



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Florentin Gabriel Niculescu



Proiect 16.4.2.046 „Stimularea și creșterea numărului de angajați și a mobilității transfrontaliere în regiunea transfrontalieră” e-MS code: ROBG-175 finanțat prin Programul INTERREG V-A Romania - Bulgaria 2014-2020

Roșiori de Vede

studiu de fezabilitate



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Florentin Gabriel Niculescu

Proiect 16.4.2.046

**„Stimularea și creșterea numărului de angajați și a mobilității transfrontaliere
în regiunea transfrontalieră”**

**e-MS code: ROBG-175 finanțat prin Programul INTERREG V-A
Romania - Bulgaria 2014-2020**

Roșiori de Vede

studiu de fezabilitate

**Anemone Print
București, 2020**



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României NICULESCU, FLORENTIN GABRIEL

**Proiect 16.4.2.046 „Stimularea și creșterea numărului de angajați și a
mobilității transfrontaliere în regiunea transfrontalieră”**

e-MS code: ROBG-175 finanțat prin Programul INTERREG V-A

Romania - Bulgaria 2014-2020/ Roșiori de Vede (studiu de fezabilitate)

București: Anemone Print, 2020

ISBN: 978-973-98359-2-3

Editura ANEMONE PRINT

www.anemoneprint.ro

Tehnoredactare: Dan Preda

Toate drepturile și responsabilitățile asupra conținutului aparțin autorului.

București, 2020

Reproduceri:

Coperta 1: Florian Ștefan - Acuarelă

Coperta 4: Florian Ștefan - Acuarelă



Cuprins

Introducere	5
Analiza documentară	7
1. Baza de date	
2. Elemente de analiză statistică	
Instrumentele antreprenoriale necesare	71
a. Agentul de muncă	
b. Antreprenorul „A doua șansă”	
c. Antreprenorul nou (tânăr sau mai în vârstă)	
d. Firma socială	
Planul de acțiune	181



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA





Introducere

Faptul că la sfârșitul anului 1989 județul Telorman avea un număr de 27 de mari întreprinderi industriale și un număr total de salariați de 119.700, iar astăzi un număr total de salariați, în 2018, de 56.476, orașul Roșiori de Vede, un număr total de salariați, în 1992, de 19.436 iar astăzi, în 2018, un număr total de salariați de 6.478, ne poate duce cu gândul la două lucruri, unul dintre ele fiind: *Ce s-a-ntâmplat cu noi?* și un al doilea: *Ce-i de făcut?*

La primul s-ar putea răspunde și cu Da' ce mai contează acum?, însă ținând cont de al doilea, nu putem să nu-l luăm în considerare și să nu vedem că totul a fost cauzat aproape covârșitor de conducerea politico-guvernamentală care, din neștiință, n-a văzut asimetria dintre întreprinderea comunistă, orientată spre producție, având desfacerea asigurată prin Plan, condusă fiind, executiv, de oameni de producție, covârșitor ingineri, și întreprinderea capitalistă, în general bine înzestrată tehnologic, dar cu desfacerea negarantată, și în consecință condusă de oameni de comerț, de oameni de afaceri! Simpla ajustare, adaptare structural-funcțională schimbând cursul ulterior! Dar și reaua intenție coroborată cu neștiință-prostie, de a stabili niște impozite, pas cu pas, aberante, doar pe criteriul Las că tot la noi vin ei! Ajungându-se la faptul de neimaginat că majoritatea covârșitoare a întreprinderilor să fie demolate cu un singur instrument, datoriile la stat, create cu rea intenție și gravă neștiință-prostie după criteriul pomenit mai sus. Dacă au existat, și au existat, asasini economici prin străinătate, aceștia, în mod paradoxal, n-au avut decât să urmărească aproape ca la teatru, din fotoliu, cum aspirațiile lor se concretizează, fără să facă absolut nimic! Iar politicienii de la vârf de atunci au trebuit să se mulțumească, vorbind pragmatic, cu câteva camioane de fier vechi și câteva hectare de teren, cu *potențial!*

Dacă a rămas ceva pozitiv și palpabil, deși nu pare, este amprenta tehnologică a zonei. Faptul că toți am fost șocați, atât de faptul în sine, cât mai ales de amploarea fenomenelor de la Caracal, poate să ne facă să ne gândim că acolo a fost un fenomen continuu, venit de pe vremea turcilor, când se vindeau și se cumpărau copii și femei, când cu voie de la stăpânire, când ilegal, care fenomen generând venituri, când legale, dar mai ales ilegale, mai ales după 1920, când Turcia a devenit stat laic,



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



a continuat să existe prin forța acestui lucru, subteran, până azi! Doar simplul fapt că economia de dinainte de 1989 a generat case pentru toată lumea, salariu, poziție în societate, mașină mică etc. sigur a făcut ca *meseria* practică atunci, nici n-a trecut o generație decând s-au închis, să plutească încă în persoane, în familie, în administrație chiar, ca o amprentă tehnologică, amprentă ce poate fi valorificată cumva! Tema acestui proiect, „Îmbunătățirea ocupării”, adică lupta cu NEOCUPAREA este cu atât mai potrivită. Sinteza proiectului constă în 3 (trei) pași simpli, esențiali, de comensurare-măsurare exactă a NEOCUPĂRII, aceasta nefiind deloc constituită doar din șomeri și asistați social, nu doar aici, ci la nivelul întregii țări, nu doar de azi, ci din 1956, de exemplu, apoi, al doilea pas, identificarea unui număr de instrumente, patru, utilizabile în această luptă, și trei, un plan de acțiune care constă în esență, simplu, lizibil, în viabilizarea prin (în)ființarea celor patru instrumente, adică pur și simplu punerea lor în viață, în mișcare, nimic mai mult, și în măsurarea rezultatelor și implicit a evoluției, pozitive sau nu, a problemei asumate!

