

**Anca Antoaneta Vărzaru**  
**Claudiu George Bocean**  
**Michael Marian Nicolescu**



**Anca Antoaneta Vărzaru  
Claudiu George Bocean  
Michael Marian Nicolescu**

# **Etica în afaceri, responsabilitatea socială și sustenabilitatea în economia contemporană**



**Editura UNIVERSITARIA  
Craiova, 2021**

## **Referenți științifici**

Prof.univ.dr. Daniela Victoria Popescu

Conf.univ.dr. Cătălin Mihail Barbu

Copyright © 2021 Editura Universitaria

Toate drepturile sunt rezervate Editurii Universitaria

---

## **Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României VĂRZARU, ANCA ANTOANETA**

**Etica în afaceri, responsabilitatea socială și  
sustenabilitatea în economia contemporană / Anca**

Antoaneta Vărzaru, Claudiu George Bocean, Michael Marian  
Nicolescu. - Craiova : Universitaria, 2021

Conține bibliografie

ISBN 978-606-14-1757-5

I. Bocean, Claudiu-George

II. Nicolescu, Michael Marian

174.4

© 2021 by Editura Universitaria

Această carte este protejată prin copyright. Reproducerea integrală sau parțială, multiplicarea prin orice mijloace și sub orice formă, cum ar fi xeroxarea, scanarea, transpunerea în format electronic sau audio, punerea la dispoziția publică, inclusiv prin internet sau prin rețelele de calculatoare, stocarea permanentă sau temporară pe dispozitive sau sisteme cu posibilitatea recuperării informațiilor, cu scop comercial sau gratuit, precum și alte fapte similare săvârșite fără permisiunea scrisă a deținătorului copyrightului reprezintă o încălcare a legislației cu privire la protecția proprietății intelectuale și se pedepsesc penal și/sau civil în conformitate cu legile în vigoare.

## **Cuprins**

|                                                                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Partea I. ETICA ÎN ORGANIZAȚIILE CONTEMPORANE.....                                                                        | 7   |
| CAPITOLUL I. ETICA ÎN AFACERI – CONCEPTE, EVOLUȚII, CADRUL DE FUNCȚIONARE .....                                           | 9   |
| 1.1. Delimitări conceptuale privind etica în afaceri .....                                                                | 9   |
| 1.2. Evoluții ale eticii în afaceri .....                                                                                 | 10  |
| 1.3. Necesitatea eticii în afaceri .....                                                                                  | 16  |
| 1.4. Cadrul de funcționare al eticii în afaceri. Rolul stakeholderilor în cadrul eticii organizaționale.....              | 23  |
| 1.5. Implementarea perspectivei stakeholderilor în cadrul unei organizații.....                                           | 33  |
| CAPITOLUL II. MANAGEMENTUL ETICII ÎN CADRUL UNEI ORGANIZAȚII.....                                                         | 39  |
| 2.1. Procesul de adoptare a deciziilor etice .....                                                                        | 39  |
| 2.2. Identificarea unei probleme etice în cadrul unei organizații.....                                                    | 54  |
| CAPITOLUL III. ETICA ÎN RELAȚIA CU STAKEHOLDERII ....                                                                     | 83  |
| 3.1. Etica în relația cu consumatorii.....                                                                                | 84  |
| 3.2. Etica în relația cu angajații.....                                                                                   | 87  |
| 3.3. Etica în relația cu acționarii .....                                                                                 | 89  |
| 3.4. Etica în relația cu creditorii .....                                                                                 | 94  |
| 3.5. Etica în relația cu furnizorii .....                                                                                 | 96  |
| 3.6. Etica în relația cu distribuitorii.....                                                                              | 101 |
| 3.7. Etica în relația cu concurenții.....                                                                                 | 103 |
| Partea II. RESPONSABILITATEA SOCIALĂ, GUVERNANȚA CORPORATIVĂ ȘI SUSTENABILITATEA - PROBLEME, PROVOCĂRI, OPORTUNITĂȚI..... | 107 |

