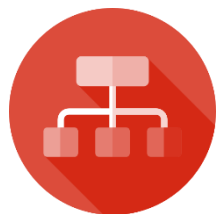


Dinamica și perspectiva domeniului de CSR în România

Ediția a X-a, 2022





39%
firme străine,
19% cu
capital mixt



42%
companii
românești



164
respondenți



16
industrii



51
Specialiști
de CSR și
sustenabilitate



44
Specialiști de
PR, Marketing
sau Comunicare

Despre studiul “Dinamica și perspectiva domeniului de CSR în România”

Acest studiu explorează percepțiile executivilor de top, directorilor, managerilor și specialiștilor de CSR din diverse companii din România cu privire la evoluția, dinamica și provocările acestui domeniu în 2022 și 2021. Sunt îmsă prezentate și câteva serii de date cu evoluția din ultimii cinci ani.

Rezultatele studiului se bazează pe răspunsurile primite la un chestionar alcătuit din 30 de întrebări administrat online în perioada 6 octombrie – 16 decembrie 2022. La chestionar au răspuns companii ce activează în 16 industrii. 92% dintre firmele respondente spun că derulează proiecte de CSR.



TOP 5 CONCLUZII



71% vs. 68%

dintre companiile
respondente definesc
responsabilitatea socială
ca implicarea în comunitate

65% vs. 53%

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



72% vs. 54%

dintre companii au vizat
educația pentru intervenție,
urmată de domeniul
sănătății (61% vs. 83%)

65% vs. 48%

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

32% vs. 25%

dintre companii au derulat
un număr de 1-5 proiecte
de CSR în 2022, dar 7%
vs. 3% au avut mai mult
de 51 de proiecte



Principalele 5 concluzii ale ediției 2022 vs. 2021

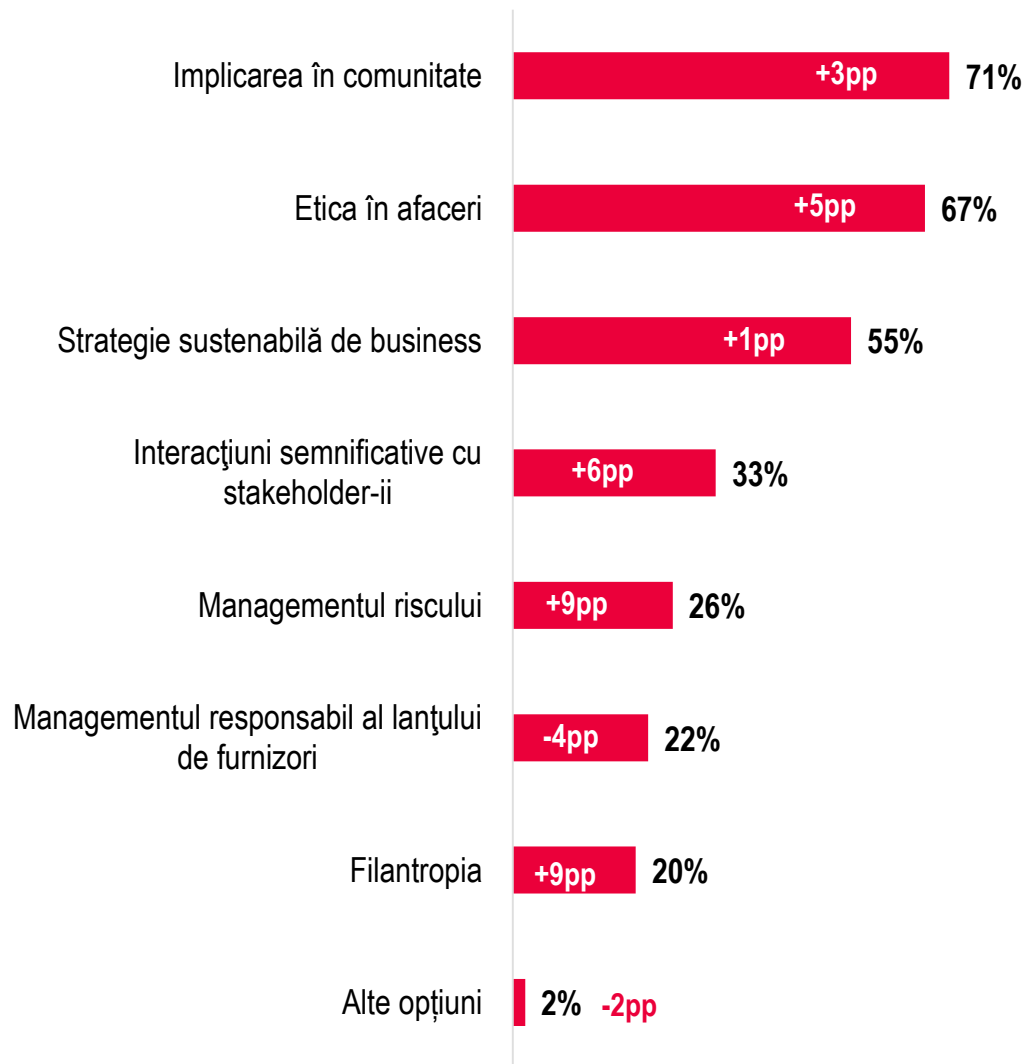
Rezultatele indică modul în care
domeniului de CSR caută să răspundă
provocărilor prin implicarea în comunitate,
sprijinul acordat domeniului de sănătate și
orientarea spre beneficiarii finali sunt
caracteristicile acestei analize.

Ajuns la a zecea ediție, acest studiu aduce de
fiecare dată imaginea la zi a domeniului de
CSR și se adresează specialiștilor de CSR,
dar mai ales managerilor și directorilor
executivi care își doresc să înțeleagă evoluția
acestui domeniu.



REZULTATELE STUDIULUI





Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

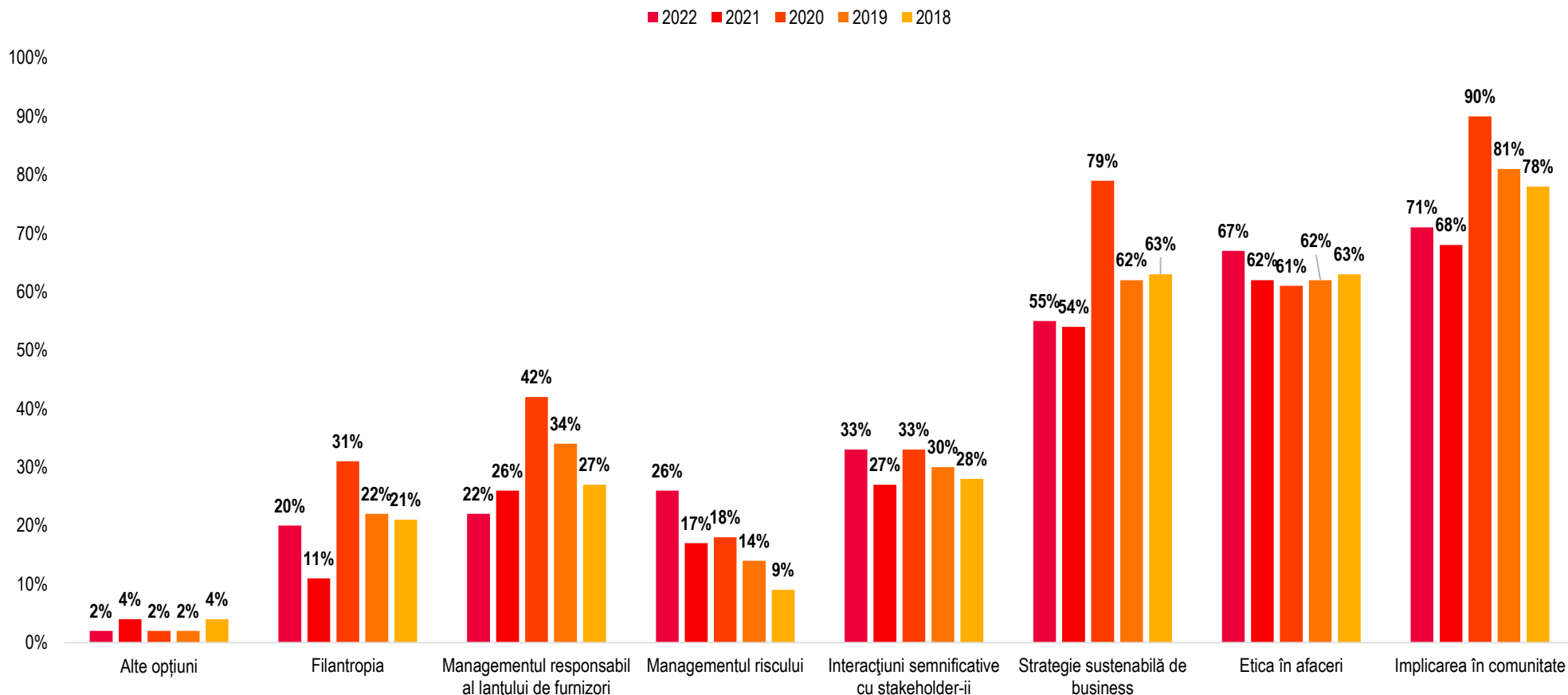
Care dintre opțiuni considerați că e cea mai potrivită pentru a defini responsabilitatea socială? (mai multe variante de răspuns)

71% dintre companiile respondente, față de 68% în anul 2021, definesc responsabilitatea socială ca strategie sustenabilă de business.

Față de 2021, vedem creșteri la filantropie și managementul riscului (+9pp) și la interacțiuni semnificative cu stakeholderii (+6pp), în timp ce managementul responsabil al lanțului de furnizori este în ușoară scădere (-4pp), probabil pe fondul dificultăților din ultimele 14-16 luni.

(Notă: pp – puncte procentuale)

Care dintre opțiuni considerați că e cea mai potrivită pentru a defini responsabilitatea socială? (mai multe variante de răspuns)



Care dintre opțiuni considerați că e cea mai potrivită pentru a defini responsabilitatea socială? (mai multe variante de răspuns)

	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Alte opțiuni	2%	4%	2%	2%	4%	5%	2%	4%	3%
Filantropia	20%	11%	31%	22%	21%	27%	29%	17%	11%
Managementul responsabil al lanțului de furnizori	22%	26%	42%	34%	27%	31%	31%	28%	21%
Managementul riscului	26%	17%	18%	14%	9%	18%	7%	5%	3%
Interacțiuni semnificative cu stakeholder-ii	33%	27%	33%	30%	28%	29%	26%	20%	19%
Strategie sustenabilă de business	55%	54%	79%	62%	63%	65%	51%	48%	33%
Etica în afaceri	67%	62%	61%	62%	63%	59%	46%	37%	36%
Implicarea în comunitate	71%	68%	90%	81%	78%	85%	66%	50%	47%



Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

De ce se implică compania dumneavoastră în CSR?

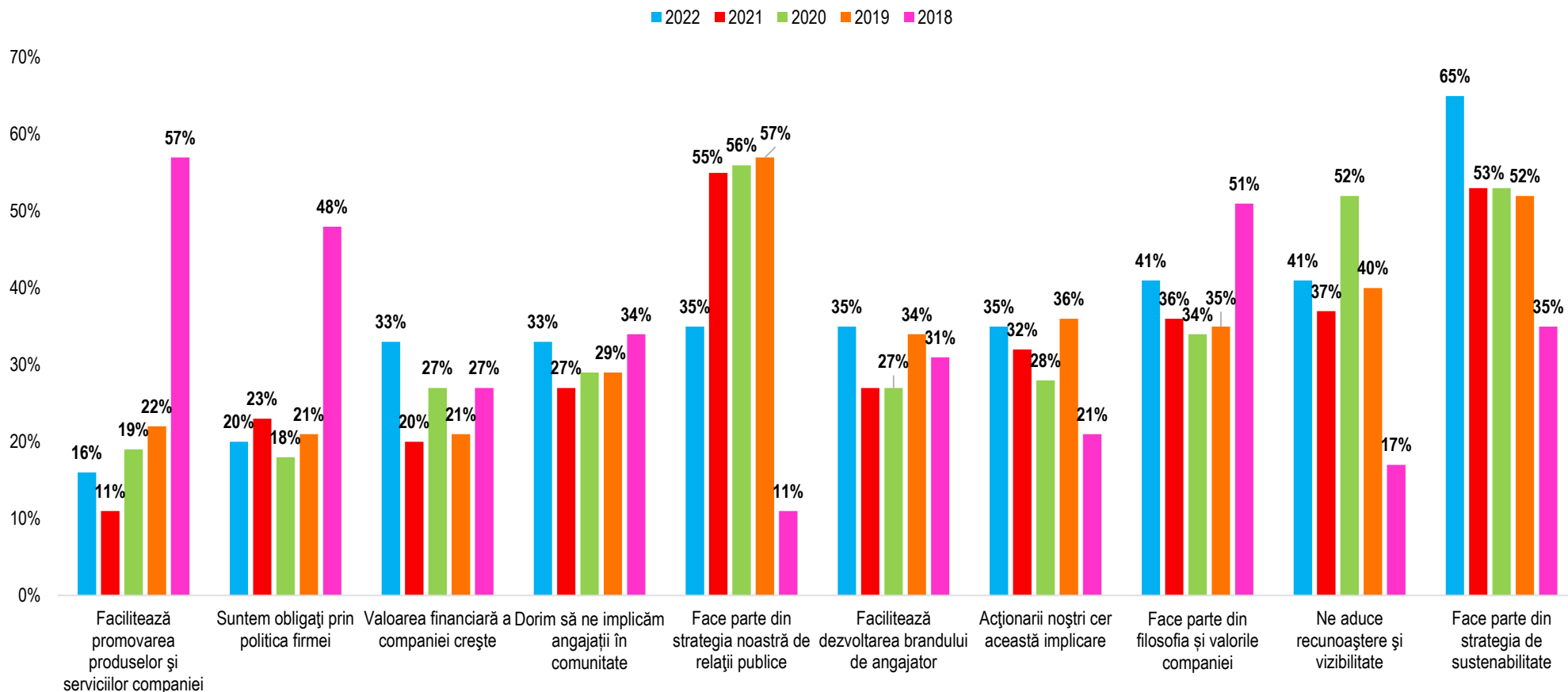
(mai multe variante de răspuns)

65% dintre companii spun, în anul 2022, că se implică în CSR deoarece face parte din strategia lor de sustenabilitate și numai 35% față de 55% în anul 2021, pentru că face parte din strategia de relații publice.

Deși cele mai multe companii spun că se implică în CSR deoarece face parte din strategia lor de sustenabilitate (65%), pe locul al doilea sunt la egalitate cele care spun că acest demers le aduce recunoaștere și vizibilitate (41%), cu cele care spun că face parte din filosofia companiei (41%).

De ce se implică compania dumneavoastră în CSR?

(mai multe variante de răspuns)



De ce se implică compania dumneavoastră în CSR?