Florentin Gabriel Niculescu



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Analiză documentară

Introducere

Baza de date ocazionată de realizarea acestui proiect, prezentată în paginile următoare este structurată logic și funcțional în scopul fundamentării analizelor și concluziilor operaționale aferente.

Datorită faptului că analiza situația existentă (trecute și actuale) se bazează teoretic pe articolul meu din lucrarea de studii postdoctorale de la Academia română, Institutul de Economie Națională (I.E.N.), articol intitulat Suprapopulația aptă absolută, baza de date trebuie să facă ușor inteligibil acest concept, inteligibil în sensul derulării acestui proiect relativ la ocuparea, la îmbunătățirea ei în zona agreată, jud. Teleorman și orașele Alexandria, Roșiorii de Vede și Turnu Măgurele. În consecință, pentru buna înțelegere a conceptului dar și a modului de integrare, de folosire, în programul asumat, baza de date pe ansamblul acestui proiect se constituie într-o prelungire, în profunzime, de la nivel macro, de țară, până la nivel de județ (inclusiv jud. Giurgiu pentru o analiză comparativă) și cele trei orașe.

În esență baza de date în forma actuală este compusă dintr-un set de indicatori relevanți, descriși ca și conținut și mod de culegere-calcul, care prin analize statistico-economice să ofere atât o imagine a situației cât și să evidențieze soluții pentru problema propusă: îmbunătățirea ocupării.

La nivel de țară, așa cum a fost realizată în cadrul articolului, ea, baza de date, este mai amplă, atât ca perioadă, din 1958 până azi cât și ca profunzime, ca număr de indicatori derivați din indicatorii primari.

În secțiunea realizată cu prilejul acestui proiect baza de date este simplificată puțin pentru a cuprinde strict necesitățile acestui proiect dar și pentru a putea fi mai ușor percepută, înțeleasă, folosită, adică și prin traducerea ei de la nivel academic



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNUL ROMÂNIEI
GOVERNMENT OF ROMANIA



la un nivel de analiză statistico-economică universitar mediu. Ea se întinde pe perioada 1992-2018, cuprinde indicatori culeși din statistica oficială și doi indicatori derivați, calculați pe baza celorlalți.

Preluarea proiectului și utilizarea lui ulterioară presupune o întreținere și o actualizare a acestei baze de date în vederea și a analizei rezultatelor aplicării proiectului prin compararea situației de bază, din anul zero de demarare a proiectului cu situația la care s-a ajuns peste un an, peste doi, etc., în vederea evaluării proiectului respectiv.

Întreținerea bazei de date se poate face comod, de la birou, de către un funcționar cu studii medii, cu ceva experiență statistică, din surse indicate în prezentarea fiecărui indicator în parte.

Esența existenței bazei de date la acest proiect este de:

- 1) a prezenta conceptul de lucru
- 2) a realiza descrierea situației prezente cu suficientă acuratețe
- 3) a sugera căi de acțiune
- 4) a descrie cu aceeași acuratețe, la termenele asumate, un an, doi, etc., situația de la acel moment în vederea realizării analizei comparative, o situație de la care s-a pornit la momentul t_0 și la situație la care s-a ajuns la momentele t_1 sau t_2 , etc.

Pentru o înțelegere mai ușoară a conceptului voi prezenta în continuare, integral articolul **Suprapopulația aptă absolută** din lucrarea mea de studii postdoctorale *Rezerva de stat ca suport al securității alimentare naționale*



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Suprapopulația aptă absolută - concept științific

Limitările la nivel practic ar putea consta, pe de-o parte, în noțiunea (instituția) Comitetul de Stat al Planificării (CSP), adică în aceea că reglementarea, controlul, supravegherea realizate de acea instituție (Rezerva de Stat) nu ar trebui să se transforme în ceva similar cu ceea ce a fost C.S.P.-ul, și pe de altă parte, latura opusă a drumului logic constă a în ceea ce s-a numit **programul sau perioada de dereglementare** a sistemului financiar occidental.

Vorbind în continuare de bani și de mărfuri, noțiunea care mijlocește la rândul ei această relaționare este **valoarea economică**, adică „ce anume stă în ultimă instanță la baza raportului în care se schimbă mărfurile, deci substanța valorii”.

Analizând această problemă spinoasă, profesorul N.N. Constantinescu, în lucrarea *Teoria valorii muncii și lumea contemporană*, menționa că preocuparea fiind veche și în toată lumea, *în China antică în Tratatul economic Huan-tzî, elaborat sub formă de dialog de mai mulți autori în secolele IV-III î.e.n., se declara că puterea economică a statului sporește datorită muncii îndârjite și presupune o mare atenție pentru agricultură și meserii.*

Munca pare să fie, potrivit și lucrării profesorului meu, domnul N.N. Constantinescu, esența, izvorul valorii economice. Iar a măsura valoarea economică presupune în ultimă instanță a cuantifica munca depusă pentru realizarea ei. La fel de logic, de aici poate decurge și ideea că e foarte important să cunoști potențialul de muncă existent la un moment dat, în societate sau într-o companie.

În aceeași lucrare, N.N. Constantinescu spunea că: *omul reprezintă o unitate între necesitățile sale de consum care se cer satisfăcute și timpul de care dispune pentru a-și aplica forțele intelectuale și fizice în vederea extragerii, transformării sau adaptării diferitelor elemente ale naturii la nevoile sale, adică timpul de muncă desfășurată de el.*



Și în gândirea și practica economică românească, pe lângă profesorul N.N. Constantinescu, au existat preocupări pentru a determina ceea ce în epoca '50-'90 se numea timpul de muncă socialmente necesar. Astfel, la începutul secolului trecut, statisticianul I. Colescu era preocupat de calcularea timpului de muncă necesar pentru diverse activități agricole, realizând analiza prezentată în tabelul de mai jos:

Cantitatea de muncă utilizată în agricultură la principalele culturi vegetale în anul 1905 (zile muncă simplă)			
Culturi	Necesar de zile-muncă la 1 hectar	Suprafața culturilor (ha)	Numărul total de zile-muncă
1	2	3	4
Păioase și altele	36	3312210	119275560
Porumb și altele	44	2050557	90235116
Cartofi	70	10880	761600
Sfeclă de zahăr	194	12029	2333626
Tutun	100	7717	771700
Zarzavaturi	226	26304	5944690
Fânețe artificiale	24	55469	1331256
Fânețe naturale	15	491126	7366890
Vii	152	89890	13663280
Livezi de pomi	54	71917	3883518
TOTAL		6129099	245567236

SURSA: L. Colescu, *Statistica agricolă a României*, partea I – *Exploataările agricole*, București, 1907



Iar mai târziu, în anul 1939, este realizată o statistică agregată, o balanță a muncii agricole descrisă în tabelul următor:

Necesarul anual de timp de muncă pe ramuri consumatoare, în anul 1939				
Ramura de activitate	Suprafața mii ha	Zile-om necesare / ha	Total zile-om	Total net zile-om mii
Total general				521766,4
Producția vegetală din care:	15693,2	26	401076,2	363652,1
Cereale	9320,2	27	249456,4	
Plante de nutreț	730	29	21317,4	
Plante alimentare	833,3	59	48770,2	
Plante industriale	664,3	73	48756,3	
Ogoare	273,4	1,5	273,4	
Fânețe și pășuni naturale	3872	8	32502,5	
Echivalentul în minus al prestației mașinilor, în zile-om				
Producția viticolă, din care la:			-37424,1	
Vii indigene nealtoite	324,4	167,6	54365,7	53510
Vii altoite	22,9	230	5624	
Vii hibrizi	124,7	230	28669,7	
Vii portaltoi	174,7	115	20090	
Diferența de muncă în minus pentru viile nero-ditoare	2,1	166	342	
Producția pomicolă				
Producția forestieră	14,8	58	-855,7	
Creșterea animalelor	227,5	37,2	8463,3	8463,3
Alte lucrări:	5172	2,73	14113,5	14113,5
Transportul produselor			66590,8	66590,8
Transp. gunoiului de grajd			15300	15300
Aprovizionare cu combustibil			6800	
			3000	
			5500	



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Pe baza acestor analize se poate estima timpul de muncă disponibil pe o persoană din mediul rural care nu are un serviciu, ci este doar membru adult al gospodăriei sale.

1. Timpul de muncă disponibil

1. Gospodărie

2 membri

4 hectare de teren

1 hectar de grâu

2 hectare de porumb

0,5 hectare de vie

0,3 hectare de livadă

0,2 hectare legume

2. Timp de muncă necesar (TMN)

Grâu – 36 zile

Porumb – 44 zile

Vie – 75 zile

Livadă – 16 zile

Legume – 45 zile

Total – 216 zile x 50% \approx 100 zile

(50% - mecanizare, progres tehnic față de 1906)

3. Timp de muncă teoretic (TMT)

2 persoane x 24 zile/lună x 12 luni = 576 zile

4. Rata de ocupare a timpului de muncă teoretic (R.O.)

R.O. = 17%

5. Timp de muncă irosit (T.M.I.)



$$TMI = TMT - TMN = 476 \text{ zile}$$

6. Timp de muncă individual irosit (TMI.I)

$$TMI.I = 238 \text{ zile}$$

O lucrare de analiză referitoare la o instituție (economică) cu caracter central, național, cum este lucrarea aceasta, presupune analize subsecvente la același nivel. Măsurătorile economice la nivelul național, sistemele de evaluare, de raportare sunt o preocupare de mult timp a științei și practicii economice. Totodată, ele constituie, pe de o parte, surse de realizare a fundamentării diferitelor decizii, dar și, pe de altă parte, elemente de raportare, comunicare, afișare în domeniul politic.

Intersecția dintre cele două zone, economic și politic, a făcut ca uneori lucrurile să se prezinte oarecum distorsionat, politic și propagandistic, făcând cu atât mai necesară și mai valoroasă informația economică.

În cartea de memorii *The Age of Turbulence*, economistul și bancherul cu origini din România, Alan Greenspan, fost președinte al The Federal Reserve (FED), banca centrală a Americii, vorbește despre rapoarte zilnice, sau săptămânale, referitoare la activitatea economică a tuturor țărilor din lume, având deci o imagine (sub forma statisticilor naționale) a fiecăria în parte.

O noțiune strict legată, și economic, și politic, de rezultatele economice agregate la nivel național este **Ocuparea** (a forței de muncă, a populației, gradele acestora etc.). Fiind un indicator, sau o categorie de indicatori, foarte utilizat politic, este bine să fie tratat cu mare atenție atunci când este folosit în analize economice. Și aici limitele analizei, marginile drumului, fiind o analiză în linii mari statistice, sunt date pe de-o parte de pericolul denaturărilor politice (statisticile din anii comunismului fiind elocvente) și pe de altă parte, de ceea ce profesorul Slăvescu le spunea studenților săi, printre care și N.N. Constantinescu, foarte plastic, anume că: *statistica este singura știință care poate să facă din oraș cimitir și din cimitir oraș*. În consecință, din nece-



sitatea de acuratețe a informației am încercat o analiză mai de detaliu și dincolo de constrângerile de raportare politică.

Și cum munca, chiar și atunci când vorbim de utilaje și roboți, tot de om este făcută, de cel care îi supraveghează, de cel care i-a conceput și plătit etc., pentru o analiză la nivel macro tot imagini, indicatori, analize legate de toți oamenii țării susceptibili într-un fel sau altul de capacitate de muncă, este, consider eu, necesară.

Folosind drept sursă de date colecția *Anuarul statistic* și lucrările amintite mai sus ale academicianului Victor Axenciuc, am elaborat un indicator pe care l-am intitulat **Suprapopulația aptă absolută (S.P.A.A.)**. În esență, pot spune că am realizat acest indicator încercând să șterg ecranajul politic de deasupra indicatorilor de populație și ocupare.