|                                                                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| CAPITOLUL IV. RESPONSABILITATEA SOCIALĂ ȘI<br>GUVERNANȚA CORPORATIVĂ A ORGANIZAȚIILOR.....                                                      | 109 |
| 4.1. Responsabilitatea socială corporativă .....                                                                                                | 109 |
| 4.2. Guvernanța corporativă.....                                                                                                                | 120 |
| 4.3. Responsabilitatea socială ca dimensiune a eticii în<br>afaceri.....                                                                        | 124 |
| 4.3.1. Rolul afacerilor în societate .....                                                                                                      | 124 |
| 4.3.2. Interconectarea responsabilității sociale cu etica în<br>afaceri.....                                                                    | 128 |
| 4.3.3. Implementarea responsabilității sociale în strategia<br>organizațională.....                                                             | 133 |
| 4.3.4. Relațiile dintre responsabilitatea socială, guvernanța<br>corporativă și etica în afaceri .....                                          | 138 |
| 4.3.5. Responsabilitatea corporativă – concept integrator al<br>guvernanței corporative, responsabilității sociale și eticii în<br>afaceri..... | 143 |
| CAPITOLUL V. SUSTENABILITATEA – CONCEPT,<br>CARACTERISTICI EVOLUȚII .....                                                                       | 148 |
| 5.1. Dezvoltarea sustenabilă – concept, caracteristici,<br>inițiative .....                                                                     | 148 |
| 5.2. Evoluții ale conceptului de sustenabilitate.....                                                                                           | 156 |
| CAPITOLUL VI. ABORDAREA INTEGRATIVĂ A ETICII,<br>RESPONSABILITĂȚII SOCIALE, GUVERNANȚEI<br>CORPORATIVE ȘI SUSTENABILITĂȚII .....                | 160 |
| 6.1. Necesitatea integrării conceptelor de etică,<br>responsabilitate și sustenabilitate .....                                                  | 160 |
| 6.2. Model de integrare a conceptelor de etică,<br>responsabilitate, sustenabilitate.....                                                       | 171 |
| Bibliografie.....                                                                                                                               | 181 |

**Partea I.**  
**ETICA ÎN ORGANIZAȚIILE CONTEMPORANE**





## **Capitolul I. ETICA ÎN AFACERI – CONCEPTE, EVOLUȚII, CADRUL DE FUNCȚIONARE**

### ***1.1. Delimitări conceptuale privind etica în afaceri***

Capacitatea de a recunoaște și de a face față problemelor complexe de etică în afaceri a devenit o prioritate semnificativă în organizațiile secolului al-XXI-lea. Etica în afaceri excedă legalitatea acțiunilor, luând în considerare nu numai respectarea tuturor actelor normative ce reglementează activitatea organizației, ci și a unor principii, valori, reguli acceptabile din punct de vedere etic sau moral de către societate.

Diferența dintre o decizie normală și una etică constă în faptul că actele normative nu mai sunt suficiente în procesul decizional, fiind necesară luarea în considerare și a valorilor, principiilor, regulilor, practicilor acceptate în organizație și în societate. În consecință, valorile și judecățile de valoare joacă un rol critic în procesul adoptării deciziilor etice. Cu toate acestea, trebuie luate în considerare unele aspecte specifice atunci când se implementează etica în afaceri. În primul rând, pentru a supraviețui, companiile trebuie să realizeze un profit. Dacă profiturile sunt realizate prin comportament neetic sau ilegal, viața organizației poate fi pusă în pericol. În al doilea rând, organizațiile trebuie să realizeze un echilibru între dorința de a maximiza profitul și nevoile și cerințele comunității în care își desfășoară activitatea și a societății în ansamblu său. Menținerea acestui echilibru necesită deseori compromisuri. Pentru a aborda aceste aspecte unice ale lumii afacerilor, societatea a elaborat reguli, atât sub forma actelor normative, cât și implicate sub

forma valorilor și principiilor etice pentru a orienta organizațiile în acțiunile lor de a realiza profituri în moduri care nu dăunează indivizilor sau societății în ansamblu său.