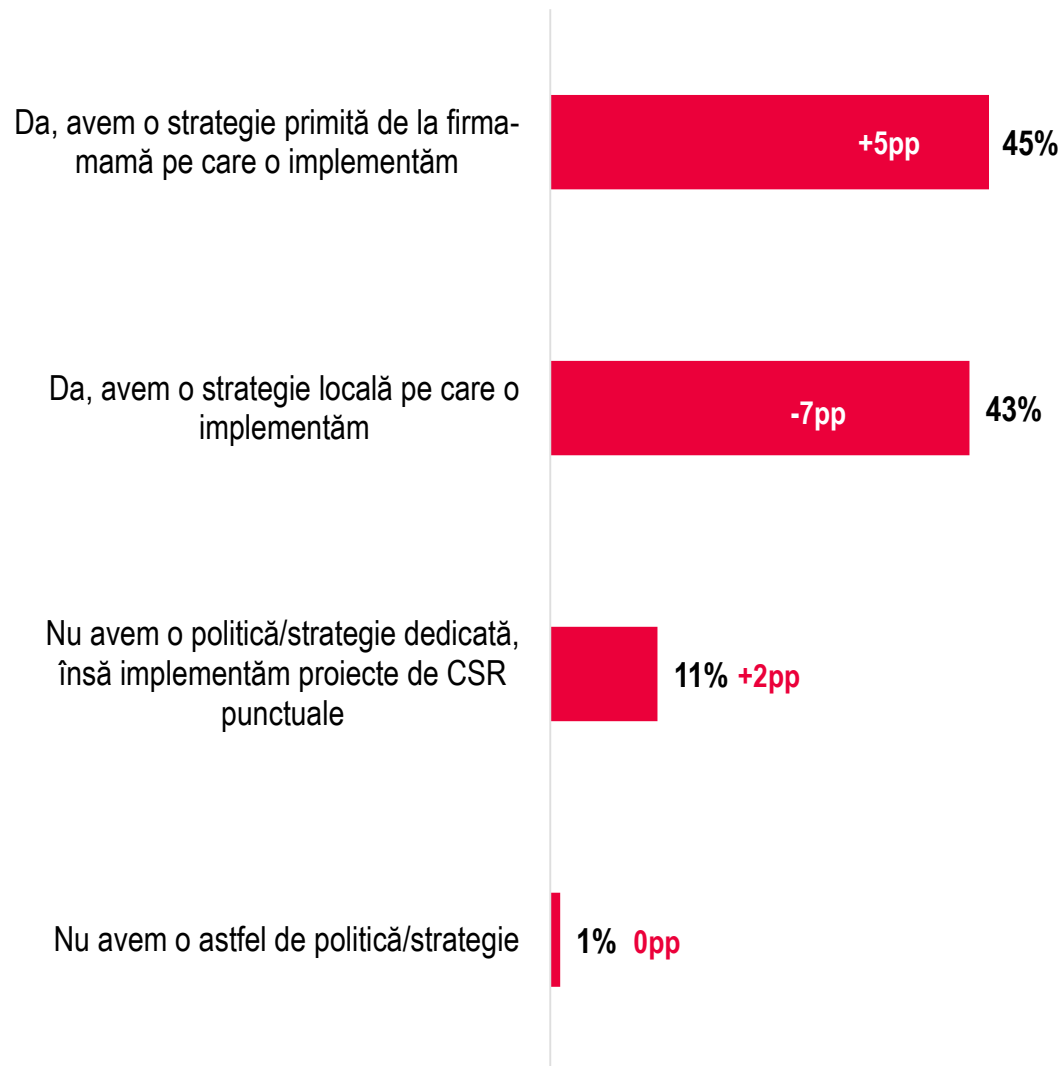
(mai multe variante de răspuns)

	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Facilitează promovarea produselor și serviciilor	16%	11%	19%	22%	57%	55%	45%	56%	64%
Suntem obligați prin politica firmei	20%	23%	18%	21%	48%	46%	55%	46%	66%
Valoarea financiară a companiei crește	33%	20%	27%	21%	27%	29%	37%	25%	17%
Dorim să ne implicăm angajații în comunitate	33%	27%	29%	29%	34%	30%	25%	15%	10%
Face parte din strategia noastră de relații publice	35%	55%	56%	57%	11%	21%	21%	16%	21%
Facilitează dezvoltarea brandului de angajator	35%	27%	27%	34%	31%	29%	24%	21%	11%
Accionarii noștri cer această implicare	35%	32%	28%	36%	21%	29%	24%	19%	12%
Face parte din filosofia și valorile companiei	41%	36%	34%	35%	51%	46%	55%	40%	25%
Ne aduce recunoaștere și vizibilitate	41%	37%	52%	40%	17%	24%	12%	21%	12%
Face parte din strategia de sustenabilitate	65%	53%	53%	52%	35%	28%	21%	18%	13%

CSRmedia



STRATEGIA
DE CSR

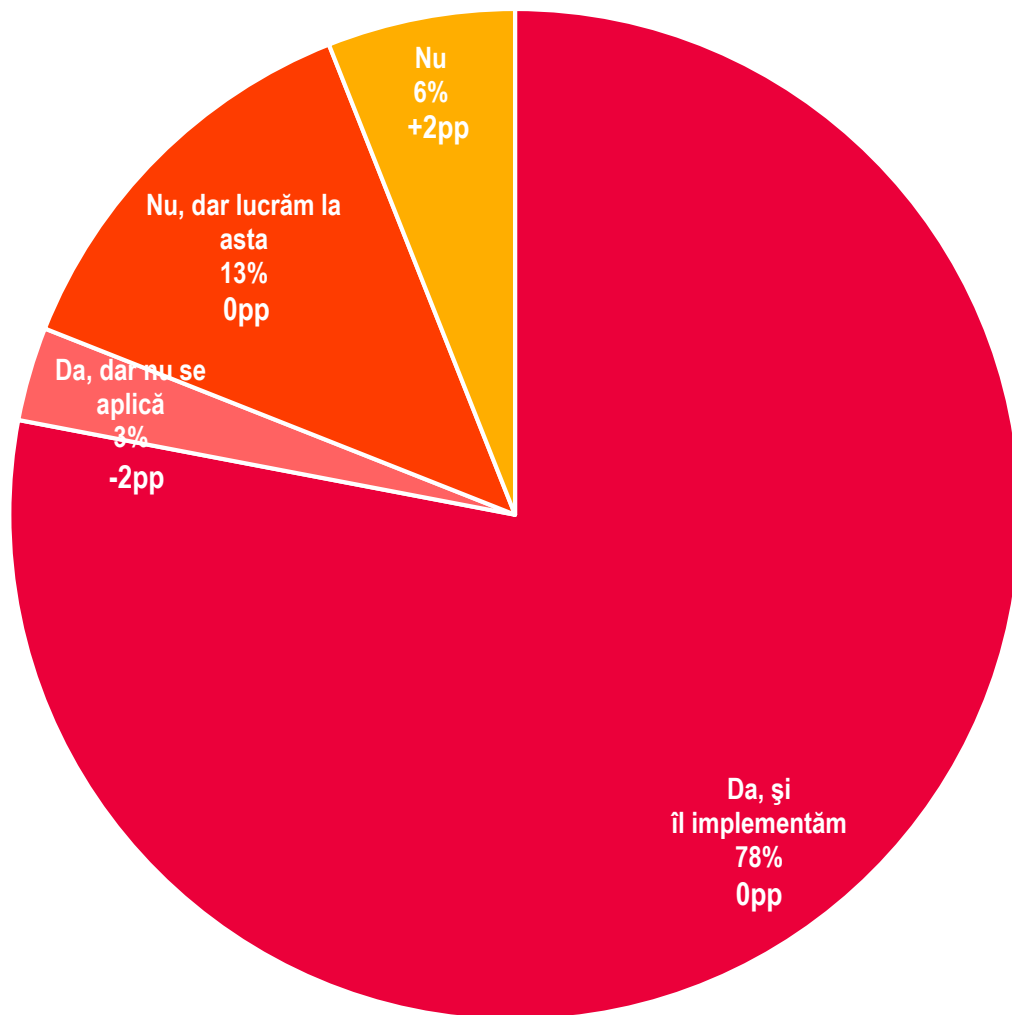


Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Aveți formulată o strategie dedicată responsabilității sociale corporative? (o singură variantă de răspuns)

45% dintre companiile respondente în 2022, față de 40% cu un an înaintea, spun că au o strategie de CSR primită de la firma-mamă pe care o implementează.

Răspunsurile la această ediție arată că procentul companiilor care spun că au o strategie de CSR locală scade cu -7pp. În 2022, procentul companiilor care spun că au primit strategia de CSR de la firma-mamă crește de la 40% la 45%. De asemenea este de remarcat creșterea marginală cu +2pp a procentului companiilor care spun că nu au o strategie de CSR.

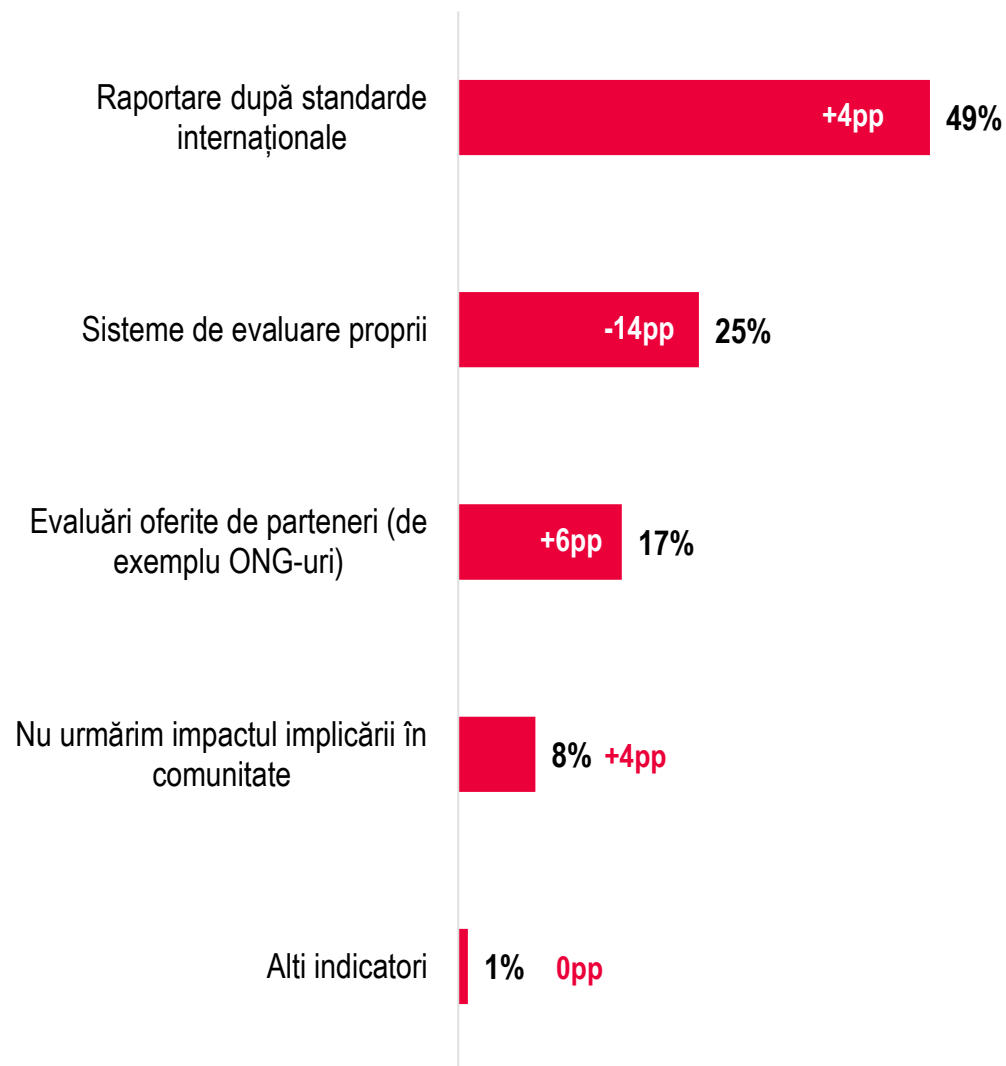


Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Aveți un proces intern/extern pentru identificarea temelor relevante pentru companie în domeniul CSR? (o singură variantă de răspuns)

78% dintre companiile respondente în 2022, față de același procent în 2021, spun că au un proces intern/extern pe care îl aplică pentru identificarea temelor relevante pentru CSR.

Procentul companiilor care spun că nu au un proces intern/extern pentru identificarea temelor relevante pentru companie în domeniul CSR dar lucrează la asta se menține la 13%. Acest rezultat denotă o maturizare a abordării domeniului CSR de către companii.

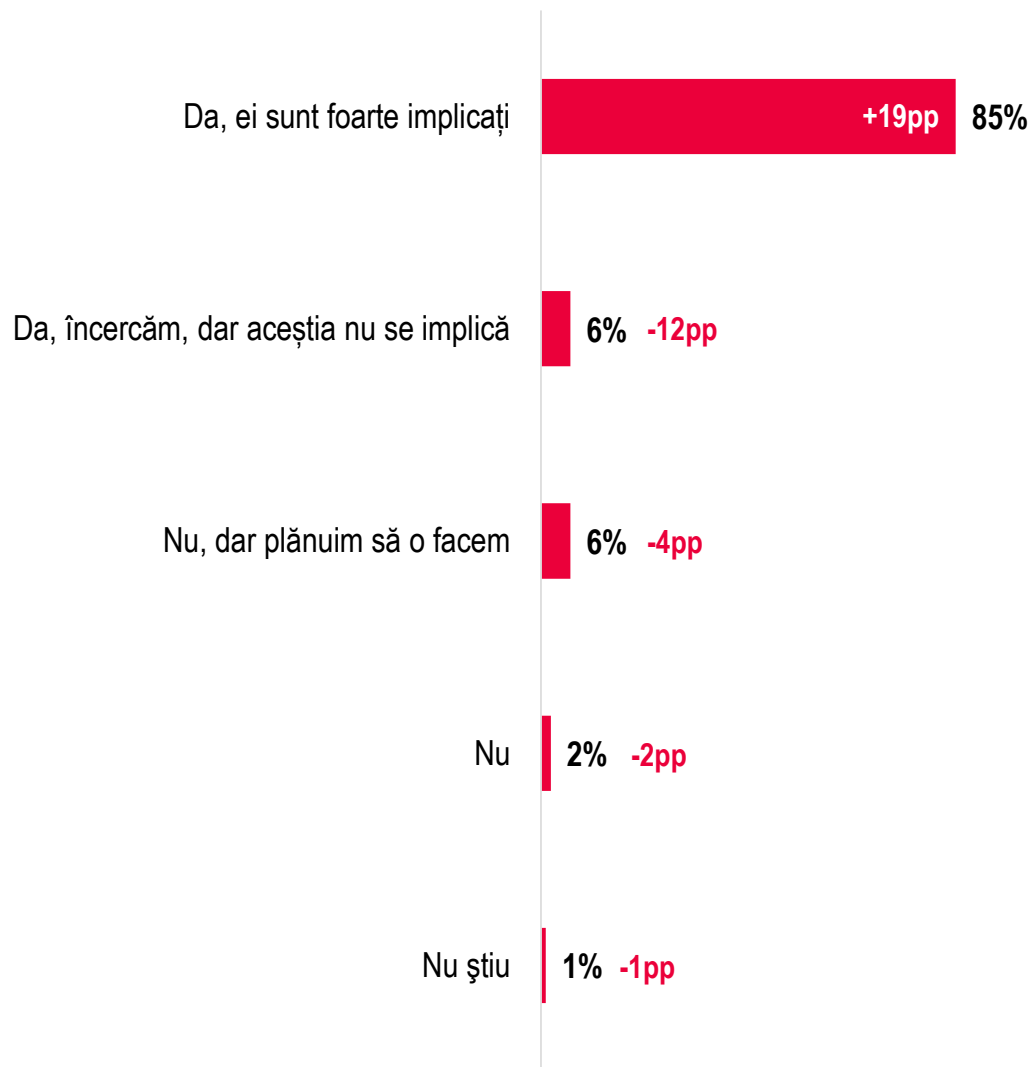


Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Care sunt indicatorii de performanță prin care urmăriți impactul CSR? (o singură variantă de răspuns)

49% dintre companiile respondente în 2022, comparativ cu 45% în 2021, spun că au o raportare după standarde internaționale prin care urmăresc impactul activităților de CSR.