Rezultatele sunt prezentate în tabelul de mai jos. Analiza s-a făcut pe o serie lungă de date din intervalul 1956-2014. Obiectivul acestei analize este acela de a prezenta metodologia de calcul a acestui indicator și valorile istorice ale acestuia.

		1956	1957	1958	1959	1960
1	Populația totală (P.T.) (mil)	17,489	17,829	18,056	18,226	18,403
2	Populația aptă (P.A.) (mil)	12,040	12,400	12,600	12,750	12,880
3	Populația ocupată (P.O.) (mil)	10,449				
4	Populația ocupată în agricultură (mil)					
5	Nr. Salariați (N.S.) (mil)	2,991	2,908	2,944	3,058	3,249
6	Nr. salariați agricoli (mii)	268,80	258,10	245,90	280,80	310,60
7	Nr. Muncitori (N.M.) (mil)	2,003	1,989	2,042	1,188	2,284
8	Nr. muncitori agricoli (mii)	220,10	213,70	202,10	239,80	266,80
9	E+S	304772,00	301752,00	3104133,00	487,90	463,52
10	PIB (mil \$)	34884	41495	38947	43921	48168
11	PIB/P.T.	1994,57	2327,35	2157,02	2409,82	2617,34
12	PIB/P.A.	2897,34	3346,37	3091,03	3444,78	3739,75
13	PIB/P.O.	3338,44				
14	PIB/N.S.	11661,82	14269,26	13227,48	14360,78	14824,57
15	PIB/N.M.	17418,49	20861,19	19072,97	36961,21	21088,39
16	SPAAO (mil)	1,591	12,400	12,600	12,750	12,880
17	SAAPR (mil)	9,049	9,492	9,656	9,692	9,631



		1961	1962	1963	1964	1965
1	Populația totală (P.T.) (mil)	18,567	18,681	18,811	18,927	19,027
2	Populația aptă (P.A.) (mil)	12,992	13,076	13,167	13,244	13,320
3	Populația ocupată (P.O.) (mil)					
4	Populația ocup în agricultură (mil)					
5	Nr. Salariați (N.S.) (mil)	3,488	3,741	3,932	4,116	4,305
6	Nr. salariați agricoli (mii)	330,70	358,70	381,60	407,20	425,60
7	Nr. Muncitori (N.M.) (mil)	2,468	2,689	2,826	3,530	3,637
8	Nr. muncitori agricoli (mii)	284,70	311,00	328,90	353,00	363,70
9	E+S	438,74	510,37	598,41	535,34	592,34
10	PIB (mil \$)	52238	54096	58988	64774	70122
11	PIB/P.T.	2813,50	2895,82	3135,82	3422,29	3685,32
12	PIB/P.A.	4020,78	4137,04	4479,99	4890,82	5264,41
13	PIB/P.O.					
14	PIB/N.S.	14974,77	14459,92	15002,42	15737,1	16287,3
15	PIB/N.M.	21164,41	20118,26	20875,54	18349,5	19280,1
16	SPAAO (mil)	12,992	13,076	13,167	13,244	13,320
17	SAAPR (mil)	9,504	9,335	9,235	9,128	9,015

		1966	1967	1968	1969	1970
1	Populația totală (P.T.) (mil)	19,103	19,285	19,721	20,011	20,253
2	Populația aptă (P.A.) (mil)	13,499	13,510	13,800	14,000	14,177
3	Populația ocupată (P.O.) (mil)					9,875
4	Populația ocup în agricultură (mil)				4,975	4,849
5	Nr. Salariați (N.S.) (mil)	4,497	4,680	4,785	4,958	5,109
6	Nr. salariați agricoli (mii)	450,60	432,20	414,90	431,20	440,10
7	Nr. Muncitori (N.M.) (mil)	3,553	3,402	3,506	3,618	3,839
8	Nr. muncitori agricoli (mii)	379,40	365,10	354,00	367,00	374,30
9	E+S	612,77			556,33	886,73
10	PIB (mil \$)	78007	85570	91988	97815	107592
11	PIB/P.T.	4083,46	4437,17	4664,47	4888,17	5312,52
12	PIB/P.A.	5778,72	6333,83	6665,80	6986,79	7589,19
13	PIB/P.O.					10895,39
14	PIB/N.S.	17347,61	18285,36	19223,04	19729,12	21060,54
15	PIB/N.M.	21957,10	25149,89	26236,56	27035,66	28026,78
16	SPAAO (mil)	13,499	13,510	13,800	14,000	4,302
17	SAAPR (mil)	9,002	8,830	9,015	9,042	9,068



