O treime dintre companiile participante la un sondaj PwC au fost vizate de inspecții fiscale în anul 2017

- *Aproape 60% dintre contestațiile actelor de impunere s-au soluționat favorabil sau parțial favorabil*
- *Majoritatea sumelor suplimentare stabilite în urma inspecțiilor fiscale au fost de sub 100.000 de lei*

34% dintre companiile participante la un sondaj realizat de PwC România au declarat că au făcut obiectul inspecțiilor fiscale în 2017. Rezultatele studiului trebuie interpretate în contextul în care Agenția Națională de Administrare Financiară (ANAF) a comunicat că, la nivelul întregii economii, activitatea de inspecții fiscale a scăzut cu 20% în 2017, comparativ cu anul anterior. De asemenea, inspecțiile antifraudă au scăzut cu 15%. Din eșantionul de 169 de companii chestionate, 12% fie nu au fost niciodată subiectul unei inspecții fiscale în timp ce 17% au fost controlate înainte de anul 2012.

În ceea ce privește durata inspecțiilor, cele mai multe dintre acestea (37%) nu s-au întins pe mai mult de 1-3 luni, iar sumele stabilite suplimentar de plată în majoritatea cazurilor (57%) au fost de până în 100.000 lei. Au existat și situații în care sumele stabilite suplimentar s-au situat în jurul a 10 milioane de lei.

”Inspecțiile fiscale țin până la urmă de relația firească dintre contribuabili și autoritățile fiscale, însă aceasta ar trebui derulate într-o manieră care să nu perturbe activitatea curentă a companiilor, permițându-le să se concentreze pe generarea de valoare adăugată, care să ducă la dezvoltare și

crearea de locuri de muncă. Din acest punct de vedere, este de dorit ca inspecțiile fiscale să reprezinte mai degrabă excepția decât norma interacțiunilor dintre autorități și contribuabili și să se deruleze pe o perioadă cât mai scurtă de timp, concentrându-se mai ales pe domeniile cu grad mai ridicat de evaziune fiscală. De asemenea, trebuie remarcat că pe plan extern se încurajează tot mai mult inspecția derulată electronic prin intermediul unor formulare standard de tip SAF-T, a căror implementare ar trebui accelerată și în România", a declarat **Mihaela Mitroi, Partener, Departamentul de Taxe și consultanță juridică, PwC România**.

Ce au controlat inspectorii fiscali?

Cele mai importante aspecte vizate de controale au fost declararea impozitului pe profit, 46% dintre companii și modalitatea în care a fost înregistrată taxa pe valoarea adăugată (TVA), 38% dintre respondenți. Principalele aspecte avute în vedere de inspectori au ținut de deductibilitatea serviciilor, cheltuielile de protocol, sponsorizările, diminuarea pierderilor fiscale prin capitalizarea cheltuielilor, nedeductibilitatea cheltuielilor, diferențe între marfa înregistrată în inventar și stocurile existente, limitarea cheltuielilor atribuite autovehiculelor, controlul prețurilor de transfer pentru determinarea riscului fiscal.

Respondenții au menționat că au prezentat interes pentru autorități și implicațiile de TVA rezultate în urma ajustărilor prețurilor de transfer sau reclasificării deductibilității serviciilor, TVA aplicată asupra depășirii plafonului de protocol, modul de completare a declarației 394, livrări și achiziții comunitare, TVA aferentă cheltuielilor de protocol, sponsorizări etc.

Deși majoritatea participanților la sondaj (62%) a ales să nu conteste actele de impunere, dintre cei care au făcut-o, 12% au câștigat integral la nivel administrativ în timp ce 45% dintre contestații au avut parțial câștig de cauză. Dintre

contribuabilii care aveau soluționări nefavorabile sau favorabile parțial, 80% au ales sa meargă în instanță – iar majoritatea litigiilor (70%) sunt încă pe rol. Pentru litigiile finalizate (10%), instanțele au anulat actele de impunere în mare parte (80%) și au respins acțiunile contribuabililor pentru doar 20% dintre ele.

