

# Principalele 5 tendințe ale anului 2019 în digital marketing

*Fiecare an aduce direcții noi de evoluție pentru marketingul digital. Unele dintre acestea sunt confirmate de tendințele pe termen mediu sau lung, altele se derulează foarte repede și se pierd pe parcurs. Ceea ce este clar este faptul că mult din ceea ce ține de marketingul digital a ajuns la un nivel avansat de profesionalizare. Nu mai poți activa în acest domeniu fără să cunoști platformele, tehnologia, indicatorii, mecanismele și algoritmi.*

Dincolo de faptul că marketingul digital este tot mai dinamic, acesta este tot mai prezent în strategiile companiilor. Importanța sa pentru afacerile mari sau mici va crește în următorii ani, dar următoarele tendințe vor influența cu siguranță marketingul digital în 2019.

## **1. Video marketingul rămâne tendința #1**

Pentru al patrulea an la rând aceasta este cea mai importantă tendință din marketing-ul digital. Vedem din ce în ce mai mult că majoritatea oamenilor preferă să vizioneze un video decât să citească un post pe blog. Chiar și în România, vedem cum brandurile publică videoclipuri de la evenimente live și vor să ne arate ce se întâmplă în companie prin conținutul video inclus în demersurile de employer branding. Cu toate acestea, video marketingul reușește doar dacă oferă ceea ce doresc, caută și apreciază cei din publicurile țintă. Potrivit HubSpot, includerea unui videoclip într-un email mărește rata de răspuns cu 200-300%, iar includerea pe un landing page crește rata de conversie cu 80%. Anul viitor, feedurile video live vor continua să explodeze, însă diferențierea reală va fi

dată de originalitatea lor.

## **2. Publicitatea programată este o tendință în creștere**

De mai mult de trei ani vedem o creștere susținută a publicității programate. Tehnologia aceasta este foarte apreciată de marketeri, care știu că, astfel, pot folosi mult mai eficient bugetele de publicitate digitală. În România, campaniile programatice cresc ca frecvență și valoare. Brandurile investesc publicitatea programată și vor continua să facă acest lucru. Afișajul digital este pe cale să devină, și acesta, 100% programabil. Dar ceea ce este cu adevărat interesant este modul în care media tradițională urmează exemplul și dezvoltă procese prin care să poată aplica mecanicile din publicitatea programată, transferându-le într-un mod adaptat specificului lor.

## **3. Vocea devine instrumentul de căutare în marketing**

Numeroase surse estimează că, până în 2020, jumătate din toate interogările de căutare vor fi bazate pe voce. Iată de ce marketerii și brandurile încep să fie interesați de această tendință. Tehnologia de recunoaștere a vocii ajută consumatorii de orice vârstă să facă comod căutări privind produsele sau serviciile de care au nevoie. Potențialul pe care îl deschide această tehnologie nu numai pentru vânzări ci și pentru partea de relații clienți, asistență la cumpărare, asistență post-vânzare, etc, este uriaș. Deocamdată, majoritatea căutărilor vocale se bazează pe utilitate – oamenii o folosesc cel mai mult atunci când au mâinile ocupate sau, când conduc. În România o altă limitare este dată de dezvoltarea tehnologiei pentru limba română. Dar, pe măsură ce tehnologia avansează, consumatorii vor deveni mai obișnuiți să folosească căutările vocale.

## **4. Realitatea virtuală și realitatea augmentată**

Jocurile ar putea fi modul în care oamenii înțeleg cel mai adesea ce sunt realitatea virtuală și cea augmentată (VR și AR), dar

există și o oportunitate extraordinară pentru branduri ca să utilizeze aceste tehnologii pentru a îmbunătăți experiența clienților. IKEA, de exemplu, în anul 2016 a lansat IKEA Virtual Reality Kitchen, o aplicație de VR pentru cumpărături prin care utilizatorii pot experimenta în realitatea virtuală aspectul unei bucătării personalizate. Multe alte branduri mari, precum Volvo, Adidas, Coca-Cola, McDonald's au experimentat cu realitatea virtuală oferind noi experiențe clienților. În România, firmele de IT au făcut aplicații care permit noilor angajați sau candidaților să facă un tur virtual al birourilor firmei. Potențialul acestor aplicații pentru toate etapele din ciclul de dezvoltare a unui brand de produs rămâne uriaș. De aceea sperăm să vedem din ce în ce mai multe campanii sau activări care să includă aceste tehnologii, mai ales în retail și FMCG.

## **5. Inteligența artificială și machine learning**

Ne dorim ca și în România brandurile să urmeze tendința globală și să înceapă să experimenteze cu aplicații bazate pe inteligența artificială și machine learning. De la chatboți la automatizarea proceselor de marketing, aceste tehnologii își găsesc aplicații prin care să aducă satisfacție clienților. Prin intermediul acestor tehnologii marketingul centrat pe client va trece la un nou nivel. Deoarece folosirea acestor tehnologii permite o analiză mai bună a comportamentelor de cumpărare și crearea un profil îmbunătățit al clienților, brandurile le vor folosi pentru a crea strategii de personalizare. Brandurile din România care vor ști să profite de capitalul uman excelent pe care îl au firmele de IT de aici, de creativitatea și cunoștințele inginerilor programatori de aici, vor putea avansa rapid în capitalizarea pe această tendință la costuri absolut rezonabile. Condiția necesară și suficientă este să aibă o viziune de business care să includă coerent aceste tehnologii în strategie de centrare pe client.

***Pentru a fi competitiv și eficient este vital ca specialistul***

***în digital marketing să țină pasul cu tendințele, să cunoască ultimele apariții în domeniu, să reușească să identifice oportunitățile și să găsească soluții la provocările pieței.***

**Autor: Gabriela Streza, Business Development Director, Valoria**

\* \* \*

### **Despre autor**

Gabriela Streza are peste 15 ani de experiență în echipe de marketing și business development ale unor mari companii multinaționale și afaceri de familie din România, lideri în domeniile lor de activitate. Gabriela a absolvit Universitatea Politehnică din București și are o expertiză solidă în marketing, comunicare și business development dobândită în decursul a sute de proiecte gestionate cu succes în carieră. Gabriela are de asemenea o vastă cunoaștere a relațiilor publice și a comunicării profesionale cu înaltă calificare în comunicări interpersonale, organizații și management de evenimente pentru a genera conștientizarea brandului companiei și a dezvoltării de business. În ultimii ani a coordonat proiecte complexe de marketing și business development care au implicat antreprenori români, asociații non-profit și companii multinaționale.

### **Despre Valoria**

Valoria Business Solutions este o companie de consultanță, training, 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](http://www.valoria.ro).

---

# Managementul riscurilor în domeniul prețurilor de transfer în contextul controalelor fiscale

Managementul riscurilor în domeniul prețurilor de transfer a devenit un aspect critic pentru contribuabilii români în contextul controalelor desfășurate de autoritățile fiscale în acest domeniu. Astfel, o abordare strategică în monitorizarea și diminuarea eventualelor controverse în materie, de exemplu, prin încheierea unui Acord de Preț în Avans cu autoritățile fiscale, este esențială.

În ultimii ani, numărul controalelor efectuate de autoritățile fiscale din România în domeniul prețurilor de transfer a crescut semnificativ. Contribuabilii români se confruntă cu examinări intense ale tranzacțiilor desfășurate cu societăți din grup și remunerației aplicate în cadrul acestor aranjamente, în vederea determinării de către autoritățile fiscale a conformității acestor tranzacții cu principiul valorii de piață. În cadrul unui control în domeniul prețurilor de transfer, contribuabilii români trebuie să furnizeze informații cuprinzătoare privind tranzacțiile intra-grup, precum și analize specifice și justificări ale prețurilor aplicate în cadrul acestor tranzacții.