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



		1971	1972	1973	1974	1975
1	Populația totală (P.T.) (mil)	20,470	20,663	20,828	21,029	21,245
2	Populația aptă (P.A.) (mil)	14,329	14,464	14,545	14,581	14,672
3	Populația ocupată (P.O.) (mil)	9,938	9,971	10,021	10,070	10,150
4	Populația ocup în agricultură (mil)	4,602	4,206	4,012	4,012	3,837
5	Nr. Salariați (N.S.) (mil)	5,375	5,621	5,821	6,025	6,301
6	Nr. salariați agricoli (mii)	462,50	482,60	498,90	470,10	484,20
7	Nr. Muncitori (N.M.) (mil)	4,081	4,286	4,563	4,762	4,994
8	Nr. muncitori agricoli (mii)	395,60	411,20	422,30	400,00	484,20
9	E+S	895,32	918,05	944,40	1034,75	1140,38
10	PIB (mil \$)	115570	130348	146695	148062	151409
11	PIB/P.T.	5645,92	6308,39	7043,32	7040,90	7126,77
12	PIB/P.A.	8065,46	9011,89	10085,60	10154,41	10319,27
13	PIB/P.O.	11629,10	13072,84	14639,34	14703,13	14917,14
14	PIB/N.S.	21503,40	23191,12	25202,73	24576,24	24030,12
15	PIB/N.M.	28322,51	30414,63	32150,21	31093,05	30319,40
16	SPAAO (mil)	4,391	4,493	4,524	4,511	4,522
17	SAAPR (mil)	8,955	8,843	8,724	8,556	8,372
		1976	1977	1978	1979	1980
1	Populația totală (P.T.) (mil)	21,446	21,658	21,855	22,048	22,201
2	Populația aptă (P.A.) (mil)	14,755	14,804	14,835	14,878	14,887
3	Populația ocupată (P.O.) (mil)	10,227	10,264	10,290	10,320	10,350
4	Populația ocup în agricultură (mil)	3,641	3,530	3,345	3,170	3,049
5	Nr. Salariați (N.S.) (mil)	6,559	6,740	6,956	7,183	7,340
6	Nr. salariați agricoli (mii)	516,50	521,20	534,20	547,00	550,00
7	Nr. Muncitori (N.M.) (mil)	5,202	5,386	5,585	5,753	5,869
8	Nr. muncitori agricoli (mii)	441,00	448,60	460,90	471,90	472,70
9	E+S	1236,86	1291,20	1342,05	1331,85	1280,61
10	PIB (mil \$)	168205	178309	194780	202913	198465
11	PIB/P.T.	7843,30	8233,09	8912,54	9203,11	8939,31
12	PIB/P.A.	11399,71	12044,41	13129,80	13638,26	13331,59

ROMANIA - BULGARIA





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



		1976	1977	1978	1979	1980
13	PIB/P.O.	16447,15	17371,76	18929,06	19662,11	19175,18
14	PIB/N.S.	25645,70	26454,56	28000,52	28249,06	27038,83
15	PIB/N.M.	32335,92	33109,09	34874,94	35268,98	33817,54
16	SPAAO (mil)	4,528	4,540	4,545	4,558	4,537
17	SAAPR (mil)	8,196	8,064	7,879	7,695	7,547

		2001	2002	2003	2004	2005
1	Populația totală (P.T.) (mil)	22,408	24,681	21,673	21,673	21,624
2	Populația aptă (P.A.) (mil)	16,340	15,800		16,114	16,149
3	Populația ocupată (P.O.) (mil)	8,563	8,239	8,306	8,238	8,390
4	Populația ocupată în agricultură (mil)	3,456	3,011	2,884	2,634	2,674
5	Nr. Salariați (N.S.) (mil)	4,619	4,568	4,591	4,469	4,559
6	Nr. salariați agricoli (mii)	189	159	152	143	144
7	Nr. Muncitori (N.M.) (mil)	2,894	2,810	2,734	2,668	2,635
8	Nr. muncitori agricoli (mii)	140	116	109	97	99
9	E+S	1.494.725	1.535.406	1.575.642	1.594.899	1.614.465
10	PIB (mil \$)					
11	PIB/P.T.					
12	PIB/P.A.					
13	PIB/P.O.					
14	PIB/N.S.					
15	PIB/N.M.					
16	SPAAO (mil)	7,777	7,561		7,876	7,759
17	SAAPR (mil)	11,721	11,232		11,645	11,590

		2006	2007	2008	2009	2010
1	Populația totală (P.T.) (mil)	21,584	21,538	21,504	21,470	21,431
2	Populația aptă (P.A.) (mil)	16,105	16,049	16,089	16,013	14,373
3	Populația ocupată (P.O.) (mil)	8,460	8,786	8,747	8,411	8,371
4	Populația ocupată în agricultură (mil)	2,514	2,462	2,407	2,411	2,440



		2006	2007	2008	2009	2010
5	Nr. Salariați (N.S.) (mil)	4,667	4,885	5,046	4,774	4,376
6	Nr. salariați agricoli (mii)	138	125	105	110	95
7	Nr. Muncitori (N.M.) (mil)	2,655	2,721			
8	Nr. muncitori agricoli (mii)	92	86			
9	E+S	1.608.179	1.613.186	1.545.172	1.577.857	1.504.539
10	PIB (mil \$)					
11	PIB/P.T.					
12	PIB/P.A.					
13	PIB/P.O.					
14	PIB/N.S.					
15	PIB/N.M.					
16	SPAAO (mil)	7,645	7,263	7,342	7,602	6,002
17	SAAPR (mil)	11,438	11,164	11,043	11,239	9,997

Indicatorii intermediari utilizați pentru calculul S.P.A.A. sunt de două categorii. Prima categorie sunt indicatorii calculați și publicați ca atare în Anuarul Statistic al României, iar a doua categorie sunt indicatori derivați, calculați de mine, din date în general tot din Anuarul Statistic.

Astfel, avem următorii indicatori:

Populația totală (P.T.) - indicatorul calculat și furnizat integral în Anuarul Statistic

Populația aptă (P.A.) - populația în vârstă activă, totală, cuprinsă în intervalul de vârstă 16-70 de ani și a fost calculată de mine pentru întreaga perioadă din tabele generale ale balanței populației din Anuarul Statistic

Populația ocupată (P.O.) - un indicator calculat și furnizat de Anuarul Statistic; datele furnizate sunt pentru intervalul 1970-2010

Populația ocupată în agricultură (P.O.A.) - de asemenea un indicator furnizat integral în A.S. începând cu anul 1969



Numărul de salariați (N.S.) - indicator furnizat integral de Anuarul Statistic

Numărul de salariați agricoli (N.S.A.) - de asemenea un indicator furnizat integral de A.S.

Numărul de muncitori (N.M.) - un indicator furnizat de A.S.

Numărul de muncitori agricoli (N.M.A.) - tot un indicator A.S.

Elevi și studenți - un indicator derivat, calculat de mine, din balanțele (tabelele) cu efectivele respective publicate în A.S., din care am scăzut elevii și studenții la seral, care de regulă trebuiau să aibă un loc de muncă și deci munceau.