Per total, față de anul trecut, numărul companiilor care urmăresc impactul CSR scade marginal cu -4pp. Raportarea în conformitate cu standardele internaționale înregistrează o creștere +4pp, cea după sisteme de evaluare proprii scade cu -14pp, iar cea bazată pe evaluări oferite de parteneri crește cu +6pp.



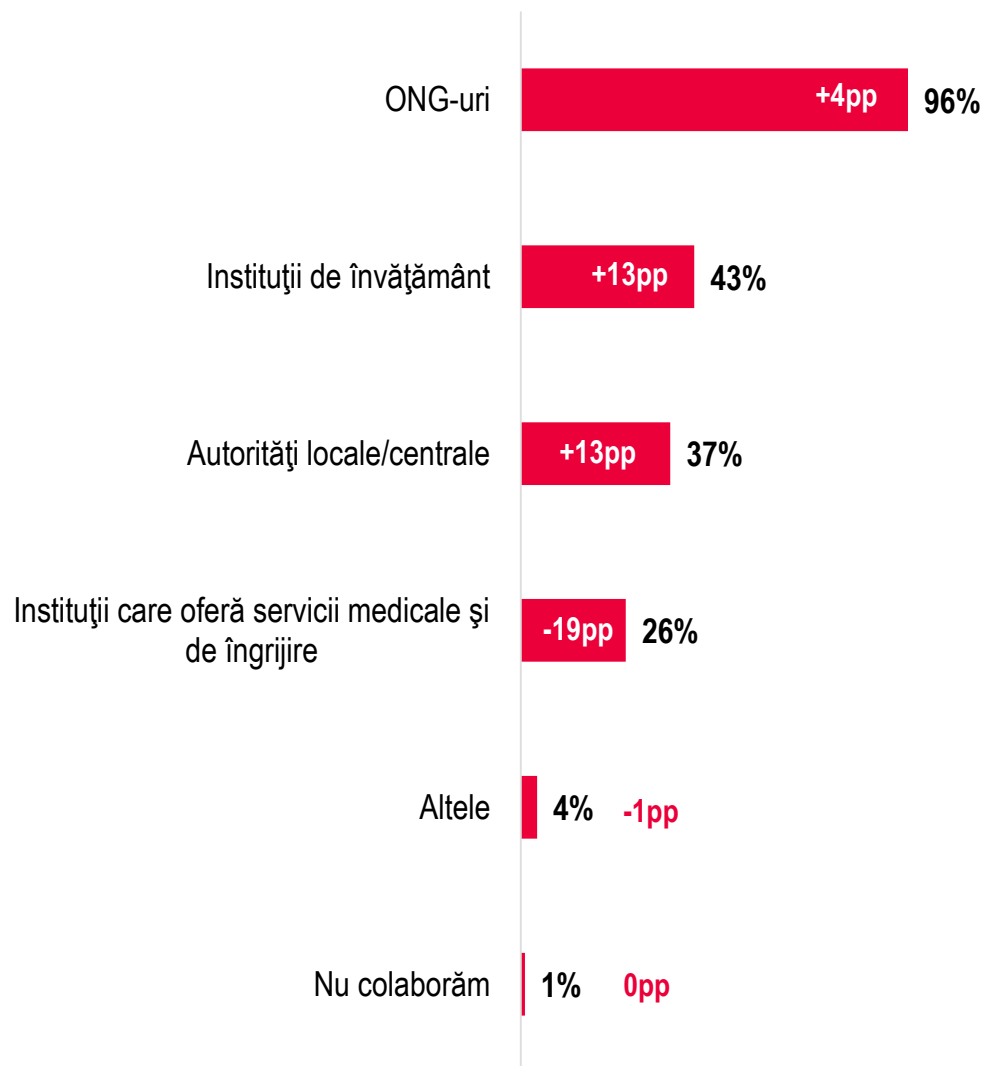
Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Implicați angajații în acțiunile de CSR derulate de companie?

(o singură variantă de răspuns)

85% dintre companiile respondente, în creștere de la 66% cu un an înainte, spun că în anul 2022 și-au implicat angajații în acțiunile de CSR derulate de companie.

Crește semnificativ procentul companiilor respondente care spun că își implică angajații în acțiunile de CSR derulate de firmă (+19pp). Pe de altă parte, în prima parte a anului 2022 au fost în vigoare regulile de distanțare fizică, iar muncă de acasă care au schimbat dinamica echipelor și comunităților.



Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Cu ce instituții colaborați pentru implementarea proiectelor de CSR?

(mai multe variante de răspuns)

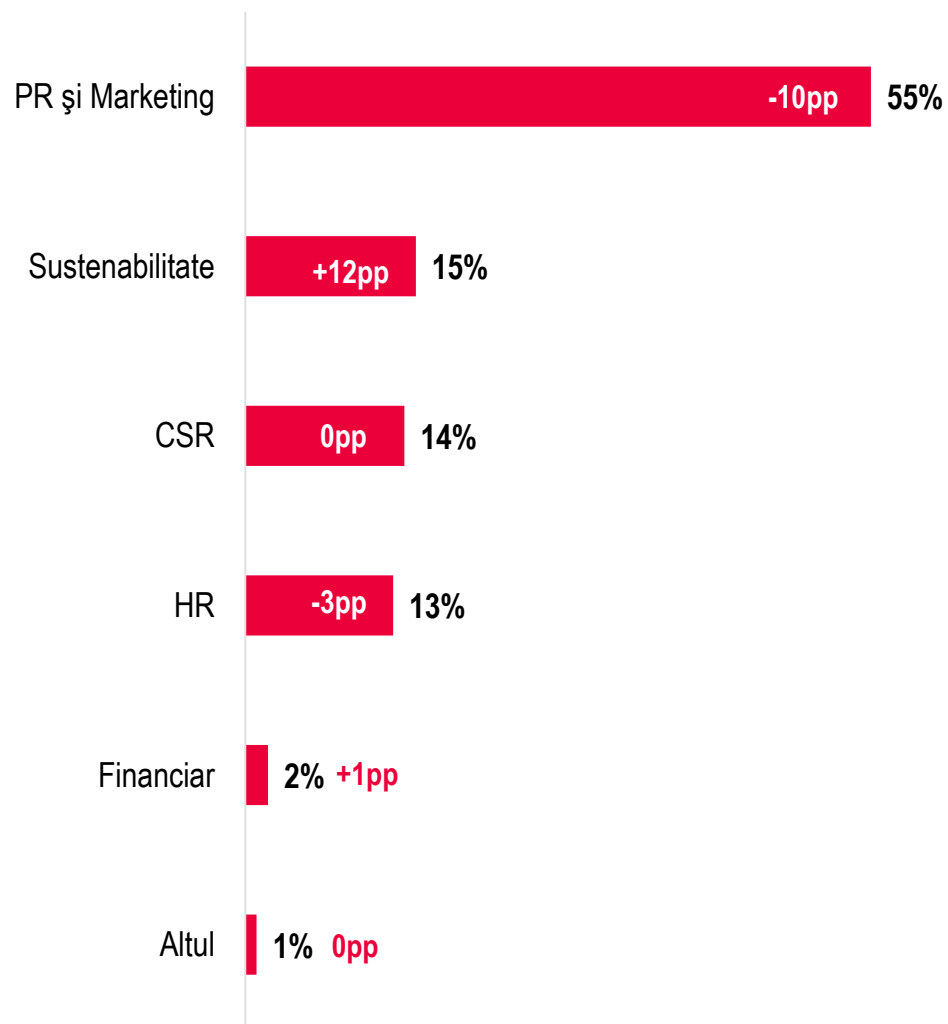
96% dintre companii în anul 2022, față de 92% în 2021, colaborează cu ONG-uri pentru implementarea proiectelor de CSR, urmate de 43% care lucrează direct cu instituții de învățământ.

Este de remarcat scăderea de -19pp a companiilor care au colaborat cu instituții care oferă servicii medicale și de îngrijire în 2022, scădere datorată revenirii după șocul vârfurilor de pandemie. Pe de altă parte vedem o creștere de +13pp a procentului companiilor care spun că au colaborat cu autorități centrale/ocale în 2022.

CSRmedia



BUGETUL
DE CSR



Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

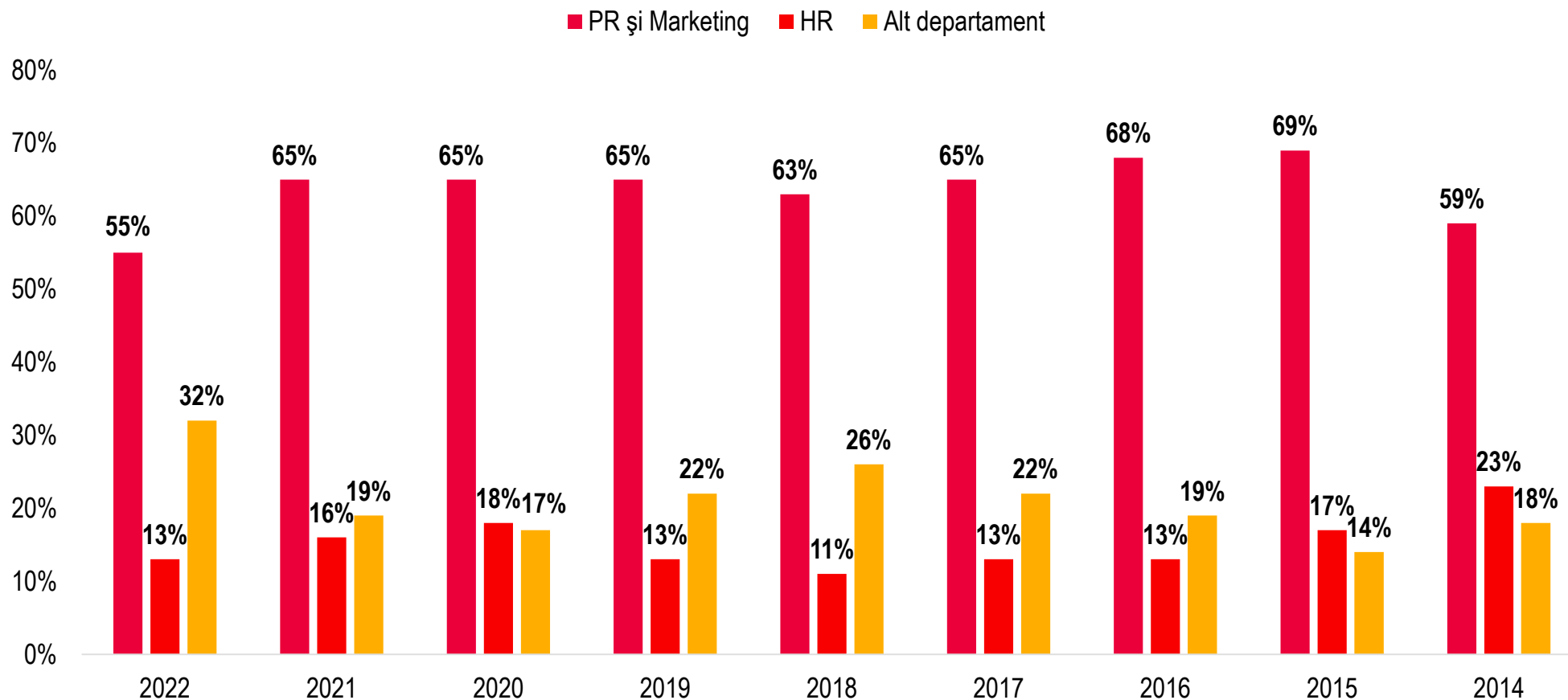
În ce departament se prevede principala linie de buget pentru CSR? (o singură variantă de răspuns)

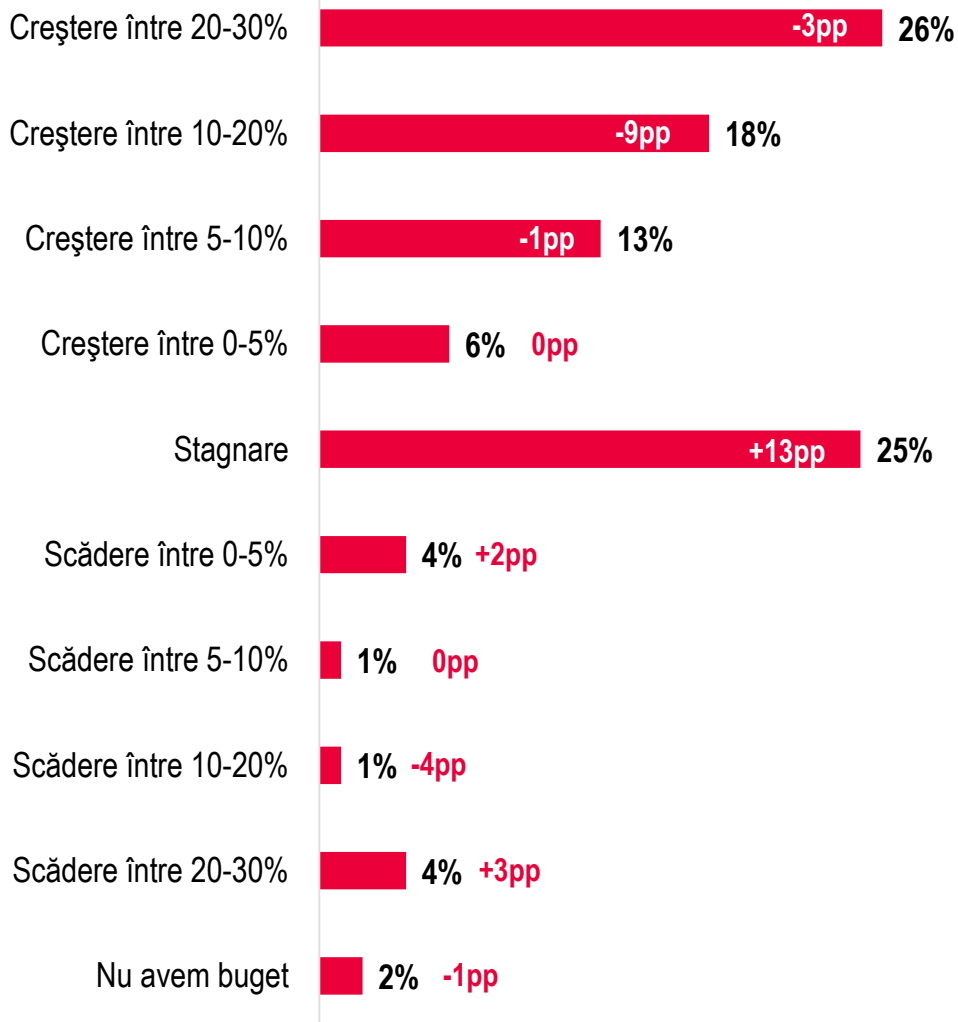
55% dintre companii în 2022, în scădere cu 10pp față de anul 2021, spun că departamentul de PR și Marketing este cel care prevede, în principal, o linie de buget pentru CSR. Procentul scade masiv pentru prima dată, după 5 ani de stagnare la 65%.

