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***

Șușnea, 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 (FMEP) 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.

* * *

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 Măgdălina, 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 industrii, 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 companiior 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% construcți 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 firnele 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 companiior 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 percepţia managerilor asupra evoluției mediului de afaceri românesc în a doua parte a anului 2018 are la bază un chestionar care analizează percepţiile 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.



Modificări ale Legii Insolvenţei

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 şi modificarea Legii 85/2014 privind procedurile de prevenire a insolvenţei şi de insolvenţă (denumită în continuare "Legea insolvenţei" sau "Legea").

Actul normativ urmăreşte modificarea procedurii privind insolvenţa, având scopul de a se evita folosirea prevederilor legii în mod abuziv de către persoanele juridice care, aflate în această situaţie, daunează mediului de afaceri şi organelor administraţiei fiscale.

- **Valoare – prag**

Noua definiţie prevede faptul că cererea de deschidere a procedurii de insolvenţă, introdusă de debitor, va trebui să conţină un nivel al creanţelor bugetare mai mic de 50% din totalul creanţelor declarate de debitor. De asemenea, creanţele fiscale constatate printr-un act administrativ fiscal contestat vor fi admise la masa credală şi înscrise sub condiţie rezolutorie până la soluţionarea acţiunii.

- **Fond de comerţ**

OUG 88/2018 defineşte fondul de comerţ ca fiind „ansamblul bunurilor mobile şi imobile, corporale şi necorporale – mărci, firme, embleme, brevete de invenţii, vad comercial utilizate de un operator economic în vederea desfăşurării activităţii sale".

- **Creanţă anterioară**

Legea va include în sfera termenului creanţele bugetare stabilite printr-o decizie de impunere întocmită ulterior

deschiderii procedurii, dacă activitatea impozitată a fost desfăşurată anterior acestui moment.

- **Administratorul special**

OUG 88/2018 interzice numirea unei persoane fizice sau juridice care deţine şi calitatea de creditor al unei societăţi aflate în insolvenţă.

- **Administratorul judiciar**

OUG 88/2018 introduce o nouă obligaţie de a include în raportul lunar, ce trebuie depus la dosarul cauzei, informaţii privind respectarea obligaţiilor fiscale referitoare la obţinerea sau necesitatea actualizării autorizarilor şi autorizaţiilor pentru desfăşurarea activităţii, precum şi referitoare la actele încheiate de organele de control care au efectuat inspecţii în respectiva lună.

O altă modificare introdusă de OUG 88/2018 în legatură cu activitatea administratorului judiciar vizează desemnarea persoanelor de specialitate cu care acesta poate colabora de-a lungul desfăşurării procedurii insolvenţei. Astfel, administratorul judiciar nu va putea numi persoane care se află într-o relaţie contractuală sau într-o relaţie de afiliere cu administratorul judiciar, lichidatorul judiciar, debitorul în insolvenţă sau cu vreunul dintre creditori ca avocaţi, experţi contabili, evaluator sau alte tipuri de profesii specializate.

- **Deschiderea procedurii insolvenţei**

OUG 88/2018 modifică Legea Insolvenţei în sensul în care cererea de deschidere a procedurii va fi respinsă şi în cazul în care aceasta nu conţine dovada notificării organului fiscal competent cu privire la intenţia parţilor, în anumite condiţii prevăzute de Lege.

- **Desfăşurarea procedurii insolvenţei**

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

- **Planul de reorganizare**

Acesta va putea prevedea conversia creanţelor bugetare în acţiuni, însa numai cu îndeplinirea unor condiţii prevăzute de Legea insolvenţei, între care se află şi consimţământul creditorului bugetar.

- **Falimentul unei societăţi**

OUG 88/2018 impune instanţei de judecată un termen de 30 de zile pentru soluţionarea 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 şi de titularul unei creanţe curente, certe, lichide şi exigibile mai veche de 60 de zile, iar soluţionarea acesteia va avea loc în acelaşi termen de 30 de zile.