Pe baza acestor indicatori am calculat indicatorii pe care i-am denumit ai **Suprapopulației Apte Absolute**.

Cei doi indicatori sunt:

Suprapopulația aptă absolută oficială, pe întreaga populație, și se calculează scăzând din Populația aptă Populația ocupată

$$\text{S.P.A.A.O.} = \text{P.A.} - \text{P.O.}$$

Suprapopulația aptă absolută reală, este dată de diferența dintre Populația aptă și Numărul de salariați.

$$\text{S.A.A.P.R.} = \text{P.A.} - \text{N.S.}$$

Ecranarea politică unanim acceptată și utilizată provine din indicatorul oficial **Lucrător familial neremunerat**.

Suprapopulația aptă absolută ar putea fi descrisă drept populația în vârstă activă care nu are un loc efectiv de muncă. Diferența, în sensul acestei lucrări, dintre Populația Aptă Absolută și Populația Ocupată furnizată de statisticile oficiale o reprezintă tocmai ecranajul politic al informației economice, sensibile, interesate, de factorul politic inclusiv, de exemplu, ecranajul statistic european generat de politicul european. Singura eroare care poate să apară în aceste cifre provine dintr-un indicator pe care nu l-am calculat și nici nu l-am găsit calculat ca atare, indicator care, cel puțin în perioada '50-'90, nu poate avea o influență foarte mare, indicator al populației în vârstă activă (16-70 de ani), dar inaptă de muncă din diverse motive



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



(medicale, juridice etc). Totodată, apreciez că imaginea oferită de acest set de indicatori ai Populației Apte Absolute este foarte relevantă putând fi utilizată ulterior în analize mai de profunzime, așa cum sunt cele pe care mi le propun într-o lucrare în curs de realizare, în legătură cu care am făcut un prim exercițiu în Raportul transversal referitor la Egalitatea de șanse și îmbătrânirea activă.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



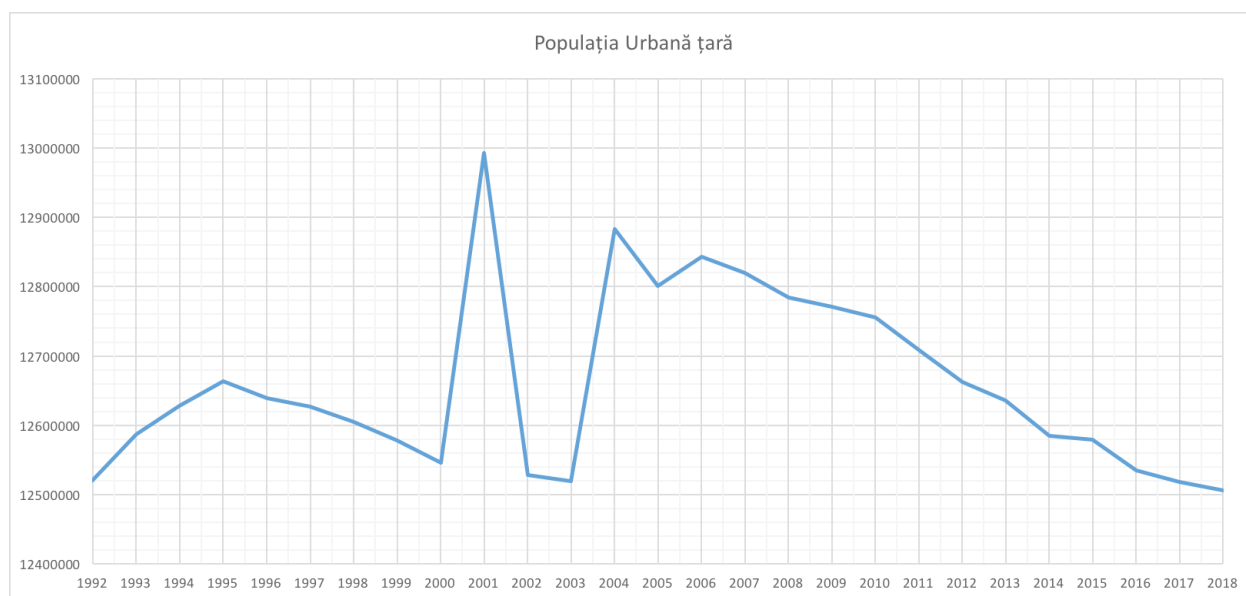
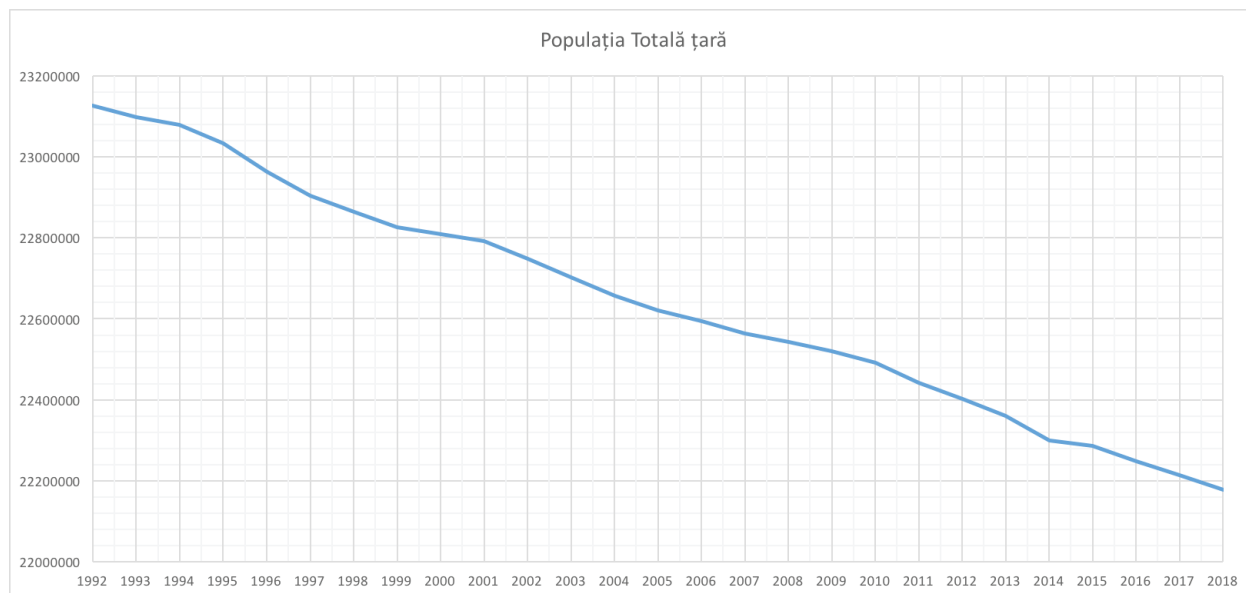
GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Grafice pe țară