”Se observă un proces de maturizare a contribuabililor fiscali din România care recurg la contestarea în instanță a deciziilor de impunere doar atunci când consideră că drepturile le-au fost lezate. Pentru autoritățile fiscale ar trebui să fie un semnal de alarmă faptul că instanțele dau în multe cazuri câștig de cauză contribuabililor, ceea ce arată faptul că inspectorii fiscali au de multe ori o interpretare prea restrictivă a legislației fiscale” a declarat **Dan Dascălu, Partener, D&B David și Baias, Liderul echipei de litigii comerciale și fiscale.**

În cazul celor care au contestat actele de impunere (aproape 40% dintre participanți), contestația s-a soluționat parțial nefavorabil pentru 43% dintre participanți, pentru 45% contestația s-a soluționat parțial favorabil și doar pentru 12% contestația a fost soluționată în întregime favorabil. Dintre cei ale căror contestații au fost soluționate nefavorabil sau parțial favorabil, 80% au continuat să atace aceste soluții în instanțe, iar majoritatea acestor acțiuni (peste 80%) se află încă pe rolul instanțelor de judecată. În 80% dintre litigiile finalizate, instanțele au anulat actele de impunere.

Majoritatea celor care au contestat actele de control și au obținut soluții favorabile a fost asistată de consultanți externi, în vreme ce firmele care au obținut anularea actelor de control în instanță au fost asistate în proporție de 100% de consultanți externi.

”În pregătirea unei inspecții fiscale contribuabilii ar trebui să aibă în vedere revizuirea contractelor, respectiv a

documentelor justificative aferente. Se recomandă consultarea unor specialiști care să acorde asistență specializată pe durata controlului și în faza de contestare a actelor de impunere, în special, în faza a instanțelor de judecată unde, așa cum rezultă din concluziile sondajului realizat, se pot obține soluții favorabile contribuabililor", a adăugat **Dan Dascălu**.

Despre sondaj

Sondajul PwC a fost derulat în primul trimestru al anului 2018, la chestionar răspunzând reprezentanții a 169 de companii din România. Companiile participante desfășoară activități în producția industrială (20%), industria auto (13%), comerț (11%), servicii financiare (8%), industria farmaceutică (5%); telecomunicații (5%), IT (5%), imobiliare (3%), petrol și gaze (3%) și energie (1%). Majoritatea companiilor respondente sunt încadrate în categoria marilor contribuabili (63%); dintre companiile participante, 77% au un număr de angajați de până în 1.000. Aproximativ 74% din companiile respondente au înregistrat profit (cumulat) la sfârșitul anului 2017.

Principalul scop al sondajului a fost de a identifica și analiza informații cu privire la inspecțiile fiscale, respectiv frecvența, durata și efectele acestora, care au fost principalele aspecte monitorizate de către echipele de inspectori, câte companii au decis să conteste actele de impunere, care a fost rezultatul acestor contestații, dar și alte elemente care sunt prevăzute în detaliu în această prezentare.

Despre PwC

Scopul PwC este de a construi încredere în sânul societății și de a contribui la rezolvarea unor probleme importante. Firmele din rețeaua PwC ajută organizațiile și indivizii 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 specialiști dedicați oferirii de servicii de calitate de audit, consultanță fiscală și consultanță pentru afaceri. Spuneți-ne care sunt lucrurile importante pentru dumneavoastră și descoperiți mai multe informații despre noi vizitând site-ul www.pwc.ro.

”Vrei să-i repari, te rog!”

Coaching – una dintre cele mai impredictibile meserii din lume. Coaching – una dintre cele mai “riscante” joburi din lume pentru amândoi: coach și coachee. Coaching – una dintre cele mai pline de împlinire activități din lume.

Coaching-ul este despre respectul pentru celălălt. Acum aproape 10 ani, Aoki-san, coach în Tokyo, îmi spunea la un pahar de vin: “pentru a putea vedea măreția din ceilalți, trebuie să fim modești.” Din poziția de coach, noi nu putem face nimic pentru cei pe care îi ”antrenăm”, dacă aceștia nu vor.