Chiar dacă principala linie de buget de CSR rămâne la departamentul de PR și Marketing, departamentul de sustenabilitate urcă pe locul al doilea, înregistrând o creștere de +12 puncte procentuale. Departamentul de CSR se află acum pe locul al treilea, fiind urmat la mică distanță de cel de HR.

În ce departament se prevede principala linie de buget pentru CSR?

(o singură variantă de răspuns)





Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Cum a evoluat bugetul dumneavoastră de CSR în 2022 față de 2021?

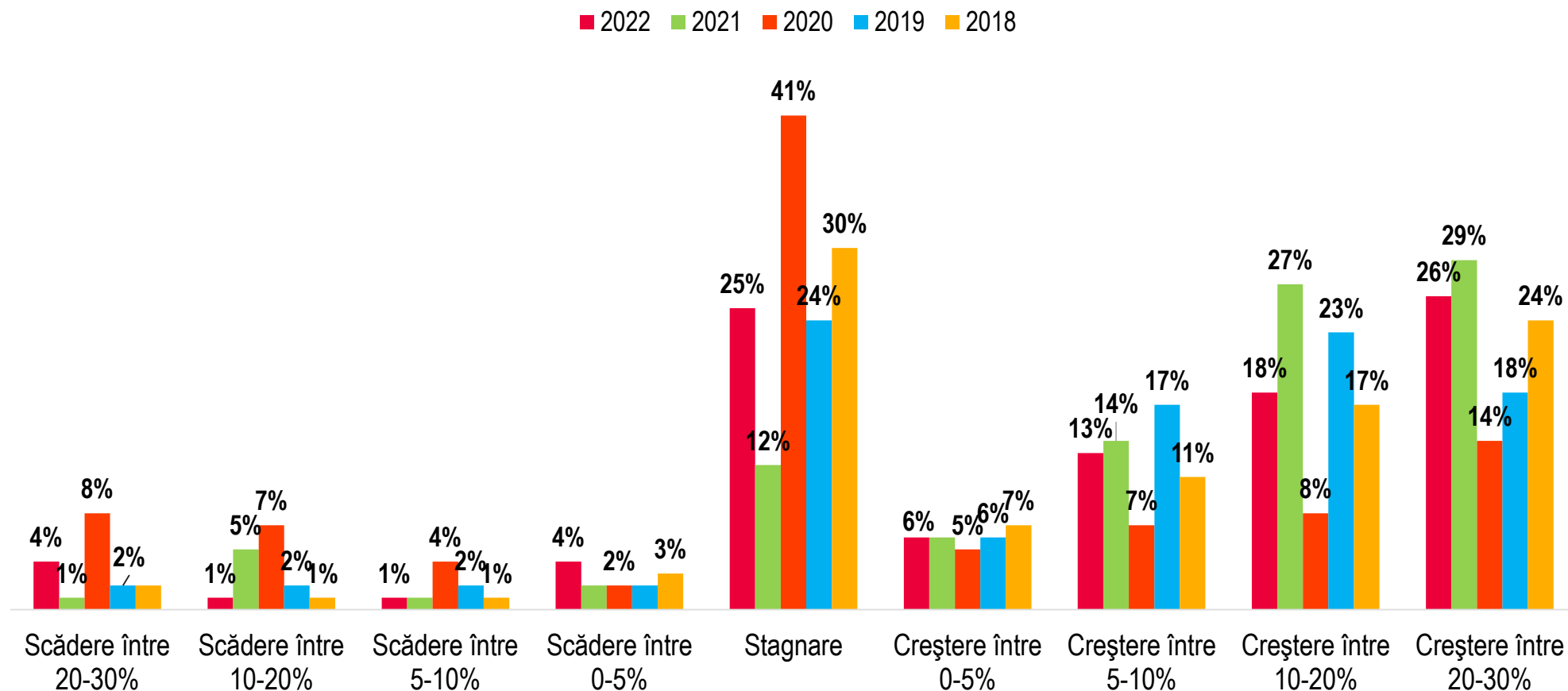
(o singură variantă de răspuns)

26% dintre companiile respondente în 2022, față de 29% anterior (-3pp), spun că bugetul de CSR a crescut cu 20-30% în anul 2022.

Bugetele de CSR care cresc semnificativ, cu 20-30%, sunt marginal în scădere, cu -3pp în 2022 față de 2021 și nu sunt singurele. Vedem o scădere de -9pp a procentului companiilor care spun că bugetele lor de CSR sunt mai mari cu 10-20%, și o creștere de +13pp a celor care au același buget (stagnare).

Cum a evoluat bugetul de CSR în acest an față de anul anterior?

(o singură variantă de răspuns)





Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

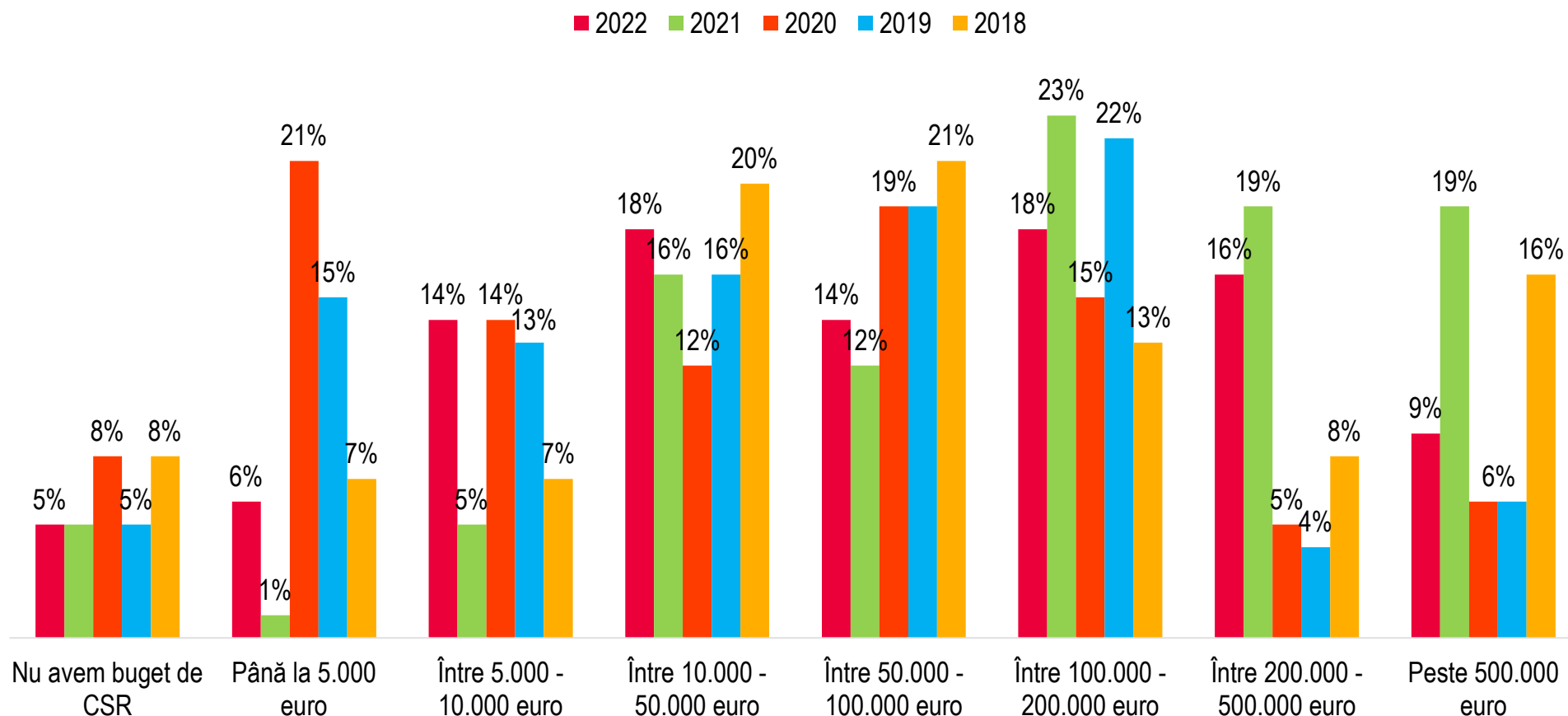
Care este bugetul dumneavoastră de CSR în 2022? (o singură variantă de răspuns)

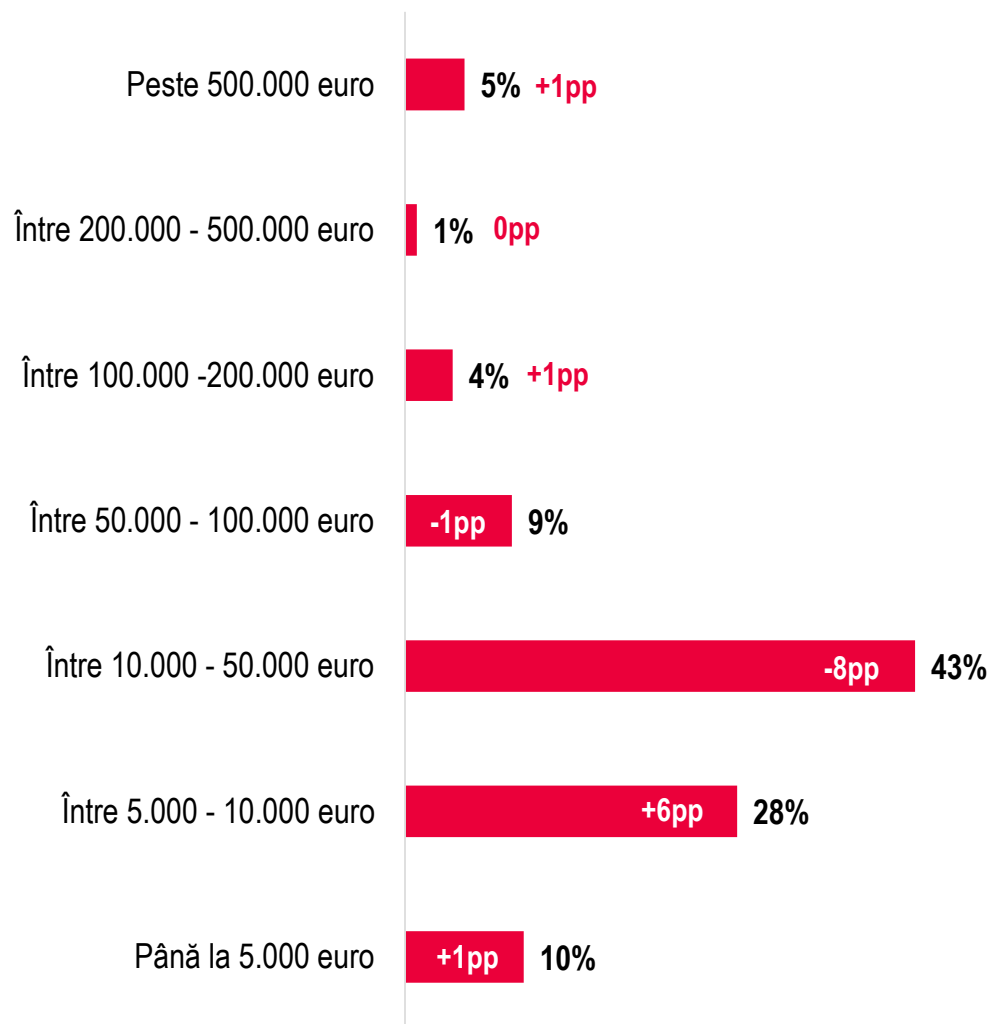
18% dintre companiile respondente în 2022, comparativ cu 23% în 2021, spun că bugetul lor de CSR este între 100,000 euro și 200,000 euro.

Bugetele de CSR mai mari de 10,000 de euro sunt în scădere de la 89% la 75% în 2022 (-14pp) după o creștere cu +32pp cu un an înainte. Scăderea procentuală cea mai mare (-10pp) o vedem la companiile care spun că au un buget de CSR mai mare de 500,000 euro (-10pp). Totuși, vedem o creștere de +9pp a companiilor care spun că au bugete de CSR între 5,000 și 10,000 de euro.

Care este bugetul dumneavoastră de CSR în acest an?