- **Antrenarea răspunderii patrimoniale**

Cu privire la antrenarea raspunderii patrimoniale a persoanelor culpabile de starea de insolvenţă a societăţii debitoare, administratorul judiciar ori lichidatorul judiciar va avea obligaţia de a promova o acţiune în acest sens, în situaţia în care identifică persoanele vinovate. De asemenea, aceeaşi acţiune va putea fi introdusă şi de creditorul care deţine mai mult de 30% din valoarea creanţelor înscrise la masa credală sau de preşedintele 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 coodonează 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 in 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 ceea 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 experiementat, 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. Exercitarea 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 inspirare 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.

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 mesajele trimise către investitori în ultimul an.

Enumerăm rapid rezultatele României pe cei 10 piloni luați în calcul pentru realizarea indicelui de competivitate 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 eficientă pieței bunurilor, se clasează pe locul 70 în ce privește educația și nivelul de pregătire superioară, eficientă 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. birocrația 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 Europeana (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 experienţă profesională de 8 ani, timp în care a lucrat la companii multinaţionale, atât în ţară cât şi în străinătate. Constantin are un Master în Marketing şi Comunicare la Academia de Studii Economice Bucureşti. Este certificat Lean Six Sigma şi ITIL (IT Information Library®) ceea ce-i facilitează o bună înţelegere a proceselor şi transformărilor din cadrul organizaţiilor. Pe de altă parte certificarea obţinută 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 iniţiat şi coordonat studii ce analizau aspecte legate de mediul de afaceri din România. Printre acestea se află previziunile economice de creştere ale firmelor în 2013-2016, managementul cunoştinţelor, experienţa 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 inovaţie, eficientizarea proceselor de afaceri, social media, transformarea digitală, tendinţe şi tehnologii emergente. Este invitat ca vorbitor la numeroase evenimente şi conferinţe de business.



Centrarea pe client în serviciile profesionale

Clientul generic de astăzi se mișcă în coordonatele tehnologiei și vrea ca experiența rezultată să-i satisfacă nevoile la un nivel superior. În mod specific clientul care are nevoie de servicii profesionale nu vrea doar o companie care să-i ofere servicii de calitate, ci vrea să primească o experiență excelentă și rezultate.

Deoarece serviciile profesionale sunt intangibile, provocările companiilor în relația cu clientul, printre altele, sunt următoarele: explicarea soluției oferite și rolul benefic al acesteia, măsurarea nivelului de satisfacție a clientului, retenția și fidelizarea acestuia, asigurarea calității superioare a serviciilor și creșterea expertizei consultanților din echipă.

Acestor provocări companiile le-au dat răspuns în studiul ”Barometrul centrării pe client” realizat de compania de consultanță Valoria, iar acestea sunt principalele concluzii relevante pentru industria serviciilor profesionale.

- Pentru companiile respondente din industria serviciilor profesionale ceea ce face o companie să fie cea mai bună

din piață este creșterea anuală a nivelului de satisfacție al consumatorilor (49%), urmată de creșterea anuală a calității serviciilor prin scăderea timpilor de soluționare a solicitărilor (22%) și de retenția clienților (19%).

- În plan intern, ca să fie mai bine centrate pe client companiile din industria serviciilor profesionale se concentrează pe crearea unor procese care să livreze servicii relevante clienților (51%), facilitează cooperarea între departamentele companiei (41%), operaționalizează valorile centrate pe client ale organizației (38%), recompensează performerii relației cu clienții prin bonusuri și promovări (38%) și are sisteme performante de gestionare a relației cu clienții (38%).

- În plan extern, pentru a fi mai bine centrate pe client companiile din industria serviciilor profesionale își extind gama de produse în funcție de nevoile clienților (57%), oferă produse la prețuri considerate corecte de către aceștia și creează o legătură emoțională cu clienții lor (54% fiecare).