În contextul unui interes crescut din partea autorităților fiscale din România cu privire la prețurile de transfer practicate de către companiile multinaționale, precum și a diferențelor legislative în domeniul prețurilor de transfer între diverse jurisdicții, contribuabilii români au la

dispoziție un instrument prin care în mod proactiv pot asigura conformitatea cu nivelul de piață al prețurilor aplicate în tranzacțiile cu societăți afiliate.

Contribuabilii au opțiunea de a încheia un Acord de Preț în Avans ("APA") cu autoritățile fiscale din România, acord ce presupune aprobarea în avans a unei metodologii de stabilire a prețurilor de transfer pentru un aranjament intra-grup pe un termen inițial de până la 5 ani (cu posibile extinderi ulterioare). Validitatea APA în perioada agreată este condiționată de respectarea termenilor APA de către contribuabil, atestată prin pregătirea unui raport anual de conformare.

Fiind un acord opozabil și obligatoriu în relația cu autoritățile fiscale, prin obținerea unui APA, contribuabilii pot elimina expunerea la potențiale ajustări în legătură cu prețurile de transfer aplicate în tranzacțiile desfășurate cu societăți afiliate ce sunt acoperite de APA. În plus, acest instrument permite flexibilitate sporită în stabilirea remunerației aferente tranzacțiilor intra-grup, cum ar fi de exemplu activitățile de producție, de distribuție, furnizarea de servicii și acordurile de finanțare.

Contribuabilii pot opta pentru obținerea unui APA unilateral – încheiat cu autoritatea fiscală din România sau bi/multilateral – cu implicarea a două sau mai multor autorități fiscale. Este important de menționat că un acord bi/multilateral elimină riscul ca același element de venit/cheltuială să fie taxat/dedus în două sau mai multe jurisdicții fiscale.

Ca durată, procesul de obținere al unui APA este în general mai redus (12 luni pentru APA unilateral / 18 luni pentru APA bi / multilateral) în comparație cu un exercițiu de examinare a prețurilor de transfer de către autoritățile fiscale, însoțit de soluționarea unui litigiu ulterior.

Totodată, având în vedere faptul că pentru tranzacțiile acoperite de APA nu mai este necesară pregătirea unui dosar de prețuri de transfer, pe termen lung, eforturile de documentare și susținere a conformității prețurilor de transfer cu principiul valorii de piață la nivelul contribuabilului se reduc considerabil.

Nu în ultimul rând, încheierea unui APA are avantajul de a îmbunătăți eficiența și eficacitatea operațiunilor unei companii prin determinarea corectă a obligațiilor fiscale ale acesteia, diminuând în același timp costurile și resursele interne sau externe ce trebuie alocate examinării poziției sale fiscale în cadrul unui control fiscal cu privire la prețurile de transfer.

***Autor: Adrian Rus, Partener, International Tax Services, Transfer Pricing, EY România***

\*\*\*

EY România susține în data de 18 octombrie 2018 o conferință privind managementul riscurilor în domeniul prețurilor de transfer. Subiectele ce vor fi abordate de specialiștii EY România includ conformarea cu legislația de prețuri de transfer, managementul riscului privind prețurile de transfer în contextul schimbărilor la nivel european și internațional în domeniu, aspecte întâlnite în controale fiscale în materie și modalități de soluționare a disputelor fiscale cu privire la prețurile de transfer.

► EY România a fost desemnată "Transfer Pricing Firm of the Year" în Europa Centrală și de Est în anii 2013, 2014, 2015, 2017 și 2018 de către International Tax Review – o prestigioasă publicație dedicată evoluției fiscalității internaționale.

► Radu și Asociații a fost nominalizată de către aceeași publicație la categoria "European Tax Innovator Firm of the Year" precum și la categoria "European Tax Policy Firm

of the Year” (unde nicio altă companie din Big4 nu a mai fost nominalizată până în prezent);

► Succesul EY a fost determinat de echipa de specialiști în domeniul prețurilor de transfer, dar și a relației de încredere cu clienții săi. În plus, implicarea continuă în proiecte de amploare în domeniul planificării prețurilor de transfer precum și în cel al litigiilor în domeniul fiscal au generat experiența considerabilă și recunoașterea la nivel local și internațional a calității serviciilor oferite de către EY.

\*\*\*

## **Despre EY România**

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 260.000 de angajați în peste 700 de birouri din 150 de țări și venituri de aproximativ 34,8 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2018. Rețeaua noastră este cea mai integrată la nivel global iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienților servicii prin care să beneficieze de oportunitățile din întreaga lume. În România, EY este liderul de pe piața serviciilor profesionale încă de la înființare, în anul 1992. Cei 800 de angajați din România și Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistență fiscală, asistență în tranzacții și servicii de asistență în afaceri către companii multinaționale și locale. Avem birouri în București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Chișinău. EY România s-a afiliat în 2014 singurei competiții de nivel mondial dedicată antreprenoriatului, EY Entrepreneur Of The Year. Câștigătorul ediției locale reprezintă România în finala mondială ce are loc în fiecare an în luna iunie la Monte Carlo. În finala mondială se acordă titlul World Entrepreneur Of The Year. Pentru mai multe informații, vizitați pagina noastră de internet: [www.ey.com](http://www.ey.com)

---

# **Implementarea mecanismului generalizat de taxare inversă, o măsură necesară pentru diminuarea deficitului și îmbunătățirea colectării taxei la bugetul de stat**

Reprezentanții Consiliului Economic și Financiar (ECOFIN) din cadrul Consiliului Uniunii Europene s-au reunit zilele trecute și au agreat câteva propuneri de modificare a tratamentului de TVA aplicabil anumitor activități. Cea mai importantă dintre măsurile discutate se referă la implementarea mecanismului generalizat de taxare inversă de către statele membre care se confruntă cu decalaje majore în colectarea acestei taxe.

Datorită deficiențelor din sistemul TVA, cu precădere în cazul tranzacțiilor transfrontaliere, statele membre devin vulnerabile la fraudă fiscală, acest fapt generând uneori consecințe grave pentru bugetele naționale.

În acest sens, reprezentanții ECOFIN au fost de acord cu o propunere de directivă care va permite statelor membre, afectate într-o măsură semnificativă de fraudă din domeniul TVA, să aplice temporar mecanismul generalizat de taxare inversă, care implică transferul responsabilității privind plata TVA de la furnizor către client.

Utilizarea acestui mecanism de plată a TVA va fi posibilă până la data de 30 iunie 2022, numai pentru livrările locale de bunuri și prestările locale de servicii, a căror valoare va depăși pragul de 17 500 EUR per tranzacție. Vor exista, însă, condiții tehnice foarte stricte pentru aplicarea mecanismului, respectiv, peste 25% din decalajul de TVA din statul membru respectiv să se datoreze fraudei de tip “carousel” și, de asemenea, să fie implementate obligații de raportare electronică eficace pentru toate persoanele impozabile, în special pentru cele cărora li se aplică taxarea inversă.

În acest moment, mecanismul de taxare inversă pentru operațiuni locale poate fi aplicat temporar, dar nu într-o manieră generalizată, întrucât se limitează la sectoarele cele mai afectate de fraudă din domeniul TVA. În plus, utilizarea acestuia se realizează la cererea specifică a unui stat membru și cu aprobarea prealabilă a Consiliului Uniunii Europene.

Directiva va oferi o soluție pe termen scurt pentru statele membre cele mai afectate de fraudă, până la momentul implementării sistemului definitiv de TVA (în cadrul căruia, livrările vor fi taxate în statul de destinație).

Ținând cont că, potrivit ultimului raport al Comisiei Europene, România a înregistrat în 2016 cel mai ridicat deficit de TVA din UE, de 35,88%, mare parte din acesta datorându-se fraudei de tip “carousel”, din punctul nostru de vedere, implementarea mecanismului generalizat de taxare inversă reprezintă o măsură necesară în încercarea de diminuare a deficitului și îmbunătățirea colectării taxei la bugetul de stat.