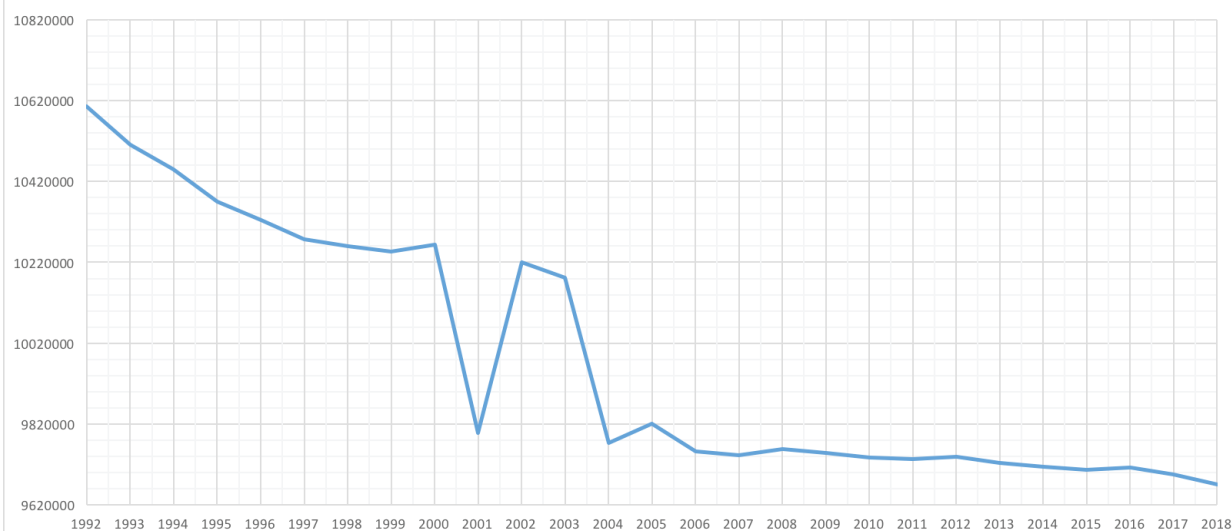


EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

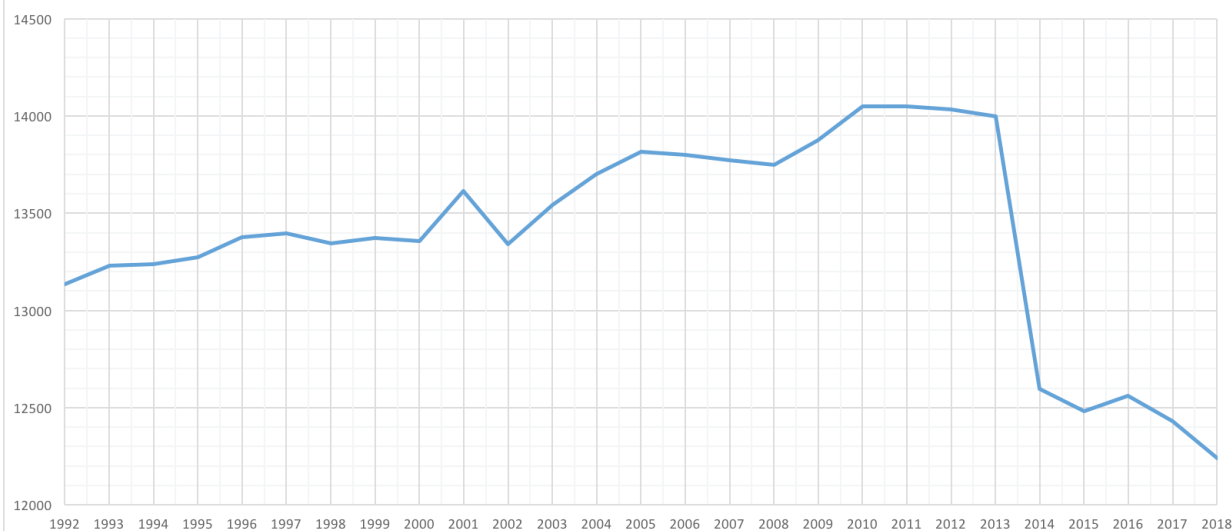


GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA

Populația Rurală țară



PVL țară mii





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