- Principalele trei provocări ale companiilor din industria serviciilor profesionale, conform companiilor respondente, sunt: lipsa platformelor tehnologice de gestionare a datelor despre clienți (35%), funcționarea neintegrată a departamentelor de suport care nu face posibilă accesarea în comun a datelor despre clienți (30%) și personalul de suport nepregătit să gestioneze problemele clienților (27%).

- 37% dintre companiile respondente din industria serviciilor profesionale spun că au un buget dedicat experienței clienților față de 63% care spun că nu au un astfel de buget. Dintre companiile care au un buget dedicat, 37% spun că și-au construit bugetul prin

alinierea obiectivelor departamentale pentru a crește centrarea pe client, iar 32% prin concentrarea pe ciclul de viață al clienților (achiziție, retenție, loializare, etc). Tot aici, merită menționat că cea mai mare proporție a răspunsurilor (37%) dintre cei cu bugete dedicate nu au alocat responsabilitatea în mod explicit vreunui departament pentru acest buget.

- Cele mai des folosite abordări pe cunoașterea clientului și trasabilitatea performanței serviciilor de suport în relație cu acesta în companiile din industra serviciilor profesionale sunt: analizarea celor mai frecvent întâlnite probleme semnalate de clienți (50%) și actualizarea periodică a datelor despre clienți pentru a le facilita o mai bună experiență în relație cu compania (45%).
- Inițiativele de îmbunătățire a experienței consumatorului cu cel mai mare impact în business pentru firmele de servicii profesionale sunt prioritizate în funcție de satisfacția clientului (78%), asigurarea celor mai bune calități a serviciului (59%) și reducerea incidenței erorilor (41%).
- Cele mai des folosite instrumente de colectare a informațiilor de la clienți pentru îmbunătățirea experienței acestora sunt cele de marketing (53%) și data analytics (50%). Cele mai folosite metodologii pentru îmbunătățirea experienței clienților sunt Voice of the Customer (50%) și Net Promoter Score (22%).

Companiile care sunt centrate pe client sunt cu 60% mai profitabile decât cele care nu sunt centrate pe client. Centrarea pe client în industria serviciilor profesionale înseamnă nu doar oferirea unor servicii de calitate, dar și o experiență superioară de la punctul de contact cu clientul, trecând prin procesul de vânzare și ajungând la procesul de livrare a serviciilor contractate. Este rezumatul unei

călătorii în care clientul interacționează cu compania, la capătul căreia decide dacă mai apelează la serviciile oferite de aceasta sau nu.

Autor: Florentina Șușnea, Managing Partner, PKF Finconta

* * *

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.

79% dintre companii spun că menținerea angajaților implicați este cea mai mare

provocare din HR în 2018

Conform studiului „Tendințe și provocări în HR 2018” realizat de Valoria în colaborare cu BusinessMark, 79% dintre companii spun că cea mai importantă provocare strategică de la nivelul funcției de HR este menținerea unui nivel ridicat de implicare a angajaților. Pe locul al doilea se află retenția angajaților cu potențial ridicat și a celor cu performanțe deosebite (61%), iar pe locul al treilea este crearea unei culturi organizaționale care să dea un avantaj competitiv companiei (54%).

Provocarea strategică din HR pentru care companiile din România spun că sunt cel mai bine pregătite este managementul proceselor de re-design organizațional pentru o mai bună adaptare la schimbările din piață (69%) la egalitate cu accesarea și integrarea mai extensivă a serviciilor oferite de ”resursele umane contingente” (free-lanceri, part timers, dar și utilizarea tehnologiei și a roboților, etc). La numai un punct procentual distanță este menținerea unui nivel ridicat de implicare a angajaților (68%).