Cele mai multe definiții ale eticii de afaceri se referă la reguli, standarde și principii morale care subliniază ceea ce este bine sau rău în situații specifice. Principiile sunt limite specifice și omniprezente pentru comportamente care sunt universale și general acceptate (Trevino & Nelson, 2011). Principiile devin adesea baza regulilor. Câteva exemple de principii includ libertatea de exprimare, respectarea legii, drepturi egale, nediscriminarea, libertățile civile. Valorile sunt folosite pentru a dezvolta norme care sunt aplicate din punct de vedere social (exemple de valori: integritatea, responsabilitatea, încrederea etc.). Investitorii, angajații, clienții, consumatorii, sindicatele, sistemul juridic și comunitatea determină de multe ori dacă o acțiune specifică este corectă sau greșită, etică sau neetică.

Studiul eticii în afaceri presupune identificarea aspectelor etice în momentul apariției, analiza abordărilor disponibile pentru soluționarea acestora, analiza caracteristicilor procesului decizional etic și a modalităților de promovare a comportamentului etic în cadrul organizației, gestionarea conflictelor dintre propriile valori și cele ale organizației.

## ***1.2. Evoluții ale eticii în afaceri***

Studiul eticii în afaceri a evoluat de-a lungul timpului putându-se distinge cinci etape distincte până în secolul XX și continuă să evolueze în secolul XXI (Ferrell, et al., 2011):

- preistoria eticii în afaceri (înainte de anii 1960),
- creșterea interesului pentru problemele sociale (anii 1960),

- apariția eticii în afaceri ca domeniu de studiu științific (anii 1970),
- consolidarea eticii în afaceri ca domeniu de studiu științific (anii 1980),
- instituționalizarea eticii în afaceri (anii 1990),
- reînnoirea conceptului de etică în afaceri (secolul al XXI-lea).

**I. Preistoria eticii în afaceri.** Înainte de anii 1960, capitalismul nu a încorporat conceptul de etică în afaceri. Pentru obținerea profitului era justificată utilizarea oricărui mijloc sau acțiuni. În anii 1920, mișcările progresive au luptat pentru drepturile muncitorilor. În anii 1930 criza a fost pusă pe seama lăcomiei organizațiilor, care au fost acuzate pentru problemele economice ale țărilor. S-a făcut apel la organizații să lucreze mai strâns cu guvernul pentru a crește veniturile familiei. În anii 1950 au fost puse în discuție drepturile civile și responsabilitatea ecologică, fiind considerate drept probleme etice pe care întreprinderile trebuiau să le abordeze.

Până în anii 1960, aspectele etice legate de afaceri au fost adesea discutate în domeniul teologiei sau al filozofiei. Problemele morale individuale legate de afaceri au fost abordate în biserici, sinagogi și moschei. Liderii religioși au ridicat întrebări privind salariile echitabile, practicile de muncă și moralitatea capitalismului. Tradițiile religioase catolice, și îndeosebi protestante au pus bazele viitorului domeniu al eticii de afaceri. Fiecare religie și-a aplicat conceptele morale nu numai în domeniul afacerilor, ci și în ceea ce privește guvernarea, politica, familia, viața personală și toate celelalte aspecte ale vieții.



**Figura 1.1.**  
**Etape în evoluția eticii în afaceri**

**II. Creșterea interesului pentru problemele sociale (anii 1960).** În anii 1960, societatea s-a antagonizat cu modul de organizare capitalist. Și-a făcut apariția o atitudine împotriva organizațiilor din domeniul afacerilor, deoarece mulți critici

considerau că agenții economici și-au extins influența asupra factorilor politici ai societății, pe care îi controlau. Anii 1960 au cunoscut o recrudescență a problemelor ecologice, cum ar fi poluarea și eliminarea deșeurilor. Această perioadă a fost, de asemenea, caracterizată prin apariția unor organizații care luptau pentru drepturile consumatorilor, fiind pentru prima dată puse în discuție aceste drepturi civile. Tot în această perioadă a apărut ideea responsabilității guvernelor de a oferi cetățenilor un anumit grad de stabilitate economică, egalitate și justiție socială.