(o singură variantă de răspuns)



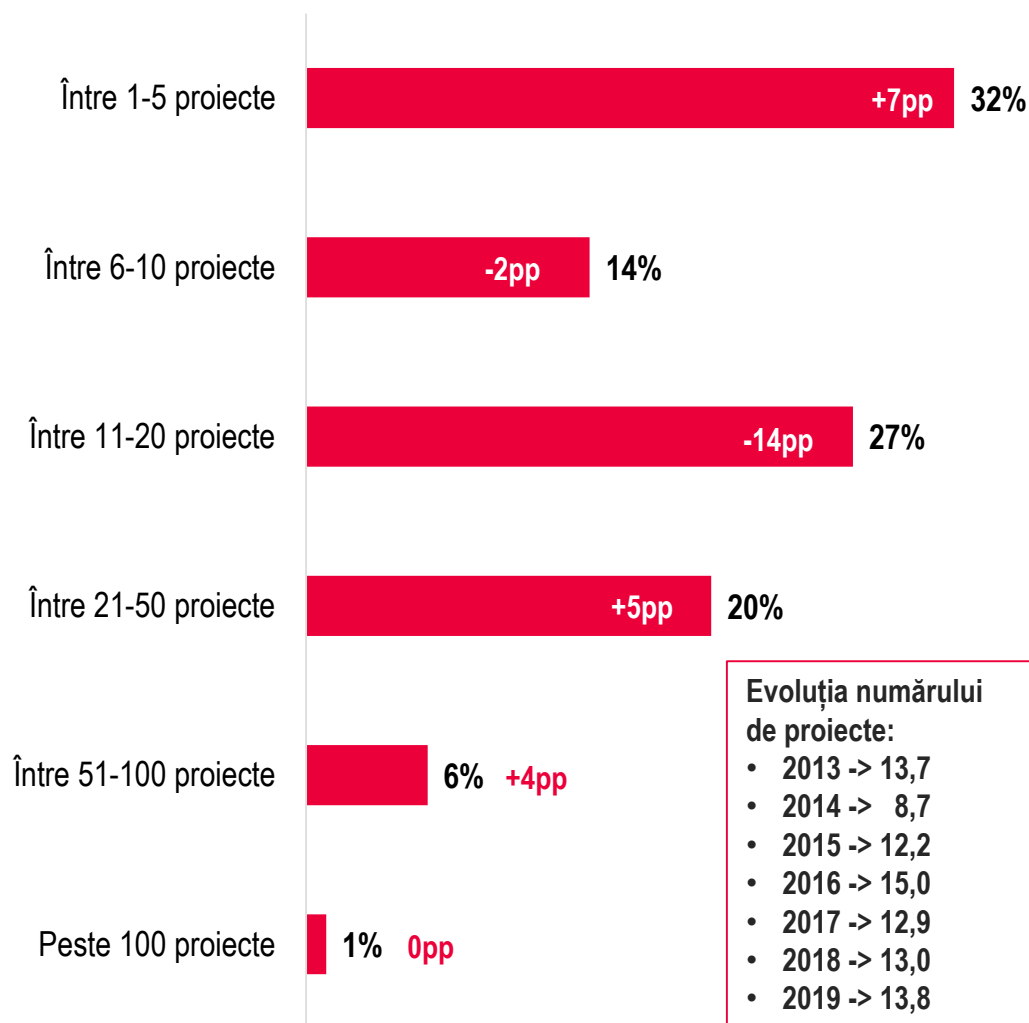


Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Care este valoarea medie a unui proiect CSR derulat de firma dumneavoastră? (o singură variantă de răspuns)

43% dintre companii derulează proiecte cu valoare medie de 10,000-50,000 euro în anul 2022, în scădere față de 55% în 2021. Numai 5% spun că valoarea medie a proiectelor lor este de peste 500,000 euro.

Procentul companiilor cu bugete mai mari de 100,000 euro a crescut cu +2pp în 2022, dar cele mai multe companii spun că fac proiecte cu valoare medie între 10,000 euro și 50,000 euro. Pe de altă parte, companiile care alocă un buget mediu de 5,000 - 10,000 euro per proiect reprezintă 28% din totalul firmelor respondente.



Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Evoluția numărului de proiecte:

- 2013 -> 13,7
- 2014 -> 8,7
- 2015 -> 12,2
- 2016 -> 15,0
- 2017 -> 12,9
- 2018 -> 13,0
- 2019 -> 13,8
- 2020 -> 16,0
- 2021 -> 16,3

Câte proiecte CSR ați derulat în anul 2021? (o singură variantă de răspuns)

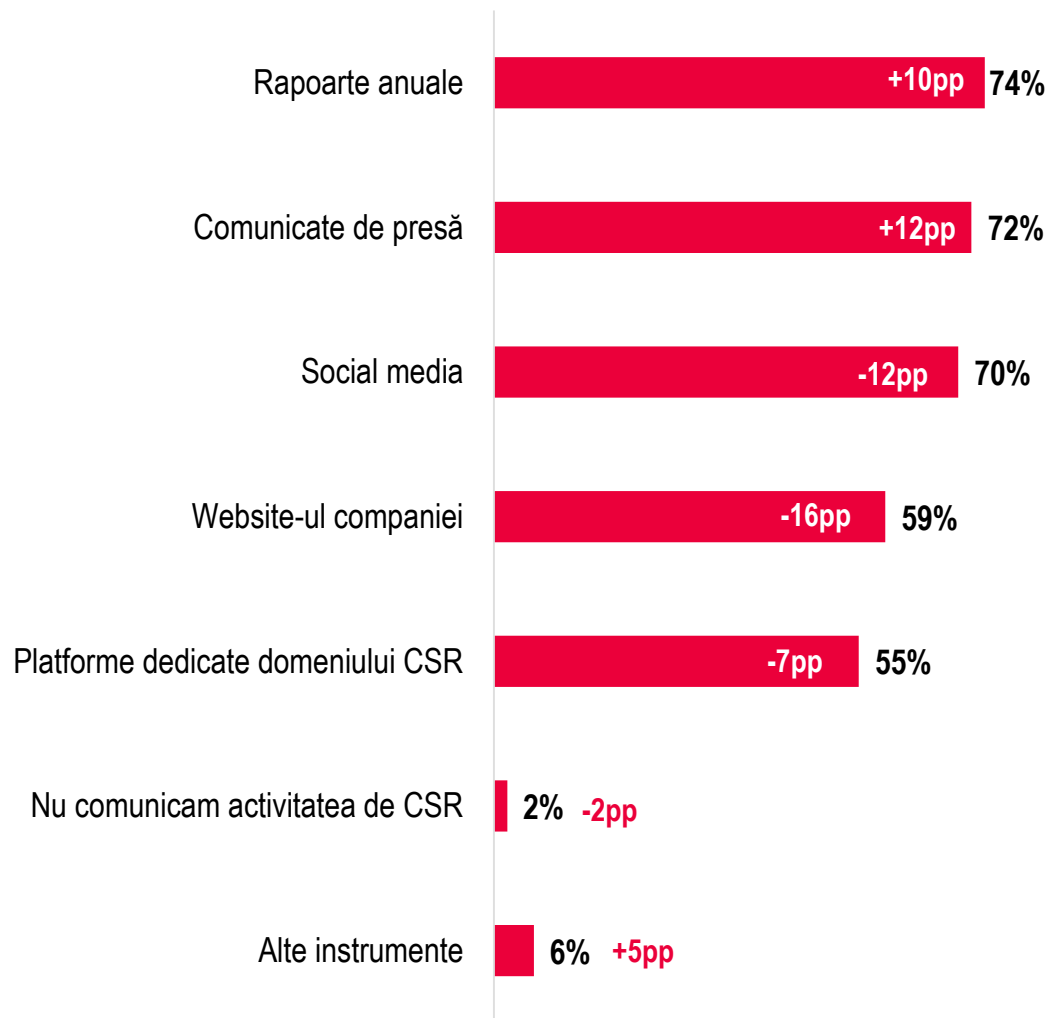
16,3 este numărul mediu de proiecte de CSR derulate de companiile respondente în anul 2021. Totuși, 32% dintre companii, +7pp față de anul anterior, spun că derulează 1-5 de proiecte pe an.

Cele mai multe companii, 32% în 2021 vs. 25% în 2020, au derulat 1-5 de proiecte de CSR. Pe de altă parte, 27% (-14pp) spun că au implementat 11-20 de proiecte, iar alte 20% (+5pp) au implementat 21-50 de proiecte în 2021. Este de remarcat și faptul că avem 7% dintre companiile respondente care spun că au derulat peste 51 de proiecte de CSR în anul 2021.

CSRmedia



PROIECTE ȘI
ECHIPE DE CSR



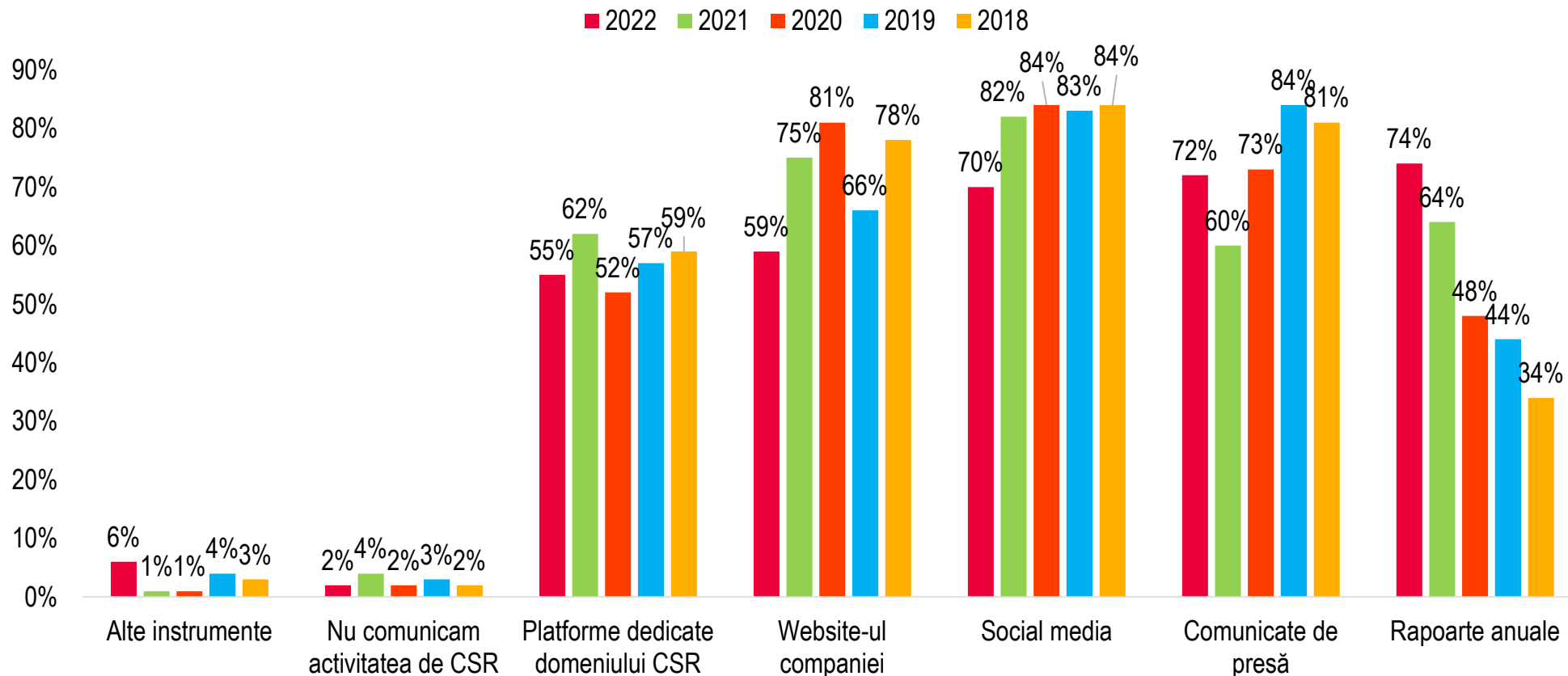
Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Ce instrumente folosiți pentru comunicarea publică a activității de CSR? (mai multe variante de răspuns)

74% dintre companii comunică despre proiectele lor de CSR prin intermediul rapoartelor anuale (+10pp), 72% prin comunicate de presă (+12pp), iar 70% prin social media (-12pp).

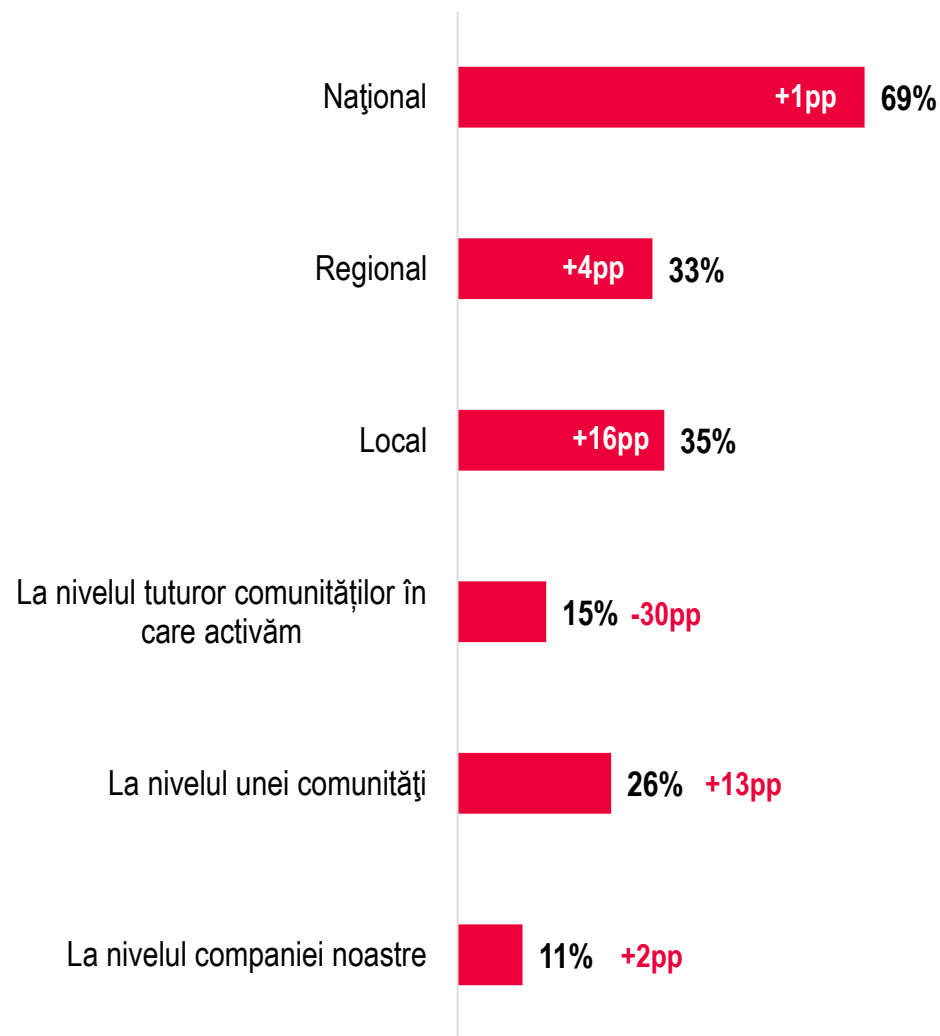
Este de remarcat faptul că rapoartele anuale trec pe primul loc de pe al treilea (+10pp), companiile folosind extensiv acest canal pentru comunicarea publică a activității de CSR. Atenția rămâne și la comunicatele de presă (72%), cu o puternică creștere în 2022 față de 2021 (+12pp). Scăderea cea mai mare (-16pp) apare la comunicarea prin website-ul companiei.