„Abilitatea companiilor de a rămâne inovatoare și competitive se bazează pe disponibilitatea competențelor oamenilor calificați, corelat cu tendințele rapide de evoluție ale pieței. Al treilea an consecutiv, am adunat date de la top managementul și specialiștii de HR ai companiilor din România tocmai ca să surprindem tendințele din domeniul resurselor umane. Cea de-a treia ediție a studiului ***Tendințe și provocări în HR*** *ajută organizațiile să înțeleagă unde sunt acum și care sunt noile reguli ale jocului pentru viitorul apropiat în ce privește provocările strategice, dar și utilizarea noilor tehnologii în HR, despre automatizarea proceselor sau digitalizarea funcției de HR aflați doar din acest studiu de referință”, spune* ***Constantin Măgdălina, Expert Tendințe și Tehnologii Emergente, co-autor al cercetării****.*

Provocări la nivelul practicilor de HR

La nivelul practicilor de HR, pe primul loc între cele mai mari cinci provocări din anul 2018 se află găsirea de angajați cu competențe din ce în ce mai specializate (68%), care era pe primul loc și anul trecut, la egalitate cu retenția angajaților (68%). De pe locul opt în 2017, pe locul al treilea în 2018 urcă alinierea practicilor de HR cu managementul organizației și cu strategia de afaceri (42%), iar dezvoltarea următoarei generații de lideri ai organizației trece pe locul al patrulea (37%), iar menținerea unor pachete de compensații competitive (37%) coboară pe locul cinci de pe locul patru.

Pe primul loc între resursele esențiale disponibile și care pot fi folosite de companii pentru a răspunde cu succes provocărilor din HR se află susținerea solidă din partea top managementului pentru funcția de HR (65%). Competențele de specialitate solide ale personalului din structura de HR (47%) urcă de pe locul șapte pe locul doi, iar colaborarea transparentă dintre HR și management pentru aliniere la nivelul strategiei (41%), urcă de pe locul șase pe locul trei.

59% dintre companiile din România consideră crearea unei culturi organizaționale bazată pe încredere, comunicare deschisă și echitate ca fiind cea mai eficientă dintre practicile de atragere, retenție și recompensare a celor mai buni angajați. Crearea oportunităților de progres în carieră pentru angajați (58%) trece de pe locul unu pe locul doi, în timp ce oferirea sentimentului de siguranță a locului de muncă pentru angajați (53%) rămâne pe locul trei, la fel ca și anul trecut.

„Considerăm oportună realizarea, împreună cu partenerii de la Valoria, a studiului ***Tendințe și provocări în HR*** *deoarece relevă percepțiile managerilor de resurse umane și a executivilor de top asupra provocărilor funcției de HR. În contextul actual, resursa umană este esențială pentru*

dezvoltarea strategică a business-urilor. Organizațiile sunt preocupate să creeze cultură organizațională, să aibă un engagement ridicat al angajaților, o retenție bună, acces la talente și să dezvolte competențele de conducere pentru manageri", spune ***Daniel Drăgan, Managing Partner, BusinessMark.***

Acțiuni pentru o funcție de HR strategică

Potențialul rolului strategic al funcției de HR este accesat numai de 13% dintre companiile respondente, chiar dacă dinamica mediului de afaceri și provocările demografice fac din această abordare o necesitate. Dar în firmele în care această abordare este o realitate, directorul de HR este la fel de implicat în atingerea obiectivelor de business, ca toți ceilalți directori din conducerea executivă.

Topul acțiunilor cheie ce ar putea fi implementate de companii în următorii 3 ani pentru a da o mai mare orientare strategică funcției de HR are o structură diferită față cea de la ediția anterioară. Actualizarea strategiilor de HR pentru a asigura alinierea cu obiectivele de business care evoluează continuu (56%) urcă pe locul întâi în 2018, de pe locul al treilea în 2017. Pe locul al doilea urcă de pe locul opt, investirea în dezvoltarea angajaților din HR (50%), iar pe locul al treilea găsim fostul loc doi – măsurarea efectelor specifice ale programelor de HR (44%).

În 2018, managementul relațiilor este considerată cea mai importantă competență a profesioniștilor de HR (4,38). Comportamentul etic trece pe locul al doilea (4,35), urmat de expertiza de Resurse Umane pe locul al treilea (4,12). Inteligența socială coboară de pe locul al treilea pe locul al patrulea (4,06 în 2018), la egalitate cu abilitatea de a exercita leadeship și influență.