Să presupunem că este vorba de top și middle manageri din companie: nu contează cât de mult își dorește sponsorul programului de coaching să-și schimbe managerii – acest lucru nu este posibil. Nu acesta este scopul coachingului. Coachee și coach pot lucra împreună să stabilească obiectivele. Au nevoie să rețină însă ceva important: decât să îți dorești TOTUL, mai bine îți dorești CEVA. CEVA e mai mult decât TOTUL. Pentru că, în coaching, TOTUL riscă să ajungă NIMIC.

În plus, febra coachingului a prins și piața românească de ceva vreme, iar febra aceasta a făcut ca, din păcate, să fie

mistificate perspectivele acestui instrument în privința dezvoltării oamenilor. Astfel că, fără a face ceva pentru ei înșiși sau fără a ști ce să facă pentru a crește impactul propriului stil de conducere, unii lideri apelează la coachi externi cu o rugăminte: “Te rog, repară-mi managerii!”

Multă lume știe, coachingul nu este pentru a repara, coachingul este pentru dezvoltare. Și, totuși, într-una din zile un posibil client îți spune direct: “Te rog, repară-i!”

Ce opțiuni ai?

Evident că poți spune NU; uneori, a fi asertiv este o modalitate foarte bună de exprimare de sine și de întărire a încrederii în forțele proprii. Dar asta nu va rezolva situația. Care nici măcar nu are legătură cu tine. Să presupunem că vrei să spui DA, fie pentru că e o situație provocatoare, fie pentru că este o misiune pe care vrei să ți-o asumi.

Ce faci mai departe?

Primul pas este să clarifici cine sunt clienții și care este scopul lor legat de programul de coaching: unul plătește, altul utilizează serviciile de coaching. Nu uita niciodată clientul care plătește. Următoarele întrebări sunt cheie pentru o bună relație cu acest sponsor:

- Să presupunem că acest program de “Repară-i” este unul de succes: cum îți vei da seama de asta? Ce va fi diferit după aceea? (întrebări foarte utile în stabilirea obiectivelor)
- Ce vei face tu diferit după aceea? (se referă la susținerea pe care o oferă sponsorul eforturilor coachee-ului pentru a avea rezultate care durează).
- Ce altceva vrei să menționezi? (se referă la întrebările de mai sus, iar răspunsurile sunt cumva legate de opinii *și/sau convingeri pe care sponsorul le expune des. Dar “ce altceva” îl apropie de lucruri la care nu s-a gândit*

până atunci, uneori chiar de soluții la problemele sale.

Dacă mutăm atenția către clientul utilizator al programului, coachee, dacă acesta nu știe de ce are nevoie de coaching (iar în programele "Repară-i" aceasta este o constantă), este bine să întrebi:

- Dragă coachee, te rog să îmi spui ce te aduce pe TINE în această discuție? Ce speri să fie diferit – mai bine – pentru TINE ca rezultat al coachingului? *(acestea ajută la recontextualizarea situației de la "șeful meu vrea să facă ceva cu mine" către "vreau să fac ceva pentru mine")*
- Sponsorul programului vrea să investească pentru că tu să te bucuri de avantajele coachingului. Care sunt aspectele pe care crezi că le apreciază la tine de a luat această decizie? Ce speră sponsorul să obții că urmare a acestui program? *(creează o platformă de încredere și ajută la eliminarea unei posibile percepții că totul este negru).*
- Ce altceva? *(ajută la explorarea lucrurilor dincolo de ceea ce este coacheeul conștient. Este vorba de a ajunge la reacții de genul "La asta nu m-a gândit până acum" sau "Aveam o perspectivă diferită până acum; sunt puțin derutat").*

După ce clarifici relația cu cele două tipuri de clienți, ai nevoie să știi cum se va derula procesul: direct cu coachee-ul și fără implicarea sponsorului sau va fi un proces în trei. În plus, ai nevoie să fii conștient de cele trei provocări ale coachingului din programele de tip "Repară-i"! Despre toate acestea, în partea a doua a articolului.