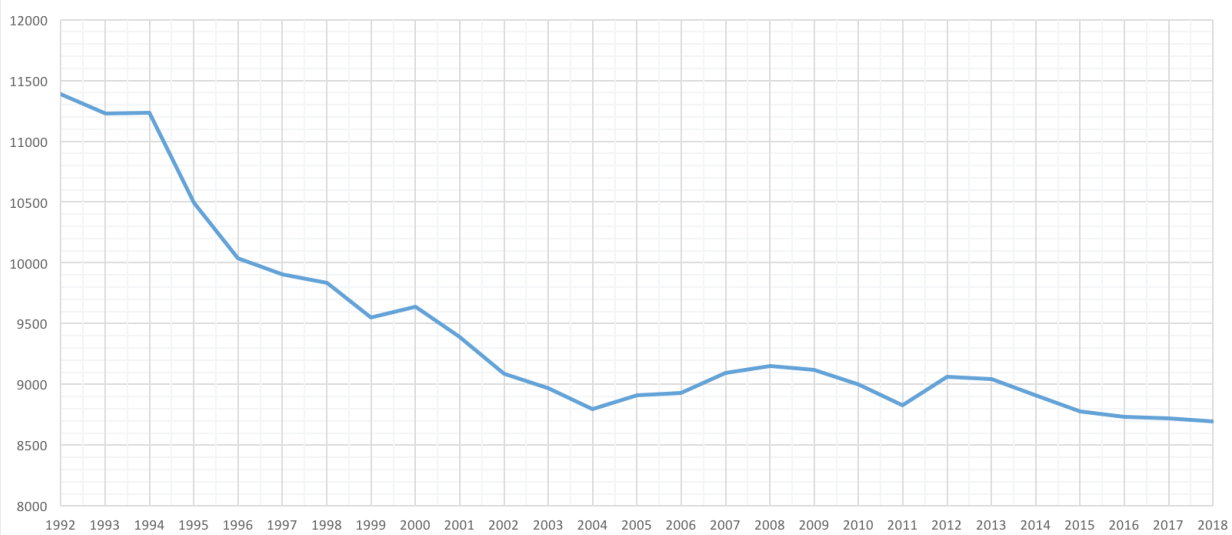
GOVERNMENT OF ROMANIA



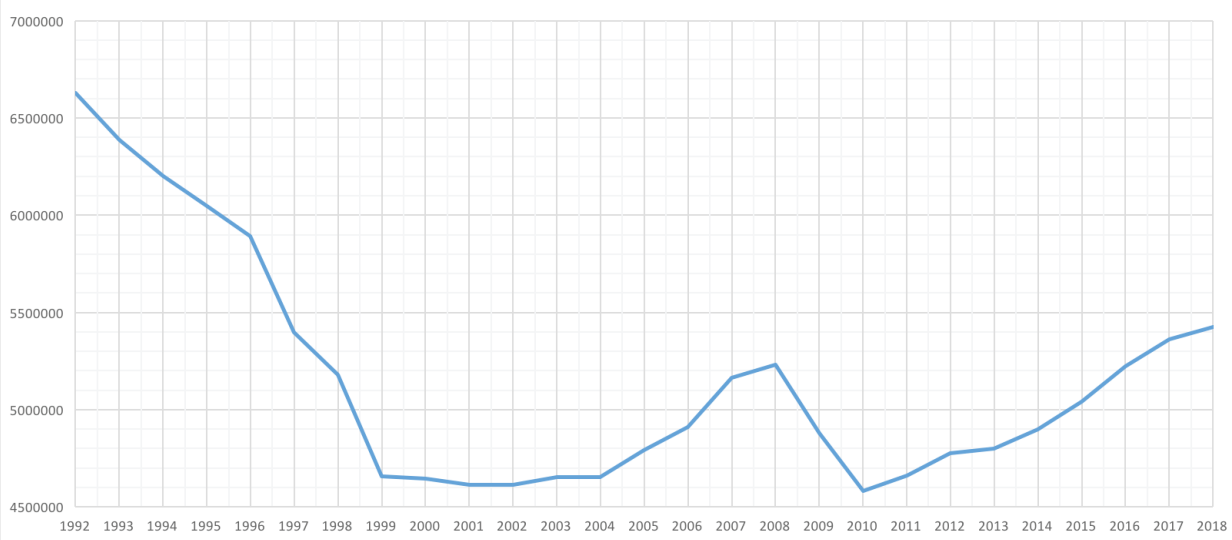
GOVERNMENT OF BULGARIA



PA țară mii



NS țară





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



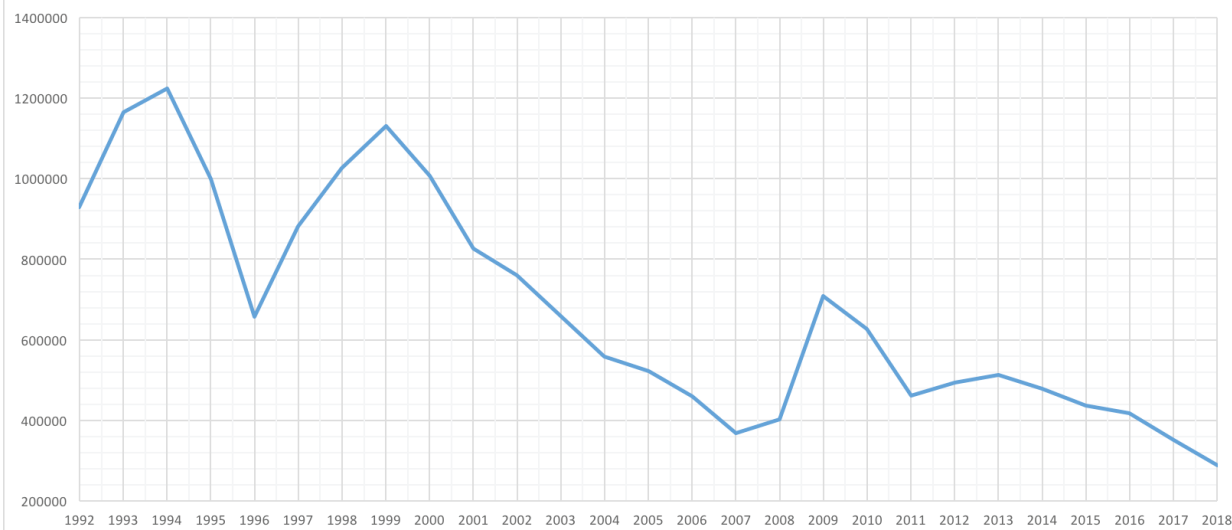
GOVERNMENT OF ROMANIA