„Liderii companiilor vor ca departamentul de HR să treacă de la rolul funcțional la cel strategic pentru a putea contribui

la eforturile de creștere într-un mediu de afaceri cu mari provocări la nivelul atragerii, reținerii și motivării forței de muncă. De aceea rezultatele ediției de anul acesta aduc în prim plan nivelul de pregătire al oamenilor din echipa de HR, eficiența practicilor în atragerea, retenția, și recompensarea angajaților, automatizarea proceselor și măsurarea performanței funcției de HR. Ajuns la a treia ediție, studiul ***Tendințe și provocări în HR*** *arată care este realitatea rolului funcției de HR în companiile din România", spune* ***Elena Badea, Managing Partner Valoria, co-autoarea studiului.***

* * *

Despre studiu

Studiul Valoria sondează percepțiile directorilor executivi din top managementul companiilor și ale directorilor de HR cu privire la provocările strategice care stau în fața funcției de HR. Chestionarul, la care s-au primit 141 răspunsuri, a fost aplicat în perioada 11 iunie – 12 septembrie 2018. 17% dintre respondenți provin din companii cu cifra de afaceri mai mare de 100 de milioane EUR, 10% din companii cu cifră de afaceri între 50-100 milioane EUR, 17% din companii cu cifră de afaceri între 10-50 milioane EUR, 19% cu cifra de afaceri între 1-10 milioane EUR și 37% sub 1 milion de EUR cifră de afaceri. 63% dintre respondenți au funcția de CHRO / HR Director / HR Manager, 3% au funcția de HR Business Partner, iar 16% au funcția de CEO / Președinte / Director General / Membru al Consiliului de Administrație. Acest studiul a fost realizat de Valoria în colaborare cu BusinessMark.

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.



Taxarea inversă pentru operațiunile cu risc de fraudă a fost extinsă până la data de 30 iunie 2022

Consiliul Uniunii Europene a adoptat, pe 24 septembrie 2018, prelungirea perioadei de aplicare a mecanismului opțional de taxare inversă în legătură cu operațiunile cu bunuri și servicii care prezintă risc de fraudă. Același act a aprobat și mecanismul de reacție rapidă împotriva fraudei în domeniul TVA. Aceste două măsuri vor fi în vigoare până data de 30 iunie 2022*, când se estimează a intra în funcțiune sistemul de TVA definitiv.

În România, cerealele, telefoanele mobile și imobilele sunt doar câteva exemple de produse supuse taxării inverse, a cărei aplicabilitate urma să expire la data de 31 decembrie 2018.

„Conform celui mai recent studiu asupra colectării TVA, lansat de Comisia Europeană, valoarea pierderilor de TVA la nivelul UE s-a ridicat la 147,1 miliarde EURO în anul 2016, din care 6,13 miliarde EURO doar pierderea pentru bugetul României, ceea ce reprezintă un deficit de încasare a TVA de 35,88%, cel mai ridicat dintre toate Statele Membre UE. În acest context, extinderea taxării inverse pentru operațiunile cu risc de fraudă până la data de 30 iunie 2022 este o măsură utilă și precisă pentru combaterea fraudei în domeniul TVA. În mod similar, digitalizarea ANAF, cu accent pe implementarea protocolului SAF-T, ar putea constitui o metodă modernă de colectare a TVA cu ajutorul tehnologiilor IT. Așteptăm ca Ministerul Finanțelor Publice să transpună Directiva în legislația locală în cel mai scurt timp posibil”, spune **Daniel Anghel, Partener, Liderul Departamentului de taxe și consultanță juridică, PwC România**.

* *Directiva Consiliului de modificare a Directivei 2006/112/CE privind sistemul comun al taxei pe valoarea adăugată în ceea ce privește perioada de aplicare a mecanismului opțional de taxare inversă în legătură cu livrările de anumite bunuri și servicii care prezintă risc de fraudă și a mecanismului de reacție rapidă împotriva fraudei în domeniul TVA poate fi accesată la: http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12033-2018-INIT/ro/pdf*

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 236.000 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.