Autor: George Agafiței, Strategy Designer & Innovation Catalyst, Certificate Associate Emergenetics®

* * *

Despre autor

George Agafiței are o experiență de peste 20 de ani în susținerea dezvoltării potențialului oamenilor, inițial ca angajat în companii mari (BRD, ProTV, Arthur Andersen) și apoi, din 2006, pe cont propriu ca freelancer. George Agafiței are o educație formală în psihologie și administrarea afacerii, cu accent pe dezvoltarea leadershipului și a modelelor de afaceri. În plus, a parcurs diverse stagii de pregătire în România, Elveția și Olanda. Este acreditat în utilizarea profilului Emergenetics® și a simulării de afaceri DiG (Discovery/Innovation/Growth).

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.

---

5 metode prin care companiile își pot reduce pierderile energetice

Pierderile energetice sunt de multe ori necunoscute și necuantificate în companii din numeroase domenii de activitate. Chiar dacă managerii știu că au pierderi energetice pe fluxul de producție sau în alte zone ale companiei (de exemplu spații de depozitare, parcări sau birouri), unii dintre aceștia nu au o imagine clară a valorii

acestor pierderi și nici asupra metodelor prin care pot fi reduse.

De fapt, în funcție de mărimea companiei și a facilităților pe care le utilizează, managerii pot lucra cu specialiști în eficientizare energetică și reduce semnificativ pierderile în fiecare lună. Acționând în cunoștință de cauză, în urma consilierii primite de la experți, măsurând și cuantificând permanent, se pot lua măsuri pentru a crește eficiența energetică și a reduce pierderile de energie pe termen scurt, mediu și pe termen lung.

1. **Faceți un audit energetic și apoi un plan de implementare a măsurilor propuse**

Auditul energetic este cel mai bun punct de plecare, deoarece specialiștii care vor realiza acest audit, vor face o radiografie a tuturor departamentelor și facilităților din companie și vă vor arăta care sunt zonele în care trebuie luate măsuri, tipul și magnitudinea acestora, dar și rezultatele ce pot fi obținute. Când vine vorba de costurile și consumul de energie al afacerii, realizarea unui audit energetic este, într-adevăr, decizia cea mai bună. Rezultatele vă vor aduce informații care vă vor da o mare claritate și veți putea decide, împreună cu consultanții de specialitate, etapizarea implementării măsurilor prin care să creșteți eficiența energetică și unde puteți opri sau reduce pierderile energetice. Împărțiți măsurile în măsuri fără costuri de implemetare, cu costuri reduse și cu investiții semnificative. Ordinea este dată de costurile asociate și de rezultatele aferente fiecărei metode.

2. **Introduceți un sistem de contorizare inteligentă a utilităților**

Măsurați și monitorizați consumul utlitătilor pe perioade timp îndelungat, pentru a putea obtine un tipar de consum al companiei. Prin monitorizarea grupelor mari de consumatori se

va putea genera o linie de consum mediu (baseline). Odată identificat acest baseline vor fi ușor de evidențiat pierderile și printr-o monitorizare continuă, se vor putea lua măsuri de remediere imediate. În cazul contorizării clasice este foarte dificil, aproape imposibil, de identificat momentul apariției depășirilor de consum și exact în ce zonă, informațiile fiind doar la nivel de contor general și la o lună după consumul efectiv. Doar printr-o contorizare detaliată și continuă, tip smart metering, puteți identifica apariția pierderilor și urmări încadrarea în regimul eficient de consum, deoarece dacă nu măsori, nu poți reduce!

3. **Verificați buna funcționare a sistemelor HVAC**

Este foarte important să realizați un audit al instalației HVAC – boilere, chilere, ventilație – deoarece peste 50 la sută din consumul energetic al unei clădirii aparține zonei HVAC (dar variază în funcție de tipul/destinația clădirii și de vechimea acesteia). Implementați apoi măsurile rezultate din auditul HVAC și aveți în vedere utilizarea de termostate programabile, înlocuirea izolațiilor deteriorate, realizarea unor automatizări locale, schimbarea filtrelor colmatate, verificarea randamentelor chilerelor, boilerelor, etc. Dacă aveți pompe defecte, este important să analizați din punct de vedere economic care este costul cu repararea pompelor clasice comparativ cu înlocuirea lor cu pompe noi cu convertizor de turație, mult mai eficiente energetic. De asemenea, asigurați-vă că zonele din fața tuturor grilelor de ventilație nu sunt blocate de mobilier sau cu improvizații din hârtie. Este necesară, în medie, o cantitate de energie mai mare cu peste 25% pentru a distribui aerul în cazul în care grilele sunt blocate sau filtrele colmatate.