Prin urmare, este îmbucurător interesul acordat acestei directive din partea Ministerului Finanțelor Publice din România, care înțelegem că este în favoarea implementării unui proiect pilot de aplicare a mecanismului.

Totuși, în vederea implementării acestui mecanism, România va

trebui să acorde o importanță sporită îndeplinirii (și) celei de-a doua condiții menționată mai sus, și anume, adoptarea unui sistem de raportare electronică real și eficient, cu aplicabilitate, în special la nivelul persoanelor impozabile vizate de aceste măsuri. În acest mod, țara noastră s-ar alinia la modelele de raportare din alte state membre (care s-au dovedit eficiente), fapt care ar genera și o îmbunătățire a relației dintre autoritățile fiscale și contribuabili. Directiva ar urma să fie adoptată (la nivelul UE) imediat după emiterea unei opinii de către Parlamentul European.

Tot în cadrul aceluiași discuții și având ca scop tot implementarea unor măsuri pentru combaterea fraudei în domeniul TVA, reprezentanții ECOFIN au agreat patru modificări (așa numitele "quick fixes") ale normelor actuale ale UE în ceea ce privește regimul de TVA aplicabil comerțului intracomunitar cu bunuri. Aceste modificări vizează aspecte specifice, legate de: stocurile la dispoziția clientului; codul de identificare în scopuri de TVA al clientului unei livrări intracomunitare de bunuri (care va deveni o condiție suplimentară pentru scutirea de TVA); tranzacțiile în lanț (stabilirea unor criterii uniforme) și dovada livrării intracomunitare de bunuri (stabilirea unui cadru comun în ceea ce privește documentele justificative necesare pentru aplicarea scutirii de TVA).

Aceste patru măsuri ("quick fixes") se vor aplica începând cu 1 ianuarie 2020 și vor avea o relevanță semnificativă pentru companiile din statele membre care vor beneficia de normele armonizate privind comerțul intracomunitar.

Nu în ultimul rând, o altă propunere adoptată în cadrul discuțiilor desfășurate la nivelul ECOFIN se referă la aplicarea unor cote reduse de TVA pentru publicațiile furnizate pe cale electronică (în scopul alinierii normelor de TVA aplicabile publicațiilor furnizate în format fizic și electronic). Considerăm că, și aceasta este o măsură binevenită, având ca scop modernizarea sistemului de TVA într-

o economie digitală și adaptarea la progresele tehnologice.

***Autor:** Ioana Iorgulescu, Associate Partener, Tax Advisory & Compliance Services – Indirect tax, EY România*

\*\*\*

## **Despre EY România**

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 260.000 de angajați în peste 700 de birouri din 150 de țări și venituri de aproximativ 34,8 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2018. Rețeaua noastră este cea mai integrată la nivel global iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienților servicii prin care să beneficieze de oportunitățile din întreaga lume. În România, EY este liderul de pe piața serviciilor profesionale încă de la înființare, în anul 1992. Cei 800 de angajați din România și Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistență fiscală, asistență în tranzacții și servicii de asistență în afaceri către companii multinaționale și locale. Avem birouri în București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Chișinău. EY România s-a afiliat în 2014 singurei competiții de nivel mondial dedicată antreprenoriatului, EY Entrepreneur Of The Year. Câștigătorul ediției locale reprezintă România în finala mondială ce are loc în fiecare an în luna iunie la Monte Carlo. În finala mondială se acordă titlul World Entrepreneur Of The Year. Pentru mai multe informații, vizitați pagina noastră de internet: [www.ey.com](http://www.ey.com).

---

# Deficitul de talente ar putea costa Uniunea Europeană 324 de miliarde de euro pe an

*România pierde mai mult de 10 miliarde de euro anual din cauza deficitului de talente*

Comaniile antreprenoriale din Europa consideră că gradul de reglementare și birocrăția de la nivelul economiilor locale amenință într-o măsură mult mai mare dezvoltarea activității pe care o derulează, comparativ cu reglementările și birocrăția de la nivelul Uniunii Europene (UE), arată datele sondajului PwC *European Private Business Survey*. În cadrul studiului, care a chestionat 2447 de companii provenind din 31 de țări europene, 39% dintre respondenți apreciază că birocrăția de la nivel local este o provocare, față de 29% care considerau că cea de la nivelul Uniunii Europene pune probleme.

Această percepție a fost întâlnită cu precădere în țări precum Croația, Grecia, Finlanda, Ungaria, Italia și Marea Britanie. De exemplu, aproape 71% dintre respondenții din Grecia apreciau birocrăția grecească drept o problemă, comparativ cu 24% care arătau cu degetul spre cea din UE.

O concluzie frapantă a raportului este că, deși în unele regiuni intervenția birocratică și de reglementare a Uniunii Europene este percepută drept o tentativă de a constrânge inițiativele mediului de afaceri și de a-i îngreuna activitatea, cele mai multe companii private nu împărtășesc această viziune. Prin urmare, 39% dintre respondenți susțin că birocrăția din interiorul statelor este un obstacol, comparativ cu 29% care o consideră o provocare la nivelul UE. Competiția (52%) și deficitul de talente (43%) au fost indicate de cei chestionați drept cele mai mare amenințări la

adresa dezvoltării, mai presus de birocrație și reglementările interne.

De exemplu, în Italia, unde partidele eurosceptice, poziționate împotriva sistemului, au înregistrat de curând un succes electoral notabil, 49% dintre respondenți credeau că birocrația de la nivel local este o problemă comparativ cu 20% care priveau cu scepticism birocrația la nivelul UE. De asemenea, chiar și în Marea Britanie, companiile antreprenoriale apreciază că reglementarea și birocrația de la nivel local reprezintă mai degrabă o amenințare la adresa activității lor, decât cele de la nivelul UE. Rezultatele arată că aproximativ 35% dintre respondenți vedeau birocrația britanică drept un obstacol, comparativ cu 25% care arătau cu degetul spre cea de la nivelul Uniunii Europene.

Reprezentanții companiilor antreprenoriale consideră că, din perspectiva posibilităților de creștere și dezvoltare, este foarte importantă angajarea de forță de muncă bine pregătită. Întrebați care este problema principală cu care se confruntă, aceștia precizau lipsa capacității lor de a recruta personal calificat. În acest context, deficitul de talente generează costuri masive pentru regiune, estimate la 324 de miliarde de Euro anual, reprezentând venituri pierdute pentru companiile antreprenoriale. Cifra reprezintă echivalentul PIB-ului Portugaliei, Ungariei și Croației laolaltă. Ca o consecință directă, digitalizarea a fost menționată drept o prioritate de către un procent modest dintre companiile antreprenoriale din Europa (31%).

Companiile antreprenoriale din Europa de Est au fost cele mai vocale când a venit vorba despre dificultatea de a angaja personal calificat. Raportat la PIB-urile naționale, pierderile economice ca rezultat al deficitului de talente indică cifre îngrijorătoare pentru țări precum Bulgaria (13,2%), România (6%), Polonia (5,7%), Malta (5,6%) și Ungaria (5,2%). Aceste procente însumează 46,4 miliarde de euro, pierdute numai din această cauză. Cele mai afectate sunt

sectorul construcțiilor și al producției.