**III. Apariția eticii în afaceri ca domeniu de studiu științific (anii 1970).** Etica în afaceri a început să se dezvolte ca un domeniu de studiu în anii 1970. Teologii și filosofii au pus bazele sugerând faptul că anumite principii morale și idei etice ar putea fi aplicate activităților organizaționale. Plecând de la ideile sugerate de religie și filosofie, specialiștii în economie au început să discute și să promoveze responsabilitatea socială corporativă, focalizându-se pe obligația unei organizații de a își maximiza impactul pozitiv asupra părților interesate și de a minimiza impactul său negativ. Companiile au devenit mai preocupate de imaginile lor publice și, pe măsură ce cererile din diverse direcții ale societății au crescut, multe organizații au înțeles că trebuie să abordeze problemele etice în mod direct.

Până la sfârșitul anilor 1970, au fost puse în discuție o serie de probleme etice majore cu care se confruntau organizațiile, cum ar fi mita, publicitatea înșelătoare, carteluri ale prețurilor, siguranța produselor și mediul. Etica în afaceri a devenit o expresie comună și nu mai era considerată un oximoron. Cercetătorii au încercat să identifice problemele etice și să descrie modul în care decidenții organizaționali aleg să acționeze în

anumite situații. Cu toate acestea, eforturile au fost limitate, unele organizații eludând în continuare problemele etice.

**IV. Consolidarea eticii în afaceri ca domeniu de studiu științific (anii 1980).** În această perioadă cercetătorii și practicienii au recunoscut etica în afaceri ca un domeniu de studiu. Organizațiile care și-au propus să desfășoare afaceri etice au crescut ca număr. Au fost înființate centre de etică în afaceri care oferă publicații, organizează cursuri, conferințe și seminarii. Etica în afaceri a reprezentat, de asemenea, o preocupare proeminentă în cadrul unor companii importante care au creat comitete de etică și de politică socială pentru abordarea problemelor etice.

Anii 1980 au cunoscut o perioadă în care susținătorii autoreglementării piețelor au devenit mai vocali condamnând intervenționismul și reglementarea strictă. Multe tarife și bariere comerciale au fost înlăturate, iar companiile au fuzionat și au contribuit la crearea unei economii din ce în ce mai globalizată, favorizată și de căderea regimurilor de factură comunistă. Astfel, în timp ce școlile de afaceri ofereau cursuri de etică în afaceri, normele în afaceri se schimbau foarte rapid de la un an la altul ca urmare a unei dereglementări puternice. Corporațiile naționale au început să opereze pe plan internațional și s-au confruntat cu valori și reguli care nu erau specifice activităților anterioare desfășurate pe plan național.

**V. Instituționalizarea eticii în afaceri (anii 1990).** În anii 1990 în tot mai multe țări au fost adoptate linii directoare privind etica în afaceri și responsabilitatea socială. Astfel de linii directoare promovează elaborarea unor programe eficiente de conformare legală și etică. Aceste linii directoare arată că o

abordare mecanică care utilizează logica legalistă nu este suficientă pentru a evita sancțiunile grave din partea instituțiilor guvernamentale, blamarea din partea comunității în care își desfășoară activitatea și a publicului în general. O organizație trebuie să își dezvolte propriile valori corporative, să-și aplice propriul cod de etică și să depună eforturi pentru a preveni și combate comportamentele neetice.

**VI. Reînnoirea conceptului de etică în afaceri (secolul al XXI-lea).** Deși etica afacerilor a devenit din ce în ce mai instituționalizată în anii 1990, la începutul anilor 2000 au apărut noi dovezi că mulți manageri nu au îmbrățișat pe deplin dorința publicului de a avea înalte standarde etice. O serie de abuzuri ale managerilor companiilor din domeniul financiar din anii 2000 au sporit cerințele publice și ale factorilor politici pentru a îmbunătăți standardele etice în afaceri.