Tichetele de masă- ambiguități fiscale

Proiectul de modificare a Codului Fiscal pus în dezbatere publică de Ministerul Finanțelor Publice ridică din ce în ce mai multe întrebări. Și nu doar în rândul companiilor emitente, ci și între angajatori și acceptatori.

Noile definiții și încadrări ce vor fi introduse prin textul de lege au impact asupra tratamentului de TVA și al biletelor de valoare (denumirea veche- tichete). Biletele de valoare (tichete de masă, tichete de vacanță, tichete de creșă, tichete cadou și tichete culturale) urmează a fi acordate în baza Legii 165/2018. Atât modificarea la Codul Fiscal în zona de TVA, cât și legea specifică ce reglementează utilizarea tipurilor de bilete de valoare (denumirea veche- tichete) vor fi aplicabile din 1 ianuarie 2019.

Din perspectiva de TVA, modificările vizează stabilirea tratamentului (se aplică TVA sau nu la transferul acestora) în baza unor principii noi. Biletele de valoare/tichetele definite de legea specifică vor fi subiect de TVA sau nu în funcție de modul lor de utilizare, adică în funcție de ce produse sau servicii putem cumpăra cu acestea.

Spre exemplu, din perspectiva TVA, tichetele de masă par să se încadreze în categoria celor care vor fi subiect de TVA la momentul transferului de la emitent la angajator. Principiile modificate în zona de TVA sunt suficient de generoase încât să lase loc interpretărilor.

Totuși, o asemenea încadrare ar atrage dificultăți de implementare pe tot fluxul: emitent – angajator – acceptator-emitent. Aici vedem un impact până la nivelul caselor de marcat.

Noile reglementări de TVA trebuie transpuse în legislația românească, respectând prevederile directivei europene ce intră în vigoare de la 1 ianuarie 2019 pe întreg teritoriu al Uniunii Europene. Astfel, România nu dispune de o mare flexibilitate în ceea ce privește transpunerea principiilor directivei în Codul Fiscal. Totuși, textul de lege poate să fie completat de norme metodologice care să răspundă situației specificea tichetelor definite de legea specifică românească. Și anume, să clarifice tratamentul de TVA al tuturor tipurilor de tichete, în special al celor de masă. În acest caz, legiuitorul poate și este recomandabil să păstreze tratamentul de TVA actual (adică neaplicarea TVA la transferul acestora).

Și din punctul de vedere al impozitului pe venit există anumite neclarități cu privire la aceste bilete/tichete. Legea nr. 165/ 2018 privind acordarea biletelor de valoare, prevede că respectivele sume nu vor fi luate în calcul la stabilirea drepturilor și obligațiilor ce se determină în raport cu venitul salarial, nici pentru angajator, nici pentru angajat. Acest lucru poate fi interpretat în sensul că nu se va datora impozit și nici contribuții sociale pe sumele reprezentând bilete de valoare, ceea ce contrazice prevederile actuale ale Codului Fiscal, conform cărora asemenea tichete sunt scutite doar de la plata contribuțiilor sociale.

În mod normal, clarificări ar trebui să fie aduse prin normele de aplicare ale Legii, pentru care termenul de publicare de 12 septembrie a trecut deja.

Chiar dacă Legea 165/2018 urmează a intra în vigoare abia începând cu 2019, este imperativă clarificarea tratamentului fiscal fără urmă de dubiu și cât mai curând posibil, având în vedere numărul mare de companii afectate. Pe fondul

modificărilor legislative ce au avut loc de-a lungul întregului an 2018, persoanele juridice au nevoie de stabilitate și transparență fiscală, astfel încât să poată estima corect cheltuielile cu salariile, cu evitarea riscului de a estima sau aplica un tratament fiscal ce ulterior s-ar dovedi eronat și care ar duce la costuri adiționale neanticipate.