*„România pierde anual 6% din PIB-ul național numai din cauza deficitului de talente. Disponibilitatea personalului calificat depinde de factori precum libera circulație a forței de muncă, inclusiv ușurința obținerii permisului de muncă pentru cetățenii non-UE precum și sisteme de educație care asigură absolvenților pregătirea corespunzătoare. Ar fi necesară modelarea sistemului de educație în concordanță cu nevoile mediului de afaceri. Totodată, e de dorit o debirocratizare a relației dintre stat și contribuabil, secondată de investiții în digitalizarea acestei interacțiuni, mai ales în condițiile în care antreprenorii locali percep România ca având cel mai înalt grad de birocrație (80%) dintre toate țările chestionate. În același timp, ar fi necesare investiții în dezvoltarea infrastructurii de comunicații și transport pentru a facilita dezvoltarea mediului de afaceri și pentru a stimula investițiile în noi servicii și produse”,* consideră **Mihai Anița, Partener, Liderul Echipei Integrate de Servicii pentru Companiile antreprenoriale, PwC România.**

Deficitul de talente vine într-un moment în care rata șomajului scade în Europa. Nivelul șomajului în UE28 s-a îmbunătățit din 2013 și s-a oprit la 7,1% în februarie 2018, comparativ cu 8% în urmă cu un an. Piața muncii devine tot mai rigidă într-un moment în care companiile antreprenoriale doresc să investească mai mult și să recruteze mai mult personal calificat care să le ajute să își dezvolte afacerile. Una dintre probleme este că mulți tineri nu pot accepta noi poziții pentru că le lipsesc abilitățile necesare, în ciuda faptului că rata șomajului în rândul acestora este încă de peste 10% în multe economii din Europa. Guvernele trebuie să trateze cu mai multă seriozitate problema deficitului de talente, având în vedere că sistemele de educație din multe dintre statele europene nu pregătesc suficient de mulți absolvenți cu aptitudinile necesare pentru cererea în creștere din rândul companiilor antreprenoriale. Această problemă va

deveni mai urgentă având în vedere că cererea de personal bine pregătit crește, iar companiile antreprenoriale investesc mai mult în tehnologiile digitale intensive, pentru a le face mai competitive.

Companiile antreprenoriale sunt optimiste în ceea ce privește perspectivele de dezvoltare în Europa, unde, în ciuda semnalelor recente de slăbiciune, regiunea s-a bucurat de aproximativ doi ani de creștere economică. Unele dintre cele mai optimiste companii antreprenoriale sunt din Austria, Finlanda și Olanda. Chiar și companiile din Marea Britanie și Irlanda, unde Brexitul rămâne o problemă cotidiană, au o percepție pozitivă și vor continua să își mențină optimismul în următorul an. Accentul pe strategiile de dezvoltare digitală este puternic îndeosebi în rândul companiilor antreprenoriale din Scandinavia și Europa de Vest; mai exact în state precum Norvegia, Olanda, Elveția și Austria. Conform raportului, companiile antreprenoriale din Europa Centrală și de Est precum și țările mediteraneene erau mai puțin preocupate de strategiile digitale pentru a-și dezvolta afacerile.

Strategia de dezvoltare pentru multe dintre aceste economii este concentrată pe extinderea portofoliului de servicii (40%) și pe creșterea venitului de pe piața internă (39%) în timp ce neglijează faptul că tehnologiile digitale sunt deseori doar metode pentru a atinge aceste ținte. Multe dintre ele ar putea să își piardă avantajul competitiv dacă nu iau în considerare importanța tehnologiilor digitale pentru activitatea lor. De remarcat faptul că digitalizarea este menționată de doar 31% dintre companiile antreprenoriale din Europa. Acest lucru presupune faptul că mulți lideri încă nu înțeleg foarte bine ce presupune un viitor digital pentru companiile pe care le conduc și subestimează intensitatea sa disruptivă precum și riscurile asociate cu tehnologiile digitale. Doar o minoritate consideră domeniul informatic drept un risc major. Este nevoie de mai multă claritate cu

privire la nevoia digitalizării.

*"Inovația este cheia către succesul oricărei afaceri. Dezvoltarea va fi posibilă prin eforturi la nivelul digitalizării. Companiile trebuie să fie informate cu privire la oportunitățile aduse de digitalizare, dar și în ceea ce privește amenințările pe care aceasta le aduce, atât lor, cât și sectoarelor în care ele activează. Cunoașterea oportunităților și a amenințărilor va fi cheia succesului. Nu doar guvernele sunt responsabile de pregătirea viitorilor angajați mediul de afaceri trebuie să preia inițiativa în acest sens.. Chiar dacă resursele umane au abilitățile necesare pentru mediul de afaceri de astăzi, este posibil să nu le aibă pe cele potrivite pentru cel de mâine. De aceea, companiile antreprenoriale trebuie să continue să investească în formarea personalului. Acest aspect va contribui și la retenția de personal. De asemenea, este important ca guvernele să asculte sfaturile mediului de afaceri, indiferent de industrie, și să încerce să alinieze calificările din sistemul de educație cu cererile mediului privat", a conchis **Mihai Anița**.*

## **Despre raport**

Cercetarea a fost realizată pe un eșantion reprezentativ de 2447 de companii antreprenoriale din 31 de țări europene (UE28, Elveția, Norvegia și Turcia). Scopul acesteia a fost să înțeleagă modul în care companiile antreprenoriale europene percep mediul economic și perspectivele de dezvoltare, strategiile de dezvoltare, oportunitățile cheie și riscurile care ar putea limita aspirațiile acestora.

## **Despre PwC**

Misiunea PwC este de a construi încredere în cadrul societății și de a contribui la rezolvarea unor probleme importante. Firmele din rețeaua PwC ajută oamenii și organizațiile să creeze valoarea adăugată de care au nevoie. Suntem o rețea de

firme prezentă în 158 de țări cu mai mult de 250.000 de profesioniști ce oferă servicii de calitate în domeniul auditului, consultanței fiscale și consultanței pentru afaceri. Spuneți-ne care sunt lucrurile importante pentru dumneavoastră și descoperiți mai multe informații despre noi vizitând site-ul [www.pwc.ro](http://www.pwc.ro).

---

## **Guvernul încearcă să accelereze ritmul de colectare prin acordarea de noi bonificații pentru plata impozitului pe venit și a contribuțiilor sociale**

Având în vedere deficitul bugetar, care la finalul primelor opt luni din anul 2018 pare că este dublu față de aceeași perioadă a anului trecut (1,54% din PIB), și că ritmul de colectare a creanțelor fiscale de la persoanele fizice este în continuare relativ redus, stimularea plăților reprezintă o prioritate pentru Ministerul Finanțelor Publice.

În prezent, persoanele fizice au obligația prin declarația unică să raporteze veniturile obținute din activități precum:

- Cedarea folosinței bunurilor (chirii)
- Profesii libere
- Activități independente

- Vânzare de acțiuni
- Anumite activități agricole

Pentru veniturile realizate până în anul 2017 inclusiv, plata impozitului pe venit și a contribuțiilor sociale se efectuează în baza deciziilor de impunere emise de către administrațiile financiare. Intervin în acest moment două provocări. În primul rând, în ceea ce privește mecanismul de răspuns din partea autorităților fiscale, numărul mare de declarații sunt procesate de către inspectorii cu întârziere. În al doilea rând, odată emise, eventualele datorii pe care le includ adesea nu sunt plătite de către contribuabili la timp.

Drept urmare, referitor la primul aspect, prin Ordinul nr. 2093/2018, publicat în 29 august 2018, s-a hotărât ca deciziile de impunere pentru anul 2017 să fie emise și transmise până la data de 30 octombrie 2018. Același termen este prevăzut și pentru deciziile de impunere pentru contribuțiile de asigurări sociale pentru anii 2016 și 2017, potrivit Ordinului nr. 2.323 publicat ieri în Monitorul Oficial.