4. **Introduceți un sistem de control al iluminatului și/sau iluminat cu LED, acolo unde eficiența economică justifică această măsură**

Aceasta este o zonă de avut în vedere încă de la început

deoarece fiecare economie mică făcută într-o mulțime de locuri poate aduce un rezultat important. Înlocuirea unui singur bec de 60 de wați cu un bec de 18 wați eficient din punct de vedere energetic, care funcționează 10 ore pe zi, poate economisi cu ușurință 5-6 lei sau mai mult în fiecare lună. Multiplicați această economie pentru un an întreg și cu sutele sau miile de becuri din companie și vorbim despre o valoare demnă de luat în seamă. Becurile eficiente din punct de vedere energetic sunt o modalitate inteligentă de a reduce factura electrică pe termen scurt, însă au un cost de achiziție mai ridicat și vor amortiza investiția într-un timp scurt doar în cazul unei folosiri intensive de peste 10 ore/zi. Becurile LED utilizează cu cca. 75% mai puțină energie și pot dura 50 de ori mai mult decât becurile cu incandescență. Este foarte util să utilizați senzori de ocupare, de prezență și funcții de dimmimg în zona de iluminat. Căutați să utilizați cât mai mult iluminatul natural și instalați sisteme de automate de pornire a iluminatului în spații unde traficul este ocazional.

5. **Stabiliți programe de funcționare pentru echipamentele principale din companie și introduceți elemente de tipul BMS și IoT, acolo unde eficiența economică o justifică**

Acest lucru poate părea evident, dar ați fi surprinși de cât de multe companii nu au o astfel de măsură implementată. În spațiile de birouri computerele, monitoarele, imprimantele consumă și când sunt neutilizate, după ce angajații au plecat și le-au lăsat pornite. Dacă sunt oprite complet peste noapte, nu veți plăti pentru electricitatea pentru utilizarea în regim stand-by. În depozite și spații de producție este foarte important ca operatorii echipamentelor să cunoască modul specific de închidere / deschidere ale acestora și să respecte programele de funcționare afișate în locuri vizibile. Odată stabilit un orar de funcționare al echipamentelor, se pot introduce programatoare orare sau automatizări locale în funcție de prezentă. De asemenea, la achiziția sau înlocuirea de echipamente, țineți cont de eficiența energetică a acestora

și de clasa lor energetică.

Un pas avansat din aceeași categorie o reprezintă introducerea elementelor de monitorizare si control centralizat de tip BMS (Building Management System). Sistemele BMS sunt esențiale pentru managementul instalațiilor clădirilor de birouri, hotelurilor, spitalelor, spațiilor logistice sau de producție. Informațiile pe care le oferă în timp real, capacitatea predictivă, alertele pe care le arată atunci când apar avarii sau regimuri de funcționare neconforme, fac din această investiție un punct important de pe lista managerilor acestor facilități.

Pe de altă parte, inserarea protocoalelor de internet în sistemele de management a făcut posibilă monitorizarea și controlul de la distanță al instalațiilor clădirilor. Astfel, pe langă capacitatea de a montoriza în timp real și cu mare precizie consumul de energie, sistemele BMS pot monitoriza și controla: instalațiile de încălzire, ventilare și climatizare (temperatură, umiditate, CO2), instalațiile de alimentare cu apă, instalațiile electrice (nivel de iluminat, alimentare echipamente electrice – TGD, producție de energie electrică – grupuri generatoare) și pompe. Dincolo de identificarea echipamentelor defecte și monitorizarea condițiilor climatice interioare și exterioare, ele pot fi conectate și pentru monitorizarea sistemelor audio-video, sistemelor de securitate și sistemelor de detecție incendiu.