Autori: Adrian Teampău, Partener Asociat, Divizia Impozite indirecte și 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 250.000 de angajaţi în peste 700 de birouri din 150 de ţări şi venituri de aproximativ 31,4 miliarde de USD în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2017. 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

România pierde anual peste 6 miliarde de Euro din TVA necolectată, potrivit unui studiu al Comisiei Europene

Conform celui mai recent studiu asupra colectării taxei pe valoare adăugată (TVA), lansat de Comisia Europeană, neîncasarea TVA a generat o pierdere de 6,13 miliarde EURO în anul 2016 pentru bugetul României. La nivelul UE, valoarea pierderilor de TVA s-a ridicat la 147,1 miliarde EURO, ceea ce reprezintă un deficit de încasare a TVA de 12,3%.

Toate cele 6 state din Europa Centrală și de Est (ECE), respectiv Republica Cehă, Ungaria, Polonia, România, Estonia și Slovacia, s-au confruntat, în continuare, cu niveluri ridicate ale deficitului de TVA, care variază între 7% în Estonia și 35,88% în România. În celelalte state ECE, nivelul deficitului de TVA a fost 13,33 în Ungaria, 14,19% în Republica Cehă, 20,80% în Polonia și 25,68% în Slovacia.

Anual, Comisia Europeană monitorizează deficitul de încasare a TVA* (”VAT Gap”) înregistrat la nivelul statelor membre ale Uniunii Europene, indicator calculat ca diferența dintre veniturile din TVA preconizate și suma colectată efectiv. În cel mai recent studiu** publicat de Comisia Europeană se analizează situația colectării TVA la nivelul anului 2016.

În anul 2016, România s-a situat din nou pe ultimul loc în privința gradului de colectare de TVA dintre toate statele membre UE cu un deficit de încasare a TVA de 35,88%. Îngrijorător este că deficitul de încasare a taxei pe valoare adăugată a crescut în 2016 față de nivelul înregistrat în 2015

în România, în timp ce majoritatea statelor membre au înregistrat scăderi ale acestui indicator. Cea mai bună performanță a fost înregistrată de vecinii bulgari. Potrivit studiului publicat de Comisia Europeană, deși cota standard de TVA a fost redusă în România în anul 2016 de la 24% la 20%, neconformarea în materie de TVA a crescut, contribuind în mod negativ la deficitul de încasare a TVA.

În ultimii ani, unele țări UE au introdus diverse programe de reformă și modernizare a administrațiilor fiscale, cum ar fi analiza tranzacțiilor în timp real, facturarea electronică obligatorie sau protocolul SAF-T, care au condus la sporirea gradului colectării TVA.

*„La nivelul întregii Uniuni Europene sunt 6 țări*** care au înregistrat în anul 2016 un decalaj de încasare a TVA mai mare decât în anul 2015. România este singura din regiunea Europei Centrale și de Est, cu excepția țărilor Baltice, în această situație, de aceea considerăm că este foarte important ca țara noastră să urmeze buna practică a altor state în ceea ce privește informatizarea interacțiunii cu contribuabilii. Opțiunea ANAF pentru implementarea unor metode moderne de colectare a TVA cu ajutorul tehnologiilor IT, ar crea premisele unei normalități și ale unei evoluții ascendente a gradului de colectare nu doar pe termen scurt, ci și pe termen mediu și lung, așa cum își doresc atât ANAF, cât și contribuabilii corecți”*, spune **Daniel Anghel, Partener, Liderul Departamentului de taxe și consultanță juridică, PwC România.**

* *Deficitul de încasare a TVA are în vedere pierderile de TVA înregistrate din evaziune, fraudă, insolvențe, faliment, erori administrative, obținerea de avantaje fiscale necuvenite.*

** *Comunicatul de presă al Comisiei Europene, precum și studiul cu privire la deficitul de încasare a TVA pot fi*

accesate la: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-5787_ro.htm

**** Cele 6 țări care au înregistrat un deficit de încasare a TVA mai mare în 2016 comparativ cu 2015 sunt România, Finlanda, Marea Britanie, Irlanda, Estonia și Franța*

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 236.000 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.