În legătură cu al doilea aspect, prin Ordonanța de Urgență nr. 89 publicată ieri în Monitorul Oficial, se stabilesc noi termene de plată pentru anumite obligații fiscale și se oferă bonificații în cazul plății cu anticipație, astfel:

- Termenul de plată pentru impozitul anual pentru veniturile realizate în 2017, dar și pentru contribuțiile de asigurări sociale (pensii) pentru perioada 2016 – 2017 este 30 iunie 2019, în cazul deciziilor de impunere emise după data intrării în vigoare a Ordonanței de Urgență. Pentru plata cu anticipație până la data de 15 decembrie 2018, contribuabilii vor beneficia de o bonificație de 10% din aceste sume.
- Termenul de plată pentru contribuțiile de asigurări sociale de sănătate pentru perioada 2014 – 2017 este 30 iunie 2019 (n.b. actualmente încă sunt mai multe cazuri de decizii

neemise nici pentru anul 2014), în cazul deciziilor de impunere emise după data intrării în vigoare a Ordonanței de Urgență. Pentru plata cu anticipație până la 31 martie 2019, contribuabilii vor beneficia de o bonificație de 10% din aceste sume.

Pentru efectuarea regularizării, ANAF va trimite contribuabililor deciziile de impunere precum și notificări privind termenele de plată.

Pe de o parte, este de urmărit dacă acest demers va accelera ritmul de colectare. Pe de alta, creșterea colectării prin oferirea de stimulente de care beneficiază doar o parte din contribuabilii persoane fizice poate părea discriminatorie față de alte categorii de contribuabili, ca de exemplu cei pentru care plata impozitului și a contribuțiilor sociale se efectuează prin reținere la sursă. Ca urmare, credem în beneficiile unei astfel de soluții pe termen scurt; pe termen lung însă, este obligatorie implementarea unei proceduri mai eficiente de colectare a impozitelor ținând seama și de avantajele aduse prin digitalizare.

***Autor: Claudia Sofianu, Partener Departamentul de asistență fiscală și juridică, EY România***

\*\*\*

## **Despre EY România**

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 260.000 de angajați în peste 700 de birouri din 150 de țări și venituri de aproximativ 34,8 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2018. Rețeaua noastră este cea mai integrată la nivel global iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienților servicii prin care să beneficieze de oportunitățile din întreaga lume. În România, EY este liderul de pe piața serviciilor profesionale încă de la înființare, în anul 1992. Cei 800 de angajați din România și Republica Moldova

furnizează servicii integrate de audit, asistență fiscală, asistență în tranzacții și servicii de asistență în afaceri către companii multinaționale și locale. Avem birouri în București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași și Chișinău. EY România s-a afiliat în 2014 singurei competiții de nivel mondial dedicată antreprenoriatului, EY Entrepreneur Of The Year. Câștigătorul ediției locale reprezintă România în finala mondială ce are loc în fiecare an în luna iunie la Monte Carlo. În finala mondială se acordă titlul World Entrepreneur Of The Year. Pentru mai multe informații, vizitați pagina noastră de internet: [www.ey.com](http://www.ey.com)

---

## **PKF Finconta intră pe lista consultanților BERD**

*Compania de audit, contabilitate și consultanță fiscală PKF Finconta, locul 7 în topul CECCAR al firmelor de expertiză contabilă din acest domeniu, a câștigat la nivel european procesul de selecție și a intrat pe lista consultanților Băncii Europene de Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) pentru proiectul Financial Management Enhancement Project (FMEP). Pe lângă PKF Finconta, EY și PWC sunt ceilalți consultanți în acest proiect.*

Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare consideră că dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii (IMM) este vitală pentru o economie sănătoasă. Prin programul de Dezvoltare a Managementului Financiar (FMEP), BERD ajută companiile de acest tip să acceseze finanțare pentru serviciile de consultanță de care au nevoie pentru a crește. În cadrul FMEP sunt incluse următoarele tipuri de servicii: 1) revizuirea situațiilor financiare; 2) servicii de consultanță

în contabilitate; și 3) training pentru a îmbunătăți abilitățile personalului companiei de a pregăti rapoarte de management relevante privind situația financiară a societății.

*"PKF Finconta este o firmă antreprenorială românească cu peste 23 de ani de activitate. Avem o echipă de consultanți profesioniști și lucrăm zi de zi, preponderent cu companii antreprenoriale mari și mijlocii. Astfel înțelegem foarte bine care sunt nevoile lor de consultanță financiară, le cunoaștem provocările și avem expertiza necesară pentru a le oferi suportul de care au nevoie. Suntem mereu pe aceeași lungime de undă cu antreprenorii, pentru că și noi avem un parcurs similar. Iată de ce am făcut tot ce a ținut pe noi pentru a reuși să ne calificăm pentru a fi consultanți în acest proiect BERD. Ne dorim ca și în acest fel să contribuim la dezvoltarea afacerilor antreprenoriale din România", spune Florentina Șuşnea, Fondator și Managing Partner al PKF Finconta.*

BERD va sprijini fiecare companie eligibilă prin acordarea unei subvenții pentru acoperirea a 75% din costul proiectului de consultanță, sau 20.000 EUR (în funcție de care este valoarea mai mică la sfârșitul proiectului). Recomandarea BERD este ca fiecare proiect de consultanță să includă o etapă de diagnoză, o etapă de introducere de noi procese de management financiar și o etapă de consolidare a capacității.

*"Programul de Dezvoltare a Managementului Financiar (FMFP) este conceput de BERD pentru a ajuta IMM-urile să dezvolte cele mai bune practici relevante industriei în care activează și să crească calitatea raportării și a managementului financiar. Scopul proiectului este acela de a da IMM-urilor un nou nivel de înțelegere, dar și competențele necesare pentru a-și gestiona cu succes provocările din activitatea financiară zilnică, cu accent pe: managementul capitalul de lucru, managementul stocurilor, politicile de facturare și de plată și mecanismele interne de raportare", spune Alina Făniță, CEO, PKF Finconta.*

Informații despre criteriile de eligibilitate se găsesc pe site-ul [www.ebrd.com/knowhow](http://www.ebrd.com/knowhow).

\* \* \*

## **Despre PKF Finconta**

De peste 23 de ani, PKF Finconta este una dintre principalele 10 firme de servicii profesionale din România. Ca membri ai PKF International Ltd. suntem parte dintr-o rețea internațională de firme independente din punct de vedere legal, care oferă consultanță și audit oriunde în lume. Grupul PKF Finconta este format din patru societăți cu capital românesc: PKF Finconta, PKF Finconta Consultanță, PKF Finconta HR și Finconta Consulting SPRL, membre ale organismelor profesionale naționale CECCAR, CAFR, CCFR și UNPIR. Prin intermediul acestora oferim servicii de audit financiar, analiză financiară corporativă, consultanță fiscală, întocmirea dosarului prețurilor de transfer, servicii de contabilitate, salarizare, resurse umane, insolvență, auditarea fondurilor nerambursabile și due diligence de achiziții.

---

# **Studiu Valoria: Managerii ajustează perspectiva de creștere a afacerilor în 2018**

Conform studiului „Evoluția afacerilor din România în 2018” lansat azi de Valoria, 75% dintre companii, față de 84% la începutul anului, spun că vor avea o cifră de afaceri în creștere în acest an. Mai mult, 40% dintre companii, față de 24% anterior, spun că vor menține același număr de angajați,

iar 29%, față de 17% la începutul anului 2018, spun că nu vor crește salariile.