Măsuri suplimentare care fac diferența în reducerea pierderilor energetice:

- **Desemnarea unei echipe interne responsabile de managementul energetic** – Nominalizați responsabili și acordați-le un bonus în funcție de rezultatele obținute.
- **Colaborarea cu o firmă specializată de eficiență energetică** – Vă va finanța și implementa toate aceste măsuri din economia de energie realizată. Acesta este modelul pe care îl susținem ca fiind oportun pentru

atingerea unor rezultate optime într-un timp scurt și cu eficiența economică cea mai bună.

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.

Biroul PwC din Timișoara are un nou coordonator al

practicii de audit

PwC România anunță promovarea lui Sergiu Ștefea în poziția de coordonator al practicii de audit a biroului regional din Timișoara.

Sergiu are o experiență de peste 7 ani în auditarea situațiilor financiare întocmite în conformitate cu normele valabile pentru piața din România, Statele Unite (US GAAP), IFRS și alte politici de raportate de grup. Sergiu a participat într-un schimb de experiență de 3 ani în cadrul biroului PwC din New York (SUA) unde și-a perfecționat cunoștințele în US GAAP și controale SOX. Sergiu este absolvent al Facultății de Economie și Administrare a Afacerilor din cadrul Universității de Vest din Timișoara.

„Mă onorează și mă obligă în același timp această promovare. Consider că echipele alături de care am lucrat în trecut sunt cele care m-au ajutat să ajung până aici. Îmi doresc în continuare ca proiectele pe care voi lucra împreună cu echipa mea să aibă un impact pozitiv asupra clienților noștri, ajutând la creșterea încrederii în calitatea informației financiare a acestora. Sper să reușesc ca din această poziție să am o contribuție semnificativă asupra dezvoltării afacerilor, atât pentru clienții noștri cât și pentru firmă”, spune **Sergiu Ștefea, Manager, coordonatorul practicii de audit a biroului PwC din Timișoara**.

„Această promovare este dovada efortului susținut, a dedicării și implicării de care Sergiu a dat dovadă de-a lungul timpului. Practica noastră de audit din Timișoara a avut întotdeauna rezultate foarte bune, iar acest lucru se datorează în principal profesioniștilor din cadrul acestui birou. Îi urez mult succes lui Sergiu în această nouă poziție și sunt convinsă de faptul că împreună cu echipa sa vor continua să se ridice la înălțimea așteptărilor clienților noștri”, a spus **Monica Biota, Partener, coordonator al**

biroului PwC din Timișoara.

Biroul PwC din Timișoara oferă servicii de audit, taxe și consultanță în afaceri pentru clienții din zona de vest a țării.

Despre PwC

Scopul PwC este de a construi încredere în sânul societății și de a contribui la rezolvarea unor probleme importante. Firmele din rețeaua PwC ajută organizațiile și indivizii 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 specialiști dedicați oferirii de servicii de calitate de audit, consultanță fiscală și consultanță pentru afaceri. Spuneți-ne care sunt lucrurile importante pentru dumneavoastră și descoperiți mai multe informații despre noi vizitând site-ul www.pwc.ro.

Creșterea salarială medie în sectorul privat a fost de 6,4% în 2018, conform studiului PayWell realizat de PwC

În anul 2018, salariile din mediul privat au crescut ușor peste nivelurile planificate. Salariile la nivel național au crescut în medie cu 6,4%, față de ajustarea planificată (5,7%), potrivit celei de-a 20-a ediții a studiului salarial și beneficii PayWell, realizat de PwC România.

Creșteri salariale peste media pieței s-au produs în *industrie* (8,9%) și în *retail* (6,7%). În același timp, sectorul *bancar* (5,4%), *leasing*-ul (4,6%) și *industria farmaceutică* (4,8%) înregistrează creșteri mai mici decât media, dar depășesc totuși procentele bugetate anterior.

În ceea ce privește categoriile de personal, cele mai mari creșteri ale salariilor au fost înregistrate de muncitori/operatori (calificați și necalificați) – 7,7%. Dintre toate categoriile de personal analizate, nivelurile de conducere au avut cele mai mici creșteri ale salariilor, puțin sub 6%.