O serie de acte normative (cum ar fi Legea Sarbanes-Oxley din anul 2002 în S.U.A.) și linii directoare au instituționalizat obligația organizațiilor de a descoperi și aborda riscul etic și juridic. Conducerea superioară și consiliul de administrație al unei organizații sunt responsabile pentru descoperirea riscurilor asociate comportamentului etic. Majoritatea firmelor dezvoltă mecanisme formale și informale pentru a avea o comunicare interactivă și transparentă în privința problemelor asociate cu riscurile etice. Din păcate, majoritatea managerilor nu văd riscul unei probleme etice grave la fel de important ca riscul asociat cu incendiile, dezastrele naturale sau eșecul tehnologic. Problemele și comportamentele etice grave pot fi mult mai dăunătoare pentru reputația unei companii decât riscurile care sunt gestionate prin asigurare sau alte metode. În

anul 2008, sistemul financiar s-a prăbușit din cauza utilizării sistematice în mod incorect și netransparent a instrumentelor financiare derivate. Guvernul a fost obligat să salveze multe companii financiare și mulți ani după aceea să intervină pentru a ajuta organizațiile producătoare majore ca urmare a scăderii vânzărilor pe fondul crizei financiare.

Ipotezele de bază ale capitalismului sunt puse sub semnul întrebării, deoarece a fost necesară intervenția puternică și decisivă a statelor lumii pentru a stabili piața, fiind pusă la îndoială buna credință a celor care au gestionat banii corporațiilor individuale și ai organizațiilor non-profit. De asemenea, criza financiară i-a determinat pe mulți să pună la îndoială eficiența instituțiilor guvernamentale care au rol de supraveghere și reglementare.

### ***1.3. Necesitatea eticii în afaceri***

Domeniul eticii în afaceri continuă să se schimbe rapid, deoarece mai multe firme recunosc beneficiile îmbunătățirii comportamentului etic și legătura dintre etica afacerilor și performanța financiară. Figura 1.2 oferă o prezentare generală a relației dintre etica afacerii și performanța organizațională. Printre beneficiile pe care le pot aduce comportamentele etice și responsabile din punct de vedere social în afaceri se numără:

- creșterea eficienței operațiunilor zilnice,
- creșterea angajamentului și loialității angajaților,
- bunăvoința investitorilor de a furniza fondurile necesare capitalizării,



- încrederea și satisfacția clienților și îmbunătățirea performanței financiare.

Reputația unei companii are un efect major asupra relațiilor sale cu angajații, investitorii, clienții și multe alte categorii de părți interesate.