Ce instrumente folosiți pentru comunicarea publică a activității de CSR? (mai multe variante de răspuns)



Ce instrumente folosiți pentru comunicarea publică a activității de CSR? (mai multe variante de răspuns)

	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Alte instrumente	6%	1%	1%	4%	3%	4%	2%	3%	3%
Nu comunicam activitatea de CSR	2%	4%	2%	3%	2%	6%	18%	19%	27%
Platforme dedicate pentru CSR	55%	62%	52%	57%	59%	36%	37%	24%	12%
Website-ul companiei	59%	75%	81%	66%	78%	65%	66%	67%	22%
Social media	70%	82%	84%	83%	84%	99%	59%	50%	43%
Comunicate de presă	72%	60%	73%	84%	81%	60%	59%	49%	41%
Rapoarte anuale	74%	64%	48%	44%	34%	35%	36%	29%	16%

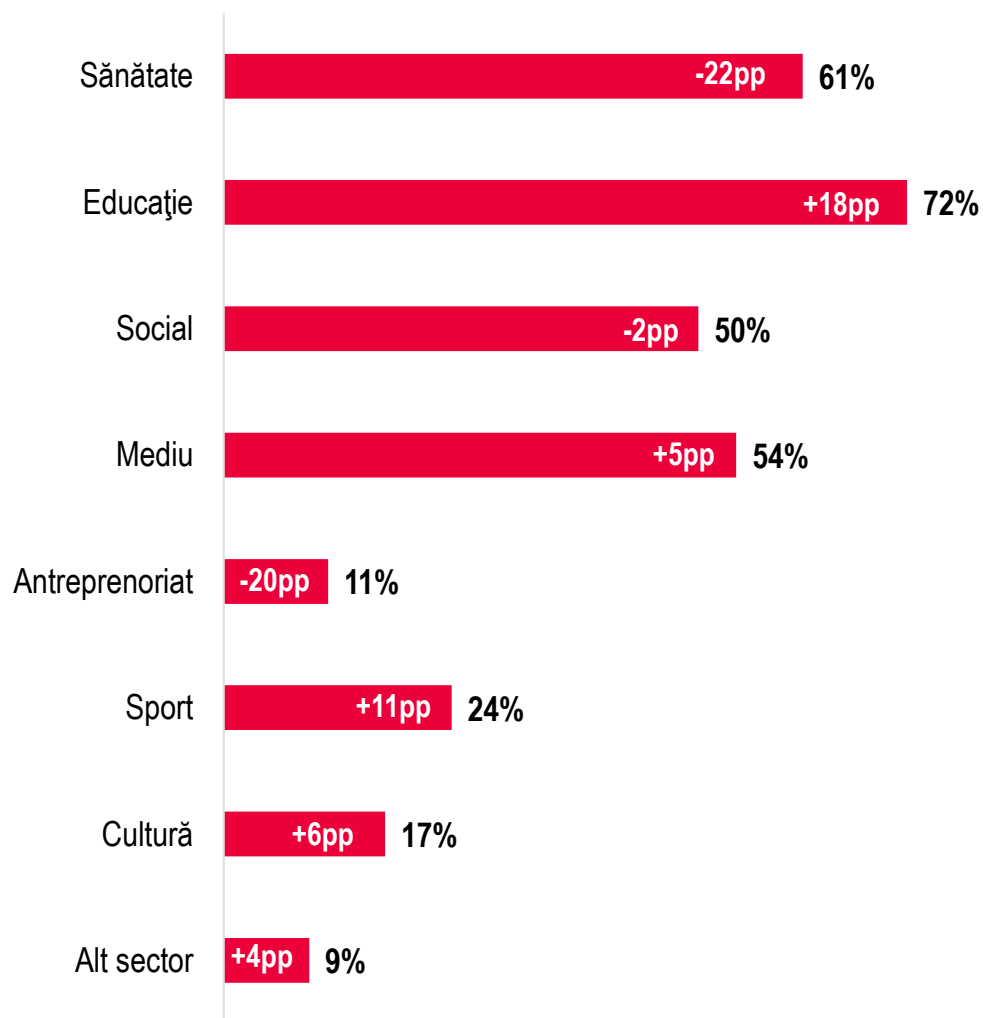


Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

La ce nivel sunt sau au fost derulate proiectele inițiate de compania dumneavoastră anul trecut? (mai multe variante de răspuns)

69% dintre companiile respondente în 2022, față de 68% în 2021 (+1pp), spun că derulează proiecte la nivel național, iar 33% vs. 29% (+4pp) că au proiecte la nivel regional.

Pe primul loc rămân companiile care derulează proiecte la nivel național (69% în 2022 vs. 68% în 2021) în urma unei creșteri de +1pp. Companiile care fac proiecte de CSR la nivel local trec pe locul al doilea (+16pp), iar cele care derulează proiecte la nivelul regional trec pe locul al treilea, cu o creștere de +4pp. Cea mai mare scădere de -30pp în 2022 față de +27pp în 2021 o vedem la companiile care derulează proiecte la nivelul tuturor comunităților în care activează.



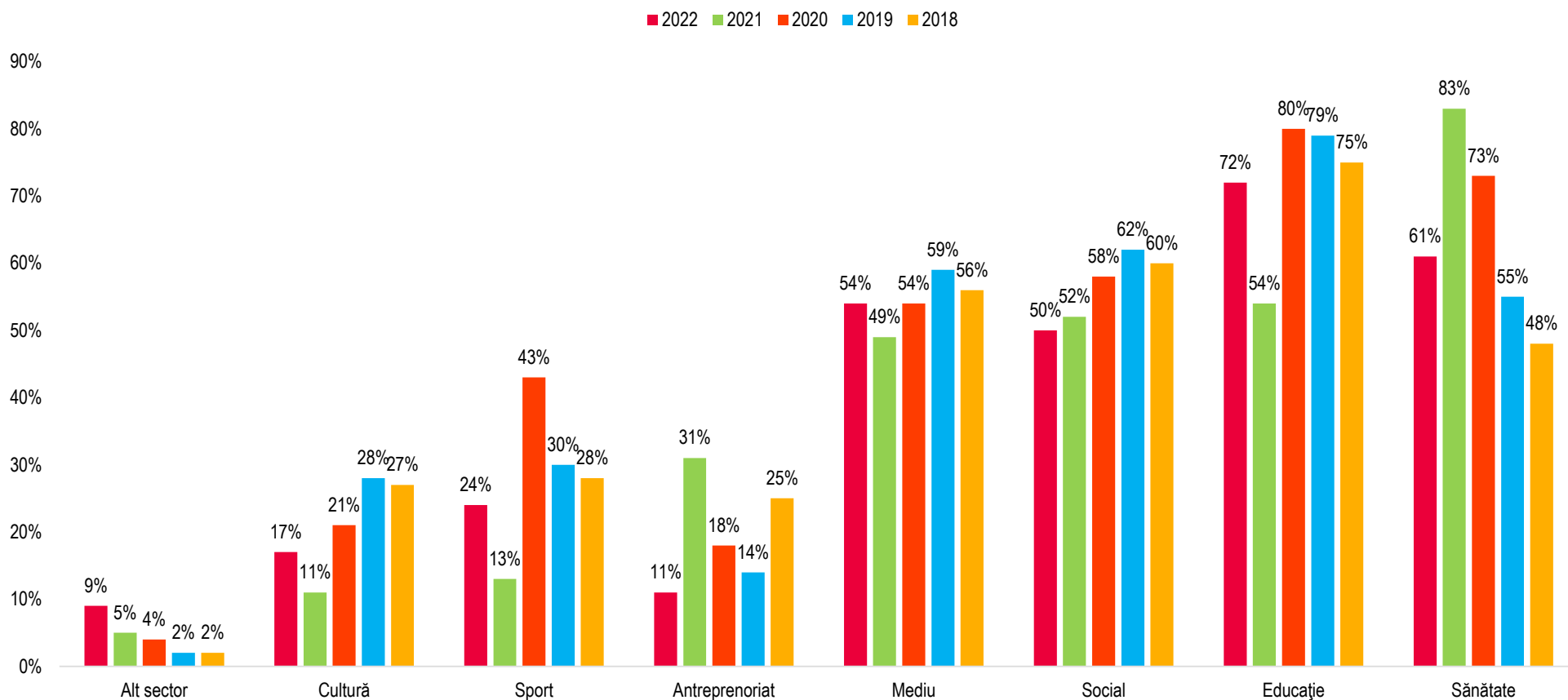
Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Ce sectoare ale comunității au fost vizate pentru intervenție și sprijin în 2022? (mai multe variante de răspuns)

72% dintre companii în 2022, față de 54% anterior (+18pp), au vizat domeniul educației pentru intervenție și sprijin și numai 61% vs. 83% (-22pp) sănătatea.

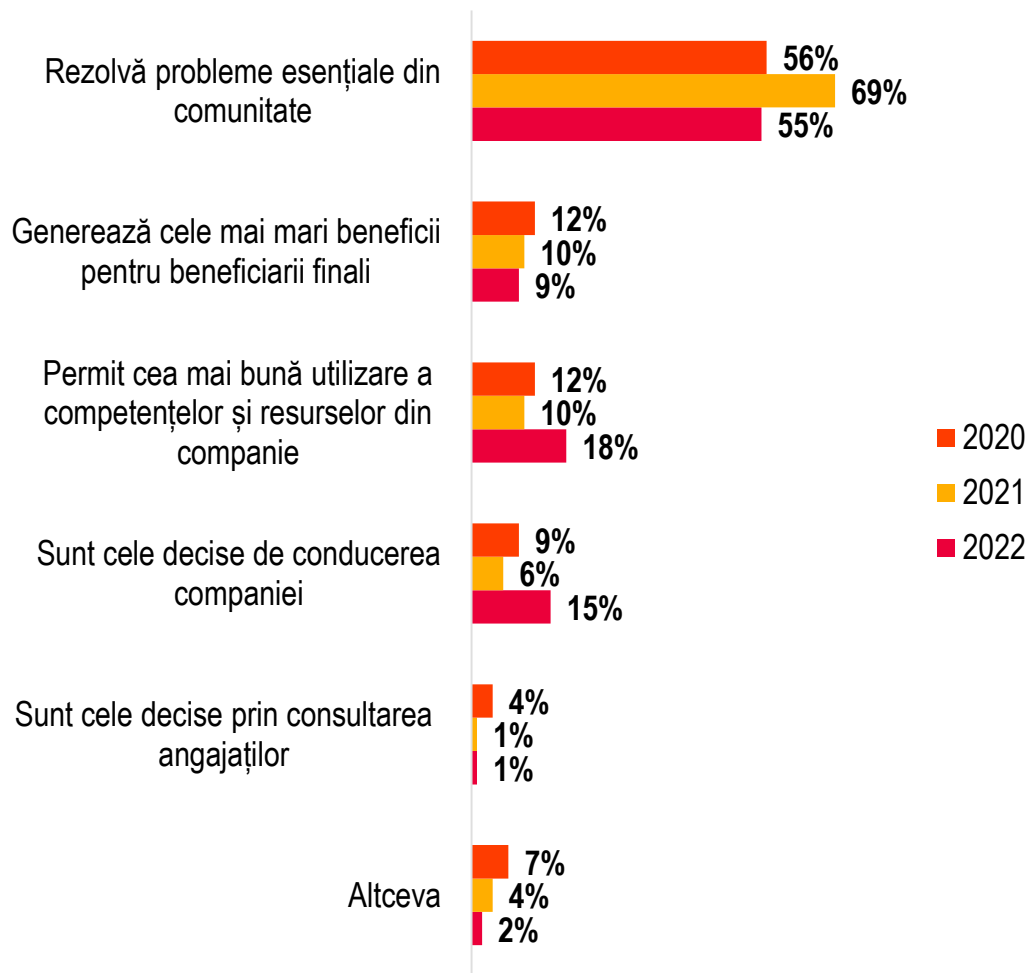
Două sectoare cu au parte de o scădere puternică, sănătate și antreprenariat, în 2022. Două sectoare, educație și sport, au parte de o creștere de +18pp, respectiv +11pp. Cultura și mediul cresc de asemenea dar cu valori mai mici de +6pp respectiv +5pp. De remarcat este faptul că top 3 sectoare sunt educația, sănătatea și mediul în 2022.

Ce sectoare ale comunității au fost vizate pentru intervenție și sprijin? (mai multe variante de răspuns)



Ce sectoare ale comunității au fost vizate pentru intervenție și sprijin? (mai multe variante de răspuns)

	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Alt sector	9%	5%	4%	2%	2%	3%	5%	5%	6%
Cultură	17%	11%	21%	28%	27%	30%	33%	35%	33%
Sport	24%	13%	43%	30%	28%	40%	40%	41%	40%
Antreprenoriat	11%	31%	18%	14%	25%	23%	18%	15%	18%
Mediu	54%	49%	54%	59%	56%	49%	50%	35%	51%
Social	50%	52%	58%	62%	60%	65%	52%	62%	48%
Educație	72%	54%	80%	79%	75%	65%	75%	69%	75%
Sănătate	61%	83%	73%	55%	48%	60%	61%	54%	61%



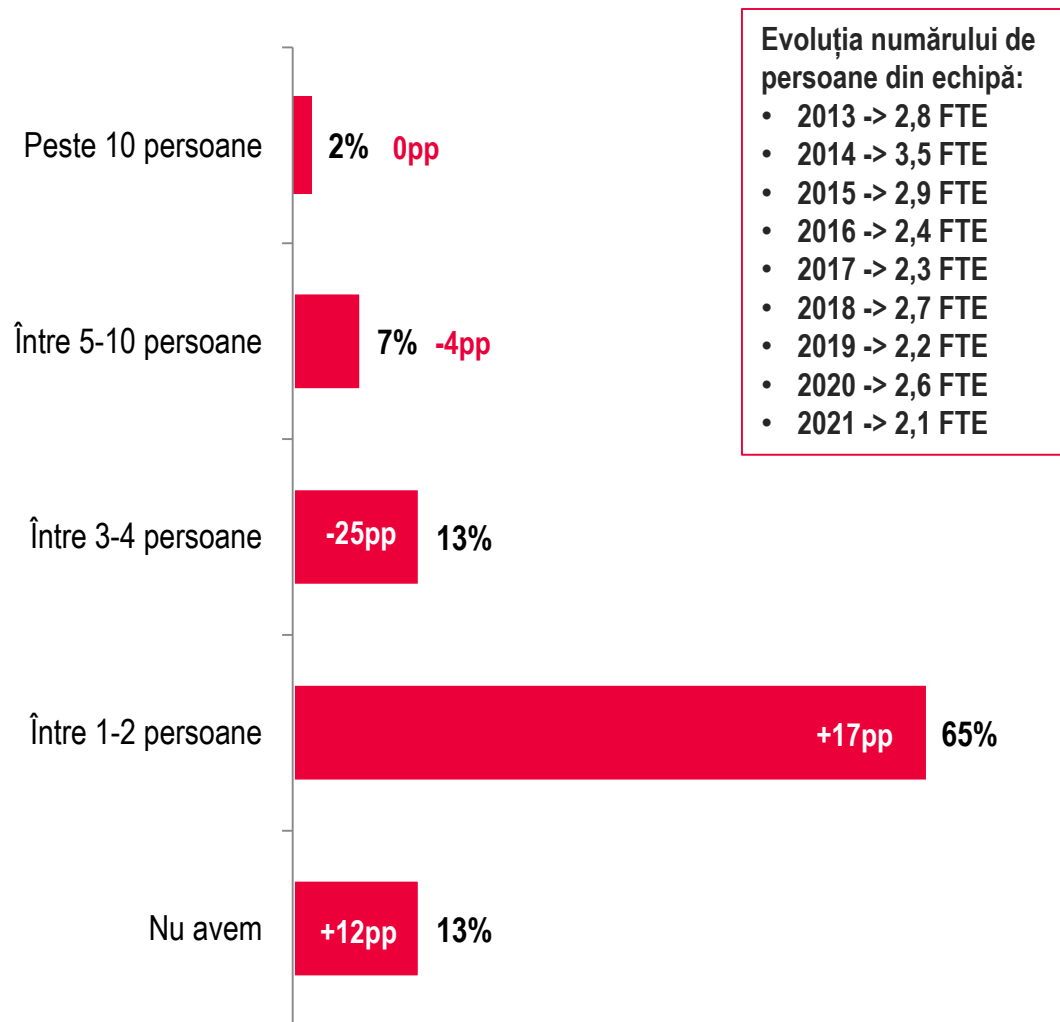
Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

De ce considerați aceste sectoare ca fiind cele mai importante pentru activitatea de CSR a companiei?