*„La fiecare ediție a cercetării **Evoluția afacerilor din România** întrebăm decidenții despre creșterea prognozată a cifrei de afaceri, profitului, investițiilor, nivelului salariilor în primul semestru și validăm consecvența perspectivei lor în semestrul al doilea. Ediția semestrului doi 2018 arată că alterarea sentimentului de business continuă. Datele comparative cu primul semestru al anului 2018 demostrează această evoluție. Pentru majoritatea respondenților evoluția cifrei de afaceri și profitului se ajustează negativ. Apetitul pentru investiții a continuat, de asemenea, să se erodeze. Oportunitățile anului 2018 – creșterea economică, a consumului și exportului – sunt contrabalansate de provocările deficitului forței de muncă, productivității scăzute și creșterii costurilor”, spune Constantin Măgdalina, Expert Tendințe și Tehnologii Emergente, co-autor al cercetării.*

### **Evoluția cifrei de afaceri**

Față ediția de la începutul anului 2018, perspectiva de creștere a companiilor continuă să fie conservatoare. În semestrul al doilea vedem o scădere de 9pp (puncte procentuale) a companiilor care se așteaptă la cifre de afaceri mai mari cu 5%-10%, dar și o creștere de 5pp a celor care prognozează o cifră de afaceri mai mică cu -10%-20%, urmată de o creștere de 6pp a celor care se așteaptă la o cifră de afaceri mai mică cu 5%-10% în acest an. La nivel de industrie, cea mai mare creștere a cifrei de afaceri de 20%-30% este previzionată de 20% dintre firmele de IT, 18% dintre firmele din producția industrială și de 14% dintre firmele din comerț.

### **Evoluția profitului**

Previziunile privind evoluția profitului din a doua jumătate

al anului 2018 sunt mai pesimiste decât cele de la începutul anului. Deși 16% dintre companii (față de 14% anterior) se așteaptă ca profitul lor să crească cu 10%-20% în acest an, vedem scăderi de 9pp și 5pp pe palierele 1%-5% și respectiv 5%-10%. De asemenea crește de la 12% la 30% procentul companiilor care spun că profitul lor va fi mai mic în 2018. Cea mai importantă creștere a profitului, de peste 30%, o preconizează 30% dintre firmele din IT, urmate de 15% din producția industrială și 13% construcții și imobiliare care preconizează creșteri de 20-30%.

### **Evoluția investițiilor**

Conform rezultatelor cercetării, în al doilea semestru din 2018, 27% dintre companii spun că nu vor crește investițiile, față de numai 18% în primul semestru. Observăm, de asemenea, că 49% dintre firme vor să își crească investițiile cu 1%-10% față de 46% anterior, în timp ce doar 10% dintre companii spun că vor crește investițiile cu 20% până la peste 30% în semestrul al doilea din 2018, comparativ cu 15% la începutul anului. Cele mai multe firme din agricultură și alimentație (33%) spun că vor crește investițiile cu 5%-10% în acest an, urmate de 31% din producție industrială și 30% dintre firmele de IT.

*„Cercetarea **Evoluția afacerilor din România** este instrument de dialog cu mediul de business din România. Rezultatele acestei cercetări surprind dinamica percepției executivilor de top prin adăugarea rezultatelor fiecărei ediții. În semestrul al doilea al anului 2018 constatăm pierderea încrederii că principalii indicatori de business vor avea o evoluție favorabilă. Cu unele excepții, industrii precum producție industrială, IT, comerț, servicii, agricultură, se aliniază tendinței generale. Încrederea în evoluțiile favorabile scade în a doua jumătate a anului 2018. În acest an pariul companiilor pe creșterea cifrei de afaceri, profitului, sau investițiilor se face pe mize mai mici”, spune Elena Badea, Managing Director, Valoria.*

## **Evoluția numărului de angajați**

La cercetarea din a doua jumătate a anului 2018, 40% dintre companiile din România spun că nu se așteaptă la nici o creștere a numărului de angajați în acest an, față de 24% la începutul anului. În același timp, doar 43% dintre companii față de 63% anterior spun că se așteaptă ca personalul lor să crească în acest an. Mai mult, 17% dintre companii se așteaptă ca numărul lor de angajați să scadă în in semestrul a doilea din 2018, față de 13% în primul semestrul.

La nivel de industrii, 31% dintre firmele de producție industrială, 29% servicii profesionale, 28% comerț retail și en-gross, 17% din industria de agricultură și alimentație spun că vor crește numărul de angajați între 1-5% în 2018.

## **Evoluția nivelului salariilor**

Dacă la începutul anului 2018, 17% dintre companii spuneau că nu vor face creșteri salariale, în semestrul al doilea procentul crește la 29%. Scade cu 4pp procentul companiilor care spun că măresc salariile cu 1%-5% în 2018, față de cercetarea din semestrul anterior. Ajustările se regăsesc și la companiile care se așteaptă ca salariile să crească cu 5%-10% (-6pp) și la cele care se așteaptă la creșteri salariale de 10%-20% (-4pp). Industriile care estimează creșteri ale salariilor sunt următoarele: 23% dintre firmele din producție industrială vizează creșteri de 10-20%, 22% dintre firmele de IT vizează creșteri de 10-20% și 20% dintre firmele din industria de agricultură și alimentație vizează creșteri de 10-20%.

## **Top 5 provocări și oportunități**

Cele mai importante provocări pentru companii, conform răspunsurilor la cercetarea din a doua parte a anului 2018 comparativ cu prima jumătate a anului, sunt următoarele: lipsa forței de muncă (61% vs 59%), creșterea productivității (48% vs 37%), creșterea costurilor (41% vs 21%), motivarea

salariaților (37% vs 25%) și schimbările din domeniul fiscal (21% vs 62%),

Cele mai importante oportunități pentru companii, conform rezultatelor cercetării din a doua parte a anului 2018 comparativ cu prima jumătate a anului, sunt următoarele: creșterea economică (60% vs 72%), creșterea consumului (69%), creșterea exporturilor și deschiderea altor piețe (45% vs 52%), digitalizarea și oportunitățile din online (40% vs 41%) și accesarea fondurilor europene și a finanțărilor pentru IMM-uri (29% vs 36%)..

\* \* \*

## **Despre studiu**

Studiul Valoria privind percepția managerilor asupra evoluției mediului de afaceri românesc în a doua parte a anului 2018 are la bază un chestionar care analizează percepțiile a 329 executivi de top provenind din companii cu activitate în diverse industrii. Chestionarul a fost aplicat în perioada 28 august – 28 septembrie 2018. 4% dintre respondenți provin din companii cu cifra de afaceri mai mare de 100 de milioane EUR, 5% din companii cu cifră de afaceri între 50-100 milioane EUR, 11% cu cifra de afaceri între 10-50 milioane EUR, 31% cu cifra de afaceri între 1-10 milioane EUR și 49% sub 1 milion de EUR cifră de afaceri. 44% dintre respondenți au funcția de CEO/Președinte/Director General.

## **Despre Valoria**

Valoria Business Solutions este o companie de consultanță, training, 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](http://www.valoria.ro).



# Modificări ale Legii Insolvenței

În Monitorul Oficial nr. 840 / 02.10.2018 a fost publicată OUG 88/2018 privind modificarea unor acte normative (denumită în continuare "OUG 88/2018"). Reglementările introduse de OUG 88/2018 vizează și modificarea Legii 85/2014 privind procedurile de prevenire a insolvenței și de insolvență (denumită în continuare "Legea insolvenței" sau "Legea").

Actul normativ urmărește modificarea procedurii privind insolvența, având scopul de a se evita folosirea prevederilor legii în mod abuziv de către persoanele juridice care, aflate în această situație, daunează mediului de afaceri și organelor administrației fiscale.

## ▪ Valoare – prag

Noua definiție prevede faptul că cererea de deschidere a procedurii de insolvență, introdusă de debitor, va trebui să conțină un nivel al creanțelor bugetare mai mic de 50% din totalul creanțelor declarate de debitor. De asemenea, creanțele fiscale constatate printr-un act administrativ fiscal contestat vor fi admise la masa credală și înscrise sub

condiție rezolutorie până la soluționarea acțiunii.

#### ▪ **Fond de comerț**

OUG 88/2018 definește fondul de comerț ca fiind „ansamblul bunurilor mobile și imobile, corporale și necorporale – mărci, firme, embleme, brevete de invenții, vad comercial utilizate de un operator economic în vederea desfășurării activității sale”.