Comparativ cu edițiile anterioare ale studiului PayWell, creșterile salariale păstrează o traiectorie ascendentă. Creșterea medie a fost de 3,7% în 2016 și de 5,1% în 2017. Toate sectoarele analizate au înregistrat creșteri mai mari decât în 2017. Cu toate acestea, sectorul bancar se evidențiază cu o rată de creștere mai mult decât dublă față de 2017 (5,4% în 2018, față de 2,1%).

Ritmul accelerat de creștere salarială este determinat și de fluctuația ridicată a personalului. Rata medie a fluctuației de personal (plecări voluntare) a fost de 17,4% în 2018, cu aproape 4 puncte procentuale mai mare decât în 2017.

„Creșterile salariale peste medie reprezintă unul dintre stimulentele utilizate de companii pentru a atenua problema deficitului forței de muncă. În plus, vedem o creștere semnificativă a salariilor lucrătorilor din producție și din sectorul hotelier, în timp ce sectoarele de retail și cel bancar rămân în urmă ca nivel de evoluție salarială. Problemele cu care se confruntă în prezent piața forței de muncă din România au cauze mai profunde și sunt potențate de emigrație și lipsa corelării dintre sistemul de educație și cerințele economiei“, a declarat **Daniel Anghel, Liderul Departamentului de Consultanță fiscală și Juridică, PwC România**.

În ceea ce privește planurile pentru anul 2019, companiile estimează o creștere mai mică, în medie de 4,6%. Acestea au planificat o majorare cu 6,5% a salariilor pentru personalul implicat în producție, în timp ce pentru restul categoriilor de personal creșterea nu va fi mai mare de 5% anul viitor.

În ceea ce privește modificările privind transferul de contribuții sociale, aproximativ două treimi dintre companiile participante la studiu (63%) au majorat deja salariul brut, în timp ce 20% au utilizat mecanismul de compensare prin bonus. Doar 17% dintre companiile private au avut o abordare mixtă, ceea ce înseamnă că au crescut salariul brut pentru unele posturi, în timp ce pentru alte poziții compensarea s-a făcut prin oferirea de bonus.

„*Deficitul forței de muncă pune presiune pe angajatori pentru a găsi și alte metode, în afara salariului, de a-și motiva atât proprii angajați, cât și de a atrage potențiali angajați. Este o cursă a flexibilității companiilor în a reuși să devină cât mai atractive, în contextul în care, atât dinamica pieței forței de muncă, cât și dorințele și nevoile generațiilor noi de angajați sunt tot mai diverse*”, spune **Ionuț Sas, Partener, Departamentul de Consultanță fiscală și Juridică, PwC România**.

Pe lângă salarii, puțin peste jumătate dintre companii (53%) oferă bonusuri fixe angajaților cu diverse ocazii. Companiile care activează în sectorul industrial și în retail conduc în clasamentul bonusurilor fixe, 68% și respectiv 73% dintre acestea oferă un bonus fix. Alte sectoare tind să prefere bonusuri legate de performanță, ca supliment la salarii.

În 2018, numărul de companii orientate să ofere beneficii cu impact asupra echilibrului între serviciu și viața personală este mai mare decât în 2017. În acest sens, 55% dintre companii au program de lucru flexibil, jumătate dintre organizații implică angajații lor în activități de responsabilitate socială (CSR), în timp ce 26% oferă abonamente la biblioteci online de cărți. Acesta este modul în

care companiile răspund cerințelor angajaților pentru a asigura retenția personalului.

“*Companiile din mediul privat sunt din ce în ce mai mult sub presiunea pieței muncii. Scăderea personalului calificat disponibil la toate nivelurile, în special pentru categoria de muncitori, la care se adaugă concurența din sectorul public, devenit atractiv în urma creșterilor salariale, au adus capitalul uman și bugetele aferente acestuia pe lista de priorități a oamenilor de afaceri. Deoarece piața forței de muncă va deveni din ce în ce mai competitivă, managerii și departamentele de resurse umane trebuie să investească în programe de creștere a productivității pentru a-și putea susține planurile de dezvoltare, dovedind creativitate în ceea ce privește atragerea și retenția personalului, precum și pentru crearea competențelor necesare în rândul angajaților prin programe proprii*“, a spus **Oana Munteanu, Lider al Departamentului de Consultanță în resurse umane, PwC România.**

Despre PayWell

PwC a realizat studiul în perioada ianuarie-august 2018. Raportul analizează 97 de companii din sectoarele bancar, leasing, farmaceutice, produse industriale, retail și hoteluri. Participarea la studiu presupune furnizarea de informații privind nivelurile salariale și politicile de compensații și beneficii din cadrul organizațiilor intervievate.