(o singură variantă de răspuns)

56% dintre companii spun că, în 2022, sectoarele alese erau importante pentru activitatea de CSR a companiei deoarece rezolvau probleme esențiale din comunitate.

Criteriul cel mai important de selecție al sectoarelor vizate – rezolvă probleme esențiale din comunitate – este în scădere cu -13pp. Pe locul al doilea și al treilea, la distanța mare, se află cu 18% faptul că sectoarele alese permit o mai bună utilizare a competențelor și resurselor companiei (+8pp), respectiv sunt cele alese de conducerea companiei (+15pp).



Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Câte persoane au făcut parte din echipa de CSR în 2022?

(o singură variantă de răspuns)

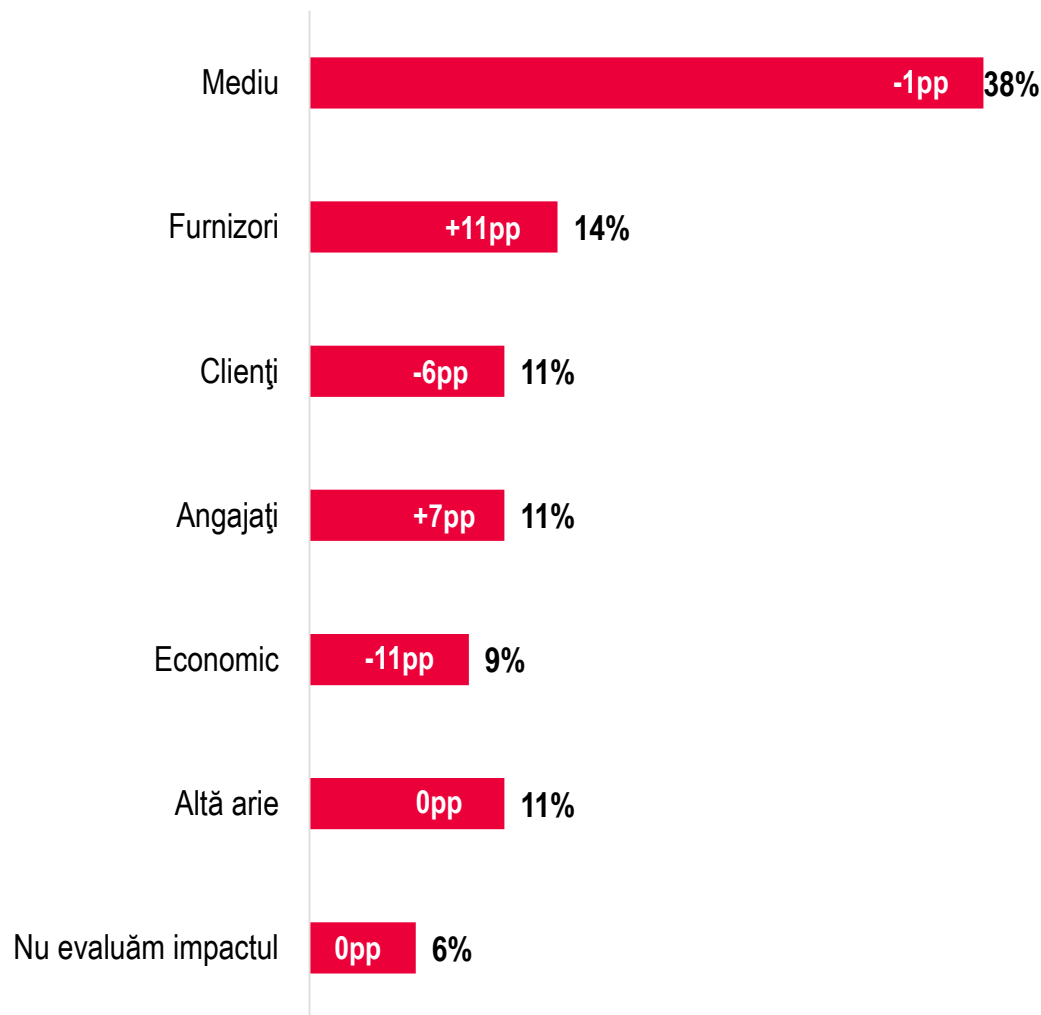
2,1 FTE este dimensiunea medie a echipei de CSR în anul 2022, dar 65% dintre companii, în creștere de la 48% anterior, au echipe de 1-2 persoane.

Numărul de angajați cu normă întreagă (sau echivalentul acestora) din echipa de CSR a înregistrat o scădere de la 2,6 FTE în 2021 la 2,1 FTE în 2022. Pe de altă parte, este de remarcant faptul că 65% dintre companii (+17pp) spun că au avut o echipă de CSR alcătuită din 1-2 persoane în 2022.



IMPACT ȘI RAPORTARE



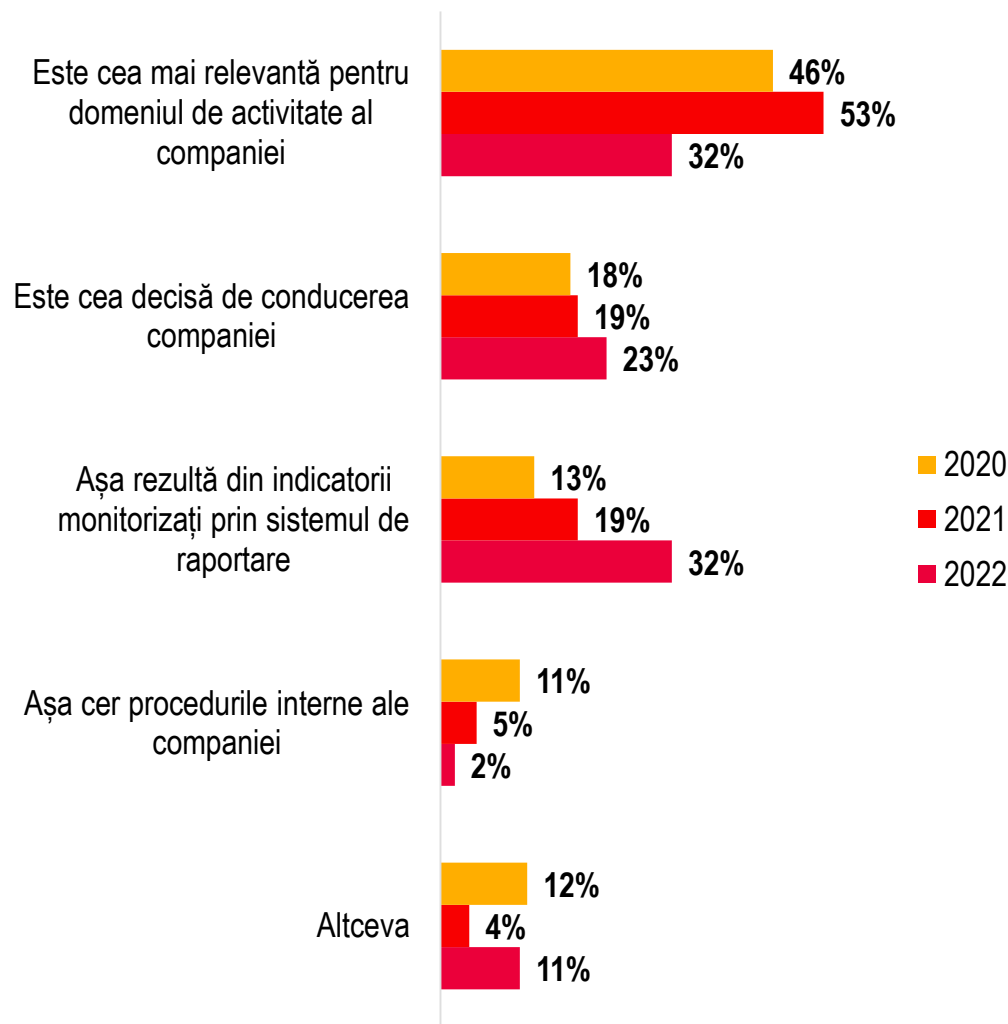


Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

Care este cea mai importantă arie în funcție de care vă evaluați impactul activității CSR? (o singură variantă de răspuns)

38% dintre companii consideră mediul ca fiind cea mai importantă arie pentru evaluarea impactului activității de CSR în 2022, la fel ca în anul anterior.

În 2022 mediul (-1pp) se menține pe primul loc ca cea mai importantă arie în funcție de care companiile își evaluează impactul activității de CSR. Cu o creștere de +11pp, furnizorii trec pe locul al doilea. Din păcate, remarcăm o scădere de -6pp la clienți, dar și o veste bună: o creștere de +7pp la angajați.



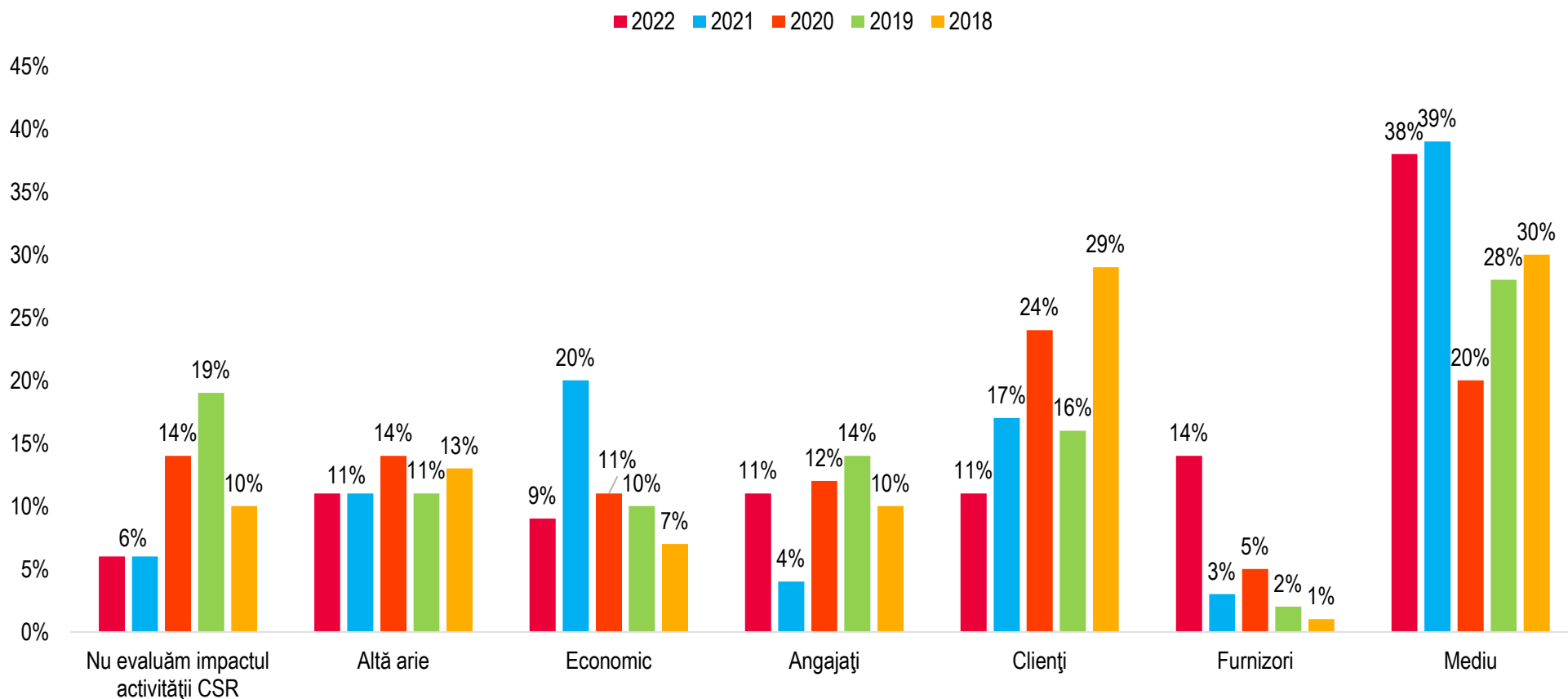
Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

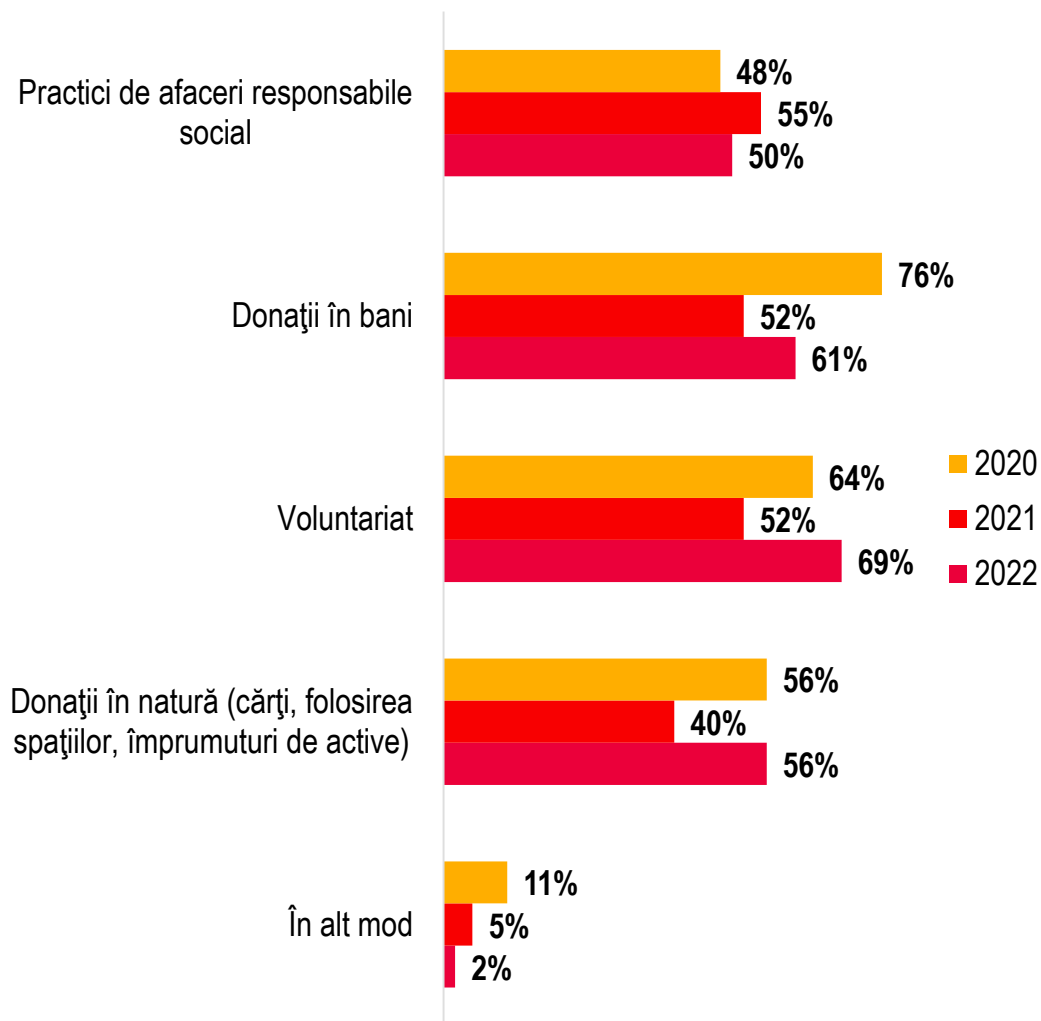
De ce considerați că aceasta este cea mai importantă arie?
(o singură variantă de răspuns)

46% dintre companiile respondente (-7pp) consideră că cea mai importantă arie pentru evaluarea impactului activității de CSR are avantajul că este cea mai relevantă pentru domeniul lor de activitate.