#### ▪ **Creanță anterioară**

Legea va include în sfera termenului creanțele bugetare stabilite printr-o decizie de impunere întocmită ulterior deschiderii procedurii, dacă activitatea impozitată a fost desfășurată anterior acestui moment.

#### ▪ **Administratorul special**

OUG 88/2018 interzice numirea unei persoane fizice sau juridice care deține și calitatea de creditor al unei societăți aflate în insolvență.

#### ▪ **Administratorul judiciar**

OUG 88/2018 introduce o nouă obligație de a include în raportul lunar, ce trebuie depus la dosarul cauzei, informații privind respectarea obligațiilor fiscale referitoare la obținerea sau necesitatea actualizării autorizarilor și autorizațiilor pentru desfășurarea activității, precum și referitoare la actele încheiate de organele de control care au efectuat inspecții în respectiva lună.

O altă modificare introdusă de OUG 88/2018 în legătură cu activitatea administratorului judiciar vizează desemnarea persoanelor de specialitate cu care acesta poate colabora de-a lungul desfășurării procedurii insolvenței. Astfel, administratorul judiciar nu va putea numi persoane care se află într-o relație contractuală sau într-o relație de afiliere cu administratorul judiciar, lichidatorul judiciar,

debitorul în insolvență sau cu vreunul dintre creditorii ca avocați, experți contabili, evaluator sau alte tipuri de profesii specializate.

#### ▪ **Deschiderea procedurii insolvenței**

OUG 88/2018 modifică Legea Insolvenței în sensul în care cererea de deschidere a procedurii va fi respinsă și în cazul în care aceasta nu conține dovada notificării organului fiscal competent cu privire la intenția părților, în anumite condiții prevăzute de Lege.

#### ▪ **Desfășurarea procedurii insolvenței**

Administratorul judiciar va avea un termen de 10 zile pentru analizarea cererilor de plată având ca obiect creanțele asupra debitorului, născute după data deschiderii procedurii. De asemenea, OUG 88/2018 prevede faptul ca termenul menționat anterior se va aplica și cererilor formulate în cadrul proceselor începute înainte de intrarea în vigoare a actului normativ.

#### ▪ **Planul de reorganizare**

Acesta va putea prevedea conversia creanțelor bugetare în acțiuni, însă numai cu îndeplinirea unor condiții prevăzute de Legea insolvenței, între care se află și consimțământul creditorului bugetar.

#### ▪ **Falimentul unei societăți**

OUG 88/2018 impune instanței de judecată un termen de 30 de zile pentru soluționarea cererilor de faliment pentru nerespectarea planului de reorganizare ori pentru acumularea de noi datorii către creditorii din cadrul procedurii acesteia. O astfel de cerere va putea fi depusă și de titularul unei creanțe curente, certe, lichide și exigibile mai veche de 60 de zile, iar soluționarea acesteia va avea loc în același termen de 30 de zile.

## ▪ Antrenarea răspunderii patrimoniale

Cu privire la antrenarea răspunderii patrimoniale a persoanelor culpabile de starea de insolvență a societății debitoare, administratorul judiciar ori lichidatorul judiciar va avea obligația de a promova o acțiune în acest sens, în situația în care identifică persoanele vinovate. De asemenea, aceeași acțiune va putea fi introdusă și de creditorul care deține mai mult de 30% din valoarea creanțelor înscrise la masa credală sau de președintele comitetului creditorilor, urmare a hotărârii adunării creditorilor.

**OUG 88/2018 a intrat în vigoare la data publicării actului normativ, mai exact în data de 02.10.2018.**

---

# Patru elemente definitorii pentru rolul și activitatea unui lider

*Volatilitatea mediului de afaceri și orientarea din ce în ce mai mare pe atingerea obiectivelor pe termen scurt au făcut ca în multe companii calitatea actului de management să scadă continuu în ultimii 10 ani. De fapt numeroase studii globale indică acest aspect și totodată arată că acesta a fost contextul care a condus la creșterea focusului pe lideri și actul de conducere (leadership).*

Dacă managerii sunt cei care coordonează echipele din proximitate și sunt responsabili de obținerea rezultatelor în mod sistematic, predictibil, repetabil și scalabil, liderii sunt cei care conduc prin influență, deoarece oferă un model care să inspire și să motiveze toți angajații firmei. Aceștia

elaborează și comunica viziunea și misiunea companie, creează cultura organizațională care să faciliteze alinierea valorilor și colaborarea echipelor, totul în contextul unei mentalități de creștere cu privire la angajați, clienți, furnizori și comunitate.

### **1. Liderul definește și comunica misiunea companiei în piață**

Ca antreprenor care a lansat și a condus mai multe companii înțeleg de ce este nevoie ca o firmă să aibă un mesaj clar pentru clienți, angajați, furnizori, parteneri de afaceri. Dificultatea rezultă din faptul că fiecare dintre aceste categorii cu care se comunică are un alt unghi din care privește și percepe compania. Comunicarea viziunii pe care antreprenorul o are pentru companie nu este întotdeauna suficientă sau relevantă pentru aceste publicuri țintă. Rezultatul este că toată lumea poate ajunge să fie confuză, iar angajații să se întrebe care este scopul lor. Iată de ce liderul trebuie să poată defini și comunica misiunea companiei în așa fel încât angajații, clienții, partenerii de afaceri, comunitatea în care compania funcționează să rezoneze cu această misiune, să îi acorde însemnătate și să o poată face și a lor.

### **2. Liderul creează cultura organizațională care să conducă la alinierea valorilor**

Cultura organizațională este esențială atât în companiile multinaționale cât și în cele antreprenoriale. Ceea ce se întâmplă în organizație, în lipsa șefilor, atunci când apar situații pentru care nu există un articol în Regulamentul de Ordine Interioară este foarte important. Companiile au nevoie de procese și proceduri, dar nu e bine să facă numai din acestea modul lor de funcționare. Iată de ce, ca lider și antreprenor, am cel mai mare aport la transformarea valorilor companiei în comportamente relevante tuturor colegilor din echipă. Este important ca în același timp să susțin în tot

cea ce fac aceste valori, să fiu un model din acest punct de vedere și să creez un mediu de lucru în care valorile oamenilor din echipă să se alinieze cu valorile companiei.

### **3. Liderul creează contextul pentru a pune în evidență punctele forte ale celorlalți**

Unul dintre aspectele de care mi-am dat seama încă de la începutul anilor de antreprenoriat a fost acela că oamenii își doresc să reușească. Poate că nu sunt întotdeauna conștienți sau încrezători în punctele lor forte, dar se simt plini de energie și de încredere când văd că au succes. Iar când oamenii își iubesc ocupația, ei devin pasionați de aceasta și vor să facă tot posibilul pentru a deveni și mai buni. În opinia mea, atunci când un lider poate să-i inspire pe colegi să iubească ceea ce fac, pentru că au încredere unii în alții și fiecare în el însuși, oamenii devin pasionați de ceea ce fac și nu se gândesc că vin la muncă. Dimpotrivă sunt mereu auto-motivați să se gândească la modalități prin care pot reuși în a fi mai eficienți, mai relevanți pentru clienți, mai creativi, mai inovatori.