**Figura 1.2.**  
**Influența culturii eticii asupra performanței  
organizaționale**

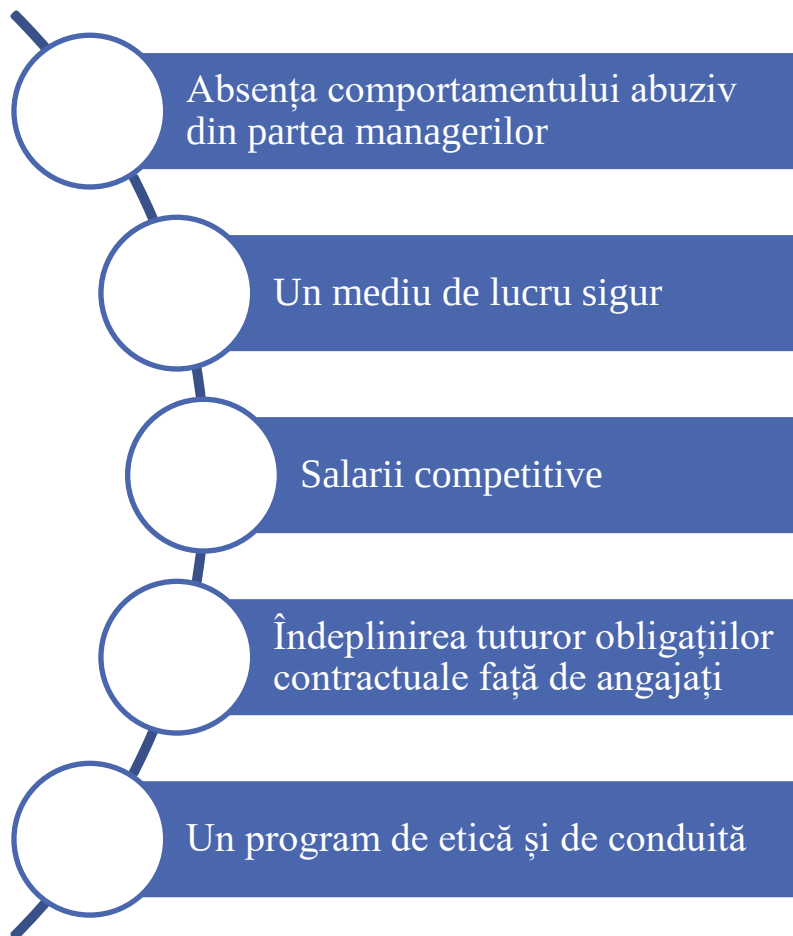
Sursa: Adaptare după Ferrell, 2013

**Contribuția eticii la angajamentul și loialitatea angajaților.** Angajamentul angajaților și loialitatea acestora este determinată de ideea că angajații cred că viitorul lor este legat de cel al organizației și de dorința lor de a face sacrificii personale pentru organizație. Cu cât o organizație este mai dedicată nevoilor angajaților, cu atât este mai probabil ca angajații să ofere din timpul și competențele lor organizației. Aspectele care pot favoriza dezvoltarea unei culturi etice pentru angajați includ absența comportamentului abuziv din partea managerilor, un mediu de lucru sigur, salarii competitive și îndeplinirea tuturor obligațiilor contractuale față de angajați (figura 1.3). Un program de etică și de conduită poate sprijini valorile și comportamentul adecvat.

Percepția angajaților asupra faptului că firma lor are o cultură etică conduce la rezultate care sporesc performanța în cadrul organizației. Din motive atât de productivitate, cât și de eficiență a lucrului în echipă, este esențial ca angajații, atât în interiorul, cât și în relațiile dintre departamente, să manifeste încredere unii față de alții. Încrederea este un factor semnificativ în relațiile dintre departamente. În consecință, programele care creează un mediu de lucru caracterizat de încredere îi fac pe indivizi mai dispuși să se bazeze și să acționeze pe baza deciziilor și acțiunilor colegilor lor. Într-un astfel de mediu de lucru, angajații se pot aștepta în mod rezonabil să fie tratați cu respect și deplină atenție de către colegii și superiorii lor.

Încrederea în relațiile dintre managerii și subordonații acestora contribuie la creșterea eficienței decizionale. Când angajații văd valori precum onestitatea, respectul și încrederea aplicate frecvent la locul de muncă, aceștia simt mai puțină

presiune în direcția compromiterii standardelor etice, și sunt mult mai mulțumiți de organizațiile lor în ansamblu simțindu-se mai bine apreciați ca angajați.



**Figura 1.3.**  
**Aspectele care pot favoriza dezvoltarea unei culturi etice pentru angajați**

De asemenea, angajații care văd compania lor ca având o implicare puternică în cadrul comunității în care își desfășoară activitatea se simt mai loiali angajatorilor lor și au o idee foarte bună despre ei înșiși și despre activitatea lor.

**Contribuția eticii la loialitatea investitorilor.** Conduita etică a organizației conduce la loialitatea acționarilor și poate contribui la succesul acțiunilor care susțin cauze și preocupări sociale mai largi. Investitorii din prezent sunt din ce în ce mai preocupați de etică, responsabilitatea socială și reputația companiilor în care investesc, iar diverse firme de administrare a fondurilor mutuale și de administrare a activelor pot orienta investitorii să cumpere acțiuni în organizații etice.

Investitorii recunosc, de asemenea, că o cultură etică oferă o bază pentru eficiență, productivitate și profit. Pe de altă parte, investitorii știu că publicitatea negativă, procesele și amenzile pot reduce prețurile acțiunilor, pot diminua loialitatea clienților și amenință viabilitatea pe termen lung a unei organizații. Multe organizații acuzate de comportamente neetice au înregistrat scăderi dramatice ale valorii ale acțiunilor atunci când investitorii au renunțat la acțiuni și obligațiuni.

Investitorii se uită la potențialul de creștere a prețurilor acțiunilor sau a dividendelor. Dar, de asemenea, caută orice potențiale defecte în performanță, comportamentul și rapoartele financiare ale companiei. Prin urmare, câștigarea încrederii investitorilor este vitală pentru susținerea stabilității financiare a firmei.

**Contribuția eticii la satisfacția consumatorilor.** Este general acceptat faptul că satisfacția clienților este unul dintre cei mai importanți factori în strategia unei afaceri de succes.