În 2022 companiile selectează cea mai importantă arie pentru evaluarea impactului activității de CSR pe baza relevanței pentru domeniul de activitate (46%), pe baza a elementelor care rezultă din indicatorii monitorizați de sistemul de raportare (32%) și pe baza deciziei conducerii companiei (23%).

Care este cea mai importantă arie în funcție de care vă evaluați impactul activității CSR? (o singură variantă de răspuns)





Total respondenți: 164
(Au omis întrebarea: 0)

În ce mod oferă compania dumneavoastră ajutor comunității?

(mai multe variante de răspuns)

69% dintre companiile respondente în 2022, față de 52% în 2021, au ajutat comunitatea prin voluntariat, iar 56% vs. 40% prin donații în natură.

Companiile care oferă ajutor comunității, având practici de afaceri responsabile social, au o scădere de -5pp. În 2022, crește cu +17pp voluntariatul. Donațiile în bani cresc de la 52% în 2021 la 61% în 2022, iar cele în natură cresc cu +16pp, de la 40% la 56% (după ce anterior scăzuseră exact cu -16pp).

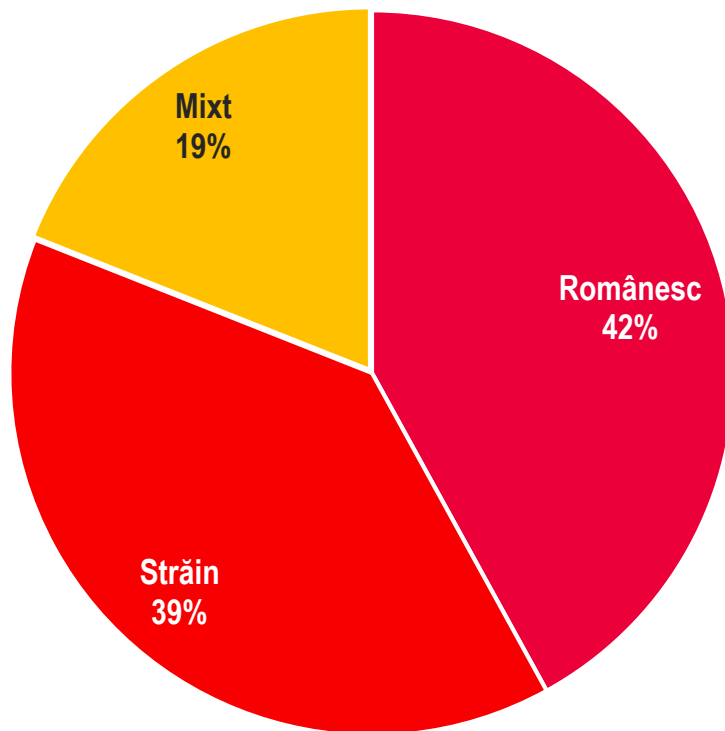
CSRmedia



DATE DEMO
GRAFICE

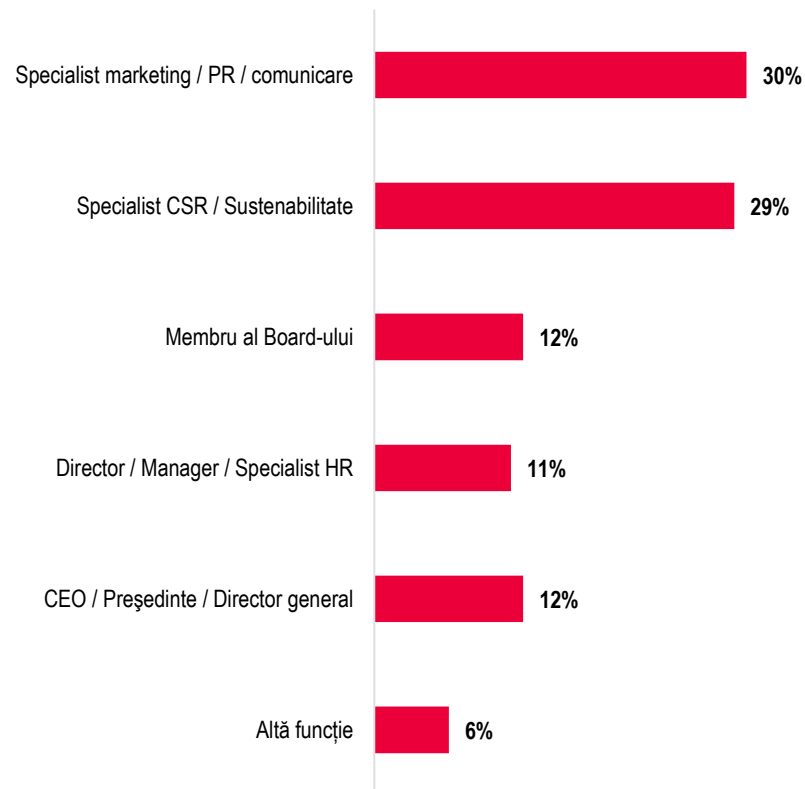
Date demografice

Tipul companiei (după natura capitalului)



Răspunsuri: 164
Au omis întrebarea: 0

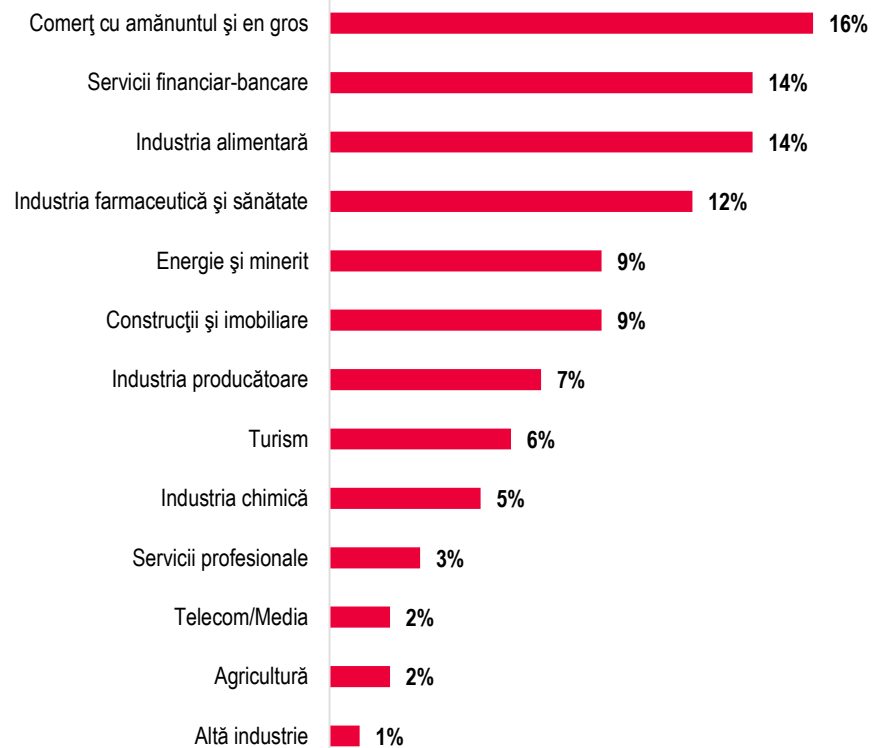
Funcția respondentului



Răspunsuri: 164
Au omis întrebarea: 0

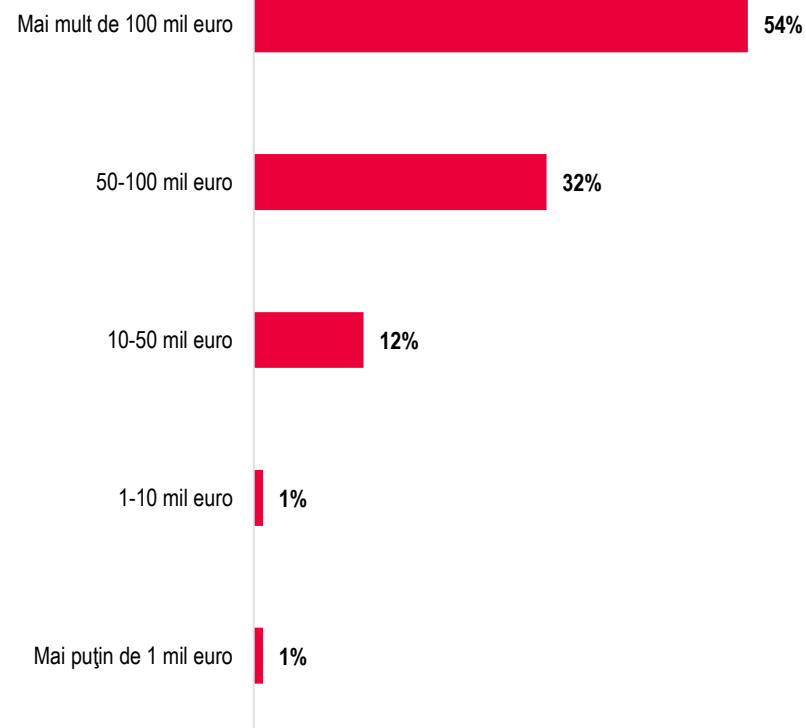
Date demografice

Industrie/sector



Răspunsuri: 164
Au omis întrebarea: 0

Cifra de afaceri (2022)



Răspunsuri: 164
Au omis întrebarea: 0



CONCLUZIILE AUTORILOR



Concluziile autorilor



Constantin Măgdalina

Director Executiv
Valoria Business Solutions
constantin.magdalina@valoria.ro

*Cea de-a zecea ediție a studiului **Dinamica și perspectiva domeniului de CSR** oferă rezultatele comparative ale ultimilor 5 ani. Studiul surprinde evoluția bugetelor, numărului de proiecte, zonelor de interes ale companiilor. Este mai mult decât un instrument de analiză, dar și un ghid pentru cei care aprobă bugetele, activitățile și implică oamenii în proiecte de CSR. Profesionalizarea domeniului CSR în România este în derulare și un prim pas pentru ca acest proces să se accelereze este să avem ocazia evaluării la zi a domeniului prin intermediul acestui studiu.*



Elena Badea

Managing Partner
Valoria Business Solutions
elena.badea@valoria.ro

*Suntem încântați că studiul **Dinamica și perspectiva domeniului de CSR** a ajuns la cea de-a zecea ediție și este un reper pentru acest domeniu în România. Studiul arată cum au evoluat companiile de la derularea proiectelor de CSR cu bugete mici și preponderent locale la cele cu acoperire națională și bugete în creștere, de la cvasi-inexistența raportării de CSR la adoptarea standardelor de raportare internaționale. Dar cel mai important rezultat este faptul că bugetele alocate pentru CSR au crescut sau au stagnat și au fost alocate spre educație și sănătate.*



Lăcrămioara Botezatu

Project Manager
CSRMedia.ro
lacramioara@csrmedia.ro

*Ajuns la ediția a zecea, rezultatele studiului **Dinamica și perspectiva domeniului de CSR** ne oferă o perspectivă de ansamblu asupra domeniului CSR din ultimii 5 ani în România. Acest studiu este un instrument util atunci când se elaborează o strategie de CSR și se documentează decizii. Fiind deja la a zecea ediție, pune la dispoziție informații comparative, care ne arată dinamica responsabilității sociale din ultimii ani și mai ales tendințele. Observăm o preocupare evidentă a directorilor executivi și managerilor privind sustenabilitatea operațiunilor.*

CSRmedia



DATE DE
CONTACT

Date de contact și mulțumiri



Constantin Măgdălina

Director Executiv
Valoria Business Solutions
constantin.magdalina@valoria.ro



Elena Badea

Managing Partner
Valoria Business Solutions
elena.badea@valoria.ro



Lăcrămioara Botezatu

Project Manager
CSRMedia.ro
lacramioara@csrmedia.ro

Dorim să le mulțumim tuturor celor care au răspuns chestionarului trimis pentru realizarea acestui studiu. Am fost încântați să constatăm interesul pentru această temă, dar și răspunsurile prompte. Acest studiu este realizat în parteneriat cu CSRmedia.ro.

Despre Valoria

Valoria Business Solutions este o companie de training, consultanță și coaching. Misiunea companiei este aceea de a transforma în valoare potențialul echipelor și organizațiilor. Competența, încrederea, inovația și pasiunea sunt valorile pe care le susținem prin tot ceea ce facem. Credem în oameni și în aspirația lor de împlinire personală și profesională și în dorința lor de a-și accelera potențialul. Aflați mai multe despre noi pe: www.valoria.ro.

Aceasta este o analiză cantitativă care își propune să evidențieze tendințe în legătură cu aceasta temă și să pună la îndemână ipoteze de lucru ce pot fi ulterior validate prin cercetări de piață extinse, pe eșantioane reprezentative. Acest material este conform informațiilor pe care le deținem la momentul redactării. El are un caracter informativ și de aceea se recomandă apelarea la asistență specializată înainte de a întreprinde orice acțiune în baza lui.

CSRmedia



VĂ MULȚUMIM!



CSRMedia.ro

Lăcrămioara Botezatu, Project Manager

Mobile: 0721 88 63 78

Email: lacramioara.botezatu@csrmedia.ro

Web: www.CSRMedia.ro



Valoria Business Solutions

Elena Badea, Managing Partner

Mobile: 0726 13 99 02

Email: elena.badea@valoria.ro

Web: www.valoria.ro