### **4. Liderul este cel care arată cum se stabilește încrederea în interiorul și exteriorul companiei**

Fie că este un lider inspirat sau unul mai puțin experimentat, modul de lucru și comportamentele acestuia sunt preluate de mulți alții din interiorul companiei. Pe de altă parte partenerii de afaceri, clienții și furnizorii vor observa cu atenție modul în care liderul interacționează în exteriorul companiei și vor decide dacă pot avea sau nu încredere în acesta. Iată de ce am fost întotdeauna conștient de importanța exemplului personal. Mi-am dat seama că dincolo de stilul de lucru, modelul meu de luare a deciziilor, nivelul de deschidere la risc, capacitatea de a argumenta și stilul de comunicare vor fi considerate repere de ceilalți colegi (în mod conștient sau pur și simplu mimetic). De aceea am fost mereu implicat în programe de dezvoltare personală, fiindcă

consider că învățarea continuă este calea cea mai bună pentru desăvârșirea abilităților de lider. Iar rezultatele au fost mereu foarte bune și mi-au adus împlinire.

### **Câteva gânduri la final de articol**

Abilitatea liderului de a-și înțelege rolul și competența lui pentru a îndeplini acest rol va face diferența în companie. Exercițierea rolului de lider în activitatea de zi cu zi a unei companii antreprenoriale în creștere rapidă nu oferă un mediu simplu sau ușor de coordonat. Dinamica situațiilor, rapiditatea extinderii afacerii și creșterea constantă a echipei fac ca actul de conducere, de inspirație și de aliniere a valorilor oamenilor din echipă să fie unul complex și provocator. Elementele descrise mai sus sunt esențiale, dar nu sunt singurele pe care trebuie să le ai în vedere ca lider. De aceea te invit să continui explorarea și accesarea potențialului tău, alocând mereu atenția ta acestor aspecte fundamentale.

**Autor: Lucian Anghel, Fondator și CEO, Timepal Romania si Facilities Management Services**

\* \* \*

### **Despre EnergyPal**

Fondatorul brandului EnergyPal, dipl.ing. Lucian Anghel, are experiență în operarea și mentenanța clădirilor însumând peste 3.000.000 mp în România. Experiența acumulată în decursul a 15 ani de facility management a condus la realizarea conceptului EnergyPal de eficiență energetică, prin care clienții beneficiază de cele mai eficiente soluții de reducere a costurilor de operare a clădirilor. Echipa EnergyPal este constituită din personal cu experiență de peste 8 ani în facility management și asistență tehnică. Personalul este specializat în domeniile: smart metering, HVAC (instalații termice și de climatizare), automatizări, izolații, luminotehnică, mentenanță preventivă și predictivă.

Soluțiile și tehnologiile folosite au ca rezultat reducerea costurilor de operare ale beneficiarilor, ceea ce permite finanțarea soluțiilor din economiile realizate. Aflați mai multe despre noi pe: [www.energypal.ro](http://www.energypal.ro).

---

## **România retrogradează la competitivitate economică**

Anul trecut pe locul 62, anul acesta pe locul 68, România pierde din competitivitatea economică la nivel mondial. Așa arată, pentru țara noastră, indicele de competitivitate globală realizat de World Economic Forum. Deoarece obișnuim să ne comparăm foarte des cu țările din regiune, merită spus, în acesta privință, că Bulgaria este pe locul 49, în creștere de pe locul 50, Cehia se menține pe locul 31, Polonia scade de pe locul 36 pe locul 39, Turcia crește ușor de pe locul 55 pe locul 53, Slovacia crește de pe locul 65 pe locul 59 și Ungaria crește de pe locul 69 pe locul 60.

De ce să ne intereseze un astfel de indice? Pentru că măsoară factorii de creștere și de prosperitate pe termen lung. Ajută decidenții politicilor publice să identifice provocările pe care să le depășească și punctele forte pe care să le consolideze atunci când concep strategiile de creștere economică a țării.

Competitivitatea, criteriul în funcție de care este alcătuit clasamentul, este definită drept setul de instituții, politici și factori care determină nivelul de productivitate al unei economii, care la rândul ei decide nivelul de prosperitate pe care o economie o poate genera pentru cetățenii ei.

## ***În România productivitatea per angajat era la 65,3% din media europeană în 2017***

La capitolul productivitate per angajat, în 2017, România era la 65,3% din media Europeană, potrivit Eurostat. Pe de altă parte în ce privește numărul de ore lucrate, românii sunt în topul celor mai harnici muncitori. Cu alte cuvinte în România se lucrează mult statistic și fără rezultat, ca să nu zicem altfel. Cu excepția Bulgariei, toate celelalte țări din UE sunt în față României în ce privește productivitatea. În pofida acestei clasări, motivele creșterii competitivității Bulgariei țin de stabilitatea și predictibilitatea sistemului fiscal, de politicile adoptate și astfel de mesaje trimise către investitori în ultimul an.

Enumerăm rapid rezultatele României pe cei 10 piloni luați în calcul pentru realizarea indicelui de competitivitate globală, în cazul celor 140 de țări analizate, după cum urmează:

***România este pe locul 86 în ce privește instituțiile, pe locul 83 la capitolul infrastructură, se plasează pe locul 38 în privința mediului macroeconomic, este pe locul 92 în ce privește nivelul de sănătate și educație primară precum și eficiență pieței bunurilor, se clasează pe locul 70 în ce privește educația și nivelul de pregătire superioară, eficiență pieței muncii plasează România pe locul 89, dezvoltarea pieței financiare din România este pe locul 88, nivelul de pregătire tehnologică este pe locul 51, nivelul de sofisticare a mediului de business este pe locul 116, iar nivelul de inovație pe locul 96 într-o piață considerată pe locul 41 din cele 140 de țări analizate.***

Potrivit indicelui de competitivitate globală, cele mai mari 5 provocări ale mediului de afaceri din România sunt: 1. nivelul taxelor, 2. birocrăția guvernamentală, 3. accesul la finanțare, 4. neadaptarea educației forței de muncă la cerințele pieței și 5. corupția.

Cel mai recent raport Eurostat anunță că România a înregistrat cea mai mare creștere economică din Uniunea Europeană (1,4%) comparativ cu trimestrul anterior. O veste îmbucurătoare! Știm de temperarea consumului și ajustarea inflației de la 5,4% la 4,5% cu perspectiva să ajungă 3,5% la sfârșitul anului. Știm că cinetica economică este influențată de combinația consum-investiții-export, indicatori macro la care România pare să stea cel mai bine și în indexul de competitivitate global.

Dar ce ne facem cu competitivitatea? Competitivitatea unei țări este dată și de nivelul de sofisticare a mediului de business (în prezent locul 116), nivelul de inovație (în prezent locul 96), nivelul de sănătate și educație primară (în prezent locul 92), eficiența pieței muncii (în prezent locul 88), instituții (locul 88) sau infrastructură (locul 83).

***România a reușit performanța să fie cea mai bună și să nu fie competitivă. Presiunea competitivă ar fi bine să ne orienteze atenția asupra viitorului României.***

***Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și tehnologii emergente***

\* \* \*

## **Despre Constantin Măgdălina**

Constantin Măgdălina are o experiență profesională de 8 ani, timp în care a lucrat la companii multinaționale, atât în țară cât și în străinătate. Constantin are un Master în Marketing și Comunicare la Academia de Studii Economice București. Este certificat Lean Six Sigma și ITIL (IT Information Library®) ceea ce-i facilitează o bună înțelegere a proceselor și transformărilor din cadrul organizațiilor. Pe de altă parte certificarea obținută de la Chartered Institute of Marketing îi completează expertiza de business. În cei peste 4 ani de activitate în cadrul unei companii din Big 4 a inițiat și coordonat studii ce analizau aspecte legate de mediul de afaceri din România. Printre acestea se află previziunile

economice de creștere ale firmelor în 2013-2016, managementul cunoștințelor, experiența de cumpărare în era consumatorilor digitali, social media și mediul de afaceri românesc, utilizarea dispozitivelor mobile în România. Este autor a numeroase articole cu teme legate de inovație, eficientizarea proceselor de afaceri, social media, transformarea digitală, tendințe și tehnologii emergente. Este invitat ca vorbitor la numeroase evenimente și conferințe de business.