Despre PwC

Misiunea PwC este de a construi încredere în sânul societății și de a contribui la rezolvarea unor probleme importante. Firmele din rețeaua PwC ajută organizațiile și indivizii 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 specialiști dedicați oferirii de servicii de calitate de audit, consultanță fiscală și consultanță pentru afaceri.

Spuneți-ne care sunt lucrurile importante pentru dumneavoastră și descoperiți mai multe informații despre noi vizitând site-ul www.pwc.ro.

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 algoritmii.

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 tedința #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 vărstă să facă comod căutări privind produsele sau serviciile de care au nevoie. Potențialul pe care îl deschide această tehnologie nu numai pentru vanzări 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 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 virturală 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 dezvoltarii 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.

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 preturilor 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 principiului 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 angajaţi în peste 700 de birouri din 150 de ţări şi venituri de aproximativ 34,8 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2018. Reţeaua noastră este cea mai integrată la nivel global iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienţilor servicii prin care să beneficieze de oportunităţile din întreaga lume. În România, EY este liderul de pe piaţa serviciilor profesionale încă de la înfiinţare, în anul 1992. Cei 800 de angajaţi din România şi Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistenţă fiscală, asistenţă în tranzacţii şi servicii de asistenţă în afaceri către companii multinaţionale şi locale. Avem birouri în Bucureşti, Cluj-Napoca, Timişoara, Iaşi şi Chişinău. 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 informaţii, vizitaţi pagina noastră de internet: 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 frauda 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 frauda 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 "carusel" 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 "carusel", din punctul nostru de vedere, implementarea mecanismului generalizat de taxare inversă reprezintă o măsura necesarăîn 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 electronicăreal 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 acelorași 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 si 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 angajaţi în peste 700 de birouri din 150 de ţări şi venituri de aproximativ 34,8 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2018. Reţeaua noastră este cea mai integrată la nivel global iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienţilor servicii prin care să beneficieze de oportunităţile din întreaga lume. În România, EY este liderul de pe piaţa serviciilor profesionale încă de la înfiinţare, în anul 1992. Cei 800 de angajaţi din România şi Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistenţă fiscală, asistenţă în tranzacţii şi servicii de asistenţă în afaceri către companii multinaţionale şi locale. Avem birouri în Bucureşti, Cluj-Napoca, Timişoara, Iaşi şi Chişinău. 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 informaţii, vizitaţi pagina noastră de internet: 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

Companiile antreprenoriale din Europa consideră că gradul de reglementare și birocrația de la nivelul economiilor locale amenință într-o măsură mult mai mare dezvoltarea activității pe care o derulează, comparativ cu reglementările și birocrația 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 birocrația 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 birocrația 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 birocrația 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.

Guvernul încearcă să accelereaze 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 inspectori 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 si 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 iunie2019, 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 angajaţi în peste 700 de birouri din 150 de ţări şi venituri de aproximativ 34,8 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2018. Reţeaua noastră este cea mai integrată la nivel global iar resursele din cadrul acesteia ne ajută să le oferim clienţilor servicii prin care să beneficieze de oportunităţile din

întreaga lume. În România, EY este liderul de pe piaţa serviciilor profesionale încă de la înfiinţare, în anul 1992. Cei 800 de angajaţi din România şi Republica Moldova furnizează servicii integrate de audit, asistenţă fiscală, asistenţă în tranzacţii şi servicii de asistenţă în afaceri către companii multinaţionale şi locale. Avem birouri în Bucureşti, Cluj-Napoca, Timişoara, Iaşi şi Chişinău. 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 informaţii, vizitaţi pagina noastră de internet: www.ey.com