot deveni mai incluzive și mai durabile. Guvernele și liderii din mediul de afaceri pot urma una din două căi, fiecare dintre ele ducând la rezultate diferite. Fie economia socială poate fi consolidată și valorile sale utilizate pentru a recalibra curentul principal spre un scop mai mare, incluziune și reziliență. Sau, economia tradițională continuă să acorde prioritate profiturilor în fața oamenilor și a scopului, se concentrează pe PIB și rămâne fragilă în fața șocurilor viitoare (World Economic Forum, 2022).

Concluzionând, putem afirma că economia socială este un mijloc de punere în practică a multor valori sociale și democratice care ar putea fi susținute de economia circulară ca parte a unei tranziții durabile. Acestea includ în special performanța economică durabilă, respingerea maximizării profitului ca singurul motor pentru afaceri și promovarea muncii decente, a educației și a mijloacelor de trai sigure. Inovația socială, o soluție durabilă la o problemă socială, se poziționează ca o abordare cheie pentru promovarea unor societăți mai circulare.

## BIBLIOGRAFIE

- Amin, A., Cameron, A., & Hudson, R. (2002). *Placing the social economy*. Routledge.
- Anheier, H. K. (2005). *A dictionary of civil society, philanthropy and the third sector*. Londra, Routledge.
- Bercea B., Lakatos E. S., Bacali L., Ciomos, O. (2018) *Economia Socială -studiul privind dinamica întreprinderilor sociale*. Editura Alma Mater Cluj-Napoca
- Bugg-Levine, A., Kogut, B., & Kulatilaka, N. (2012). A new approach to funding social enterprises. *Harvard Business Review*, 90(1/2), 118-123.
- CIRIEC (2021). *Economia socială în uniunea europeană: Rezumatul raportului întocmit pentru Comitetul Economic și Social European de Centrul Internațional de Cercetare și Informare privind Economia Publică, Socială și Cooperatistă: José Luis Monzón și Rafael Chaves*.
- Comisia Europeană (2020) *Social enterprises and their ecosystems in Europe. Comparative synthesis report. Executive summary*. Authors: Carlo Borzaga, Giulia Galera, Barbara Franchini, Stefania Chiomento, Rocío Nogales and Chiara Carini. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at <https://europa.eu/!Qq64ny>
- ECOTIC, (2018), *Alte modele de afaceri în economia circulară*, disponibil online la adresa <https://www.ecotic.ro/welcome-change/economiecirculara/episodul-4-alte-modele-d-e-afaceri-in-economia-circulara/>
- Euclid Network, 2022. *European Social Enterprise Monitor*. Disponibil online la: [https://euclidnetwork.eu/wp-content/uploads/2022/07/0527-euclidnetwork-annual-consultation2022\\_final.pdf](https://euclidnetwork.eu/wp-content/uploads/2022/07/0527-euclidnetwork-annual-consultation2022_final.pdf)
- European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion (2015) *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>
- European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion (2016) *Social Enterprises and their eco-systems: developments in Europe*. Authors:

- Carlo Borzaga and Giulia Galera. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=16376&langId=en>
- European Economic and Social Committee (EESC) (2017) Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union. A report prepared by CIRIEC-International. Published by: „Visits and Publications” Unit, EESC-2017-77-EN. Available at: [www.eesc.europa.eu](http://www.eesc.europa.eu)
- Fodanova, L., Jiří, Š., & Vladimír, H. (2016). Changes In Revenue Structure In Czech Non-Profit Organizations During The Financial Crises: Has The Importance Of Public Sources Changed?. *Ekonomický časopis (Journal of Economics)*, 64(7).
- Haigh, N., Walker, J., Bacq, S., & Kickul, J. (2015). Hybrid organizations: origins, strategies, impacts, and implications. *California Management Review*, 57(3), 5-12.
- Kerlin, J. A. & Pollak, T. H. (2011). Nonprofit commercial revenue: A replacement for declining government grants and private contributions?. *The American Review of Public Administration*, 41(6), 686-704
- Kerlin, J. A. (2010). A comparative analysis of the global emergence of social enterprise. *VOLUNTAS: international journal of voluntary and nonprofit organizations*, 21(2), 162-179.
- Kerlin, J. A. (2013). Defining social enterprise across different contexts: A conceptual framework based on institutional factors. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 42(1), 84-108.
- Kirchherr, J. et al. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*. 127(April), 221-232.
- Kraus, S., Niemand, T., Halberstadt, J., Shaw, E., & Syrjä, P. (2017). Social entrepreneurship orientation: Development of a measurement scale. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(6), 977-997.
- Lambro, M. and Petrescu, C. (2016) Bottom-up social enterprises in Romania. Case study – Retirees’ Mutual Aid Association, *International Review of Sociology*, 26 (2), pp. 247-261.
- Lambro, M. and Petrescu, C. (2019). Social enterprises and their ecosystems in Europe. Country Report Romania. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019 © European Union, 2019

- Luke, B., & Chu, V. (2013). Social enterprise versus social entrepreneurship: An examination of the 'why' and 'how' in pursuing social change. *International Small Business Journal*.
- Mack, R. S., & Jacobson, D. S. (1996). Core periphery analysis of the European Union: A location quotient approach. *Regional Analysis and Policy*, 26, 3-22.
- Madill, J. J. (1998). Marketing in government. *Optimum*, 28, 9-18.
- Markusen, A. (1985). Profit Cycles, Oligopoly, and Regional Development.
- Markusen, A. (2004). Targeting occupations in regional and community economic development. *Journal of the American Planning Association*, 70(3), 253-268.
- Martin, R. (1989). The new economics and politics of regional restructuring: the British experience. *Regional Policy at the Crossroads*. London: Jessica Kingsley, 27-51.
- Martin, R. (2000). Institutional approaches in economic geography. A companion to economic geography, 77-94.
- Miles, M. P., Verreyne, M. L., & Luke, B. (2014). Social enterprises and the performance advantages of a Vincentian marketing orientation. *Journal of Business Ethics*, 123(4), 549-556.
- Ministerul Muncii, 2022. Comunciat de presă. Disponibil online la: <https://www.mmuncii.ro/j33/index.php/ro/comunicare/comunicate-de-presa/6539-reforma-economie-sociala-pnrr-30032022>
- Parker, C. M., Redmond, J., & Simpson, M. (2009). A review of interventions to encourage SMEs to make environmental improvements. *Environment and planning C: Government and policy*, 27(2), 279-301.
- Salamon, L. M., Sokolowski, S. W., Haddock, M. A., & Tice, H. S. (2013). The state of global civil society and volunteering: Latest findings from the implementation of the UN nonprofit handbook. Center for Civil Society Studies Working Paper, 49.
- Uniunea Europeană, ERDF (2021) Policy brief on: The social economy and support to social enterprises in the European Union. Disponibil la: [https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user\\_upload/plp\\_uploads/policy\\_briefs/The\\_social\\_economy\\_and\\_support\\_to\\_social\\_enterprises\\_in\\_the\\_European\\_Union\\_Policy\\_brief.pdf](https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/plp_uploads/policy_briefs/The_social_economy_and_support_to_social_enterprises_in_the_European_Union_Policy_brief.pdf)

World Economic Forum, 2022. Unlocking the Social Economy Towards an inclusive and resilient society Insight Report in collaboration with Deloitte. Dipsnibil online la: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Unlocking\\_the\\_Social\\_Economy\\_2022.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Unlocking_the_Social_Economy_2022.pdf)

Zainon, S., Ahmad, S. A., Atan, R., Wah, Y. B., Bakar, Z. A., & Sarman, S. R. (2014). Legitimacy and sustainability of social enterprise: governance and accountability. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 145, 152-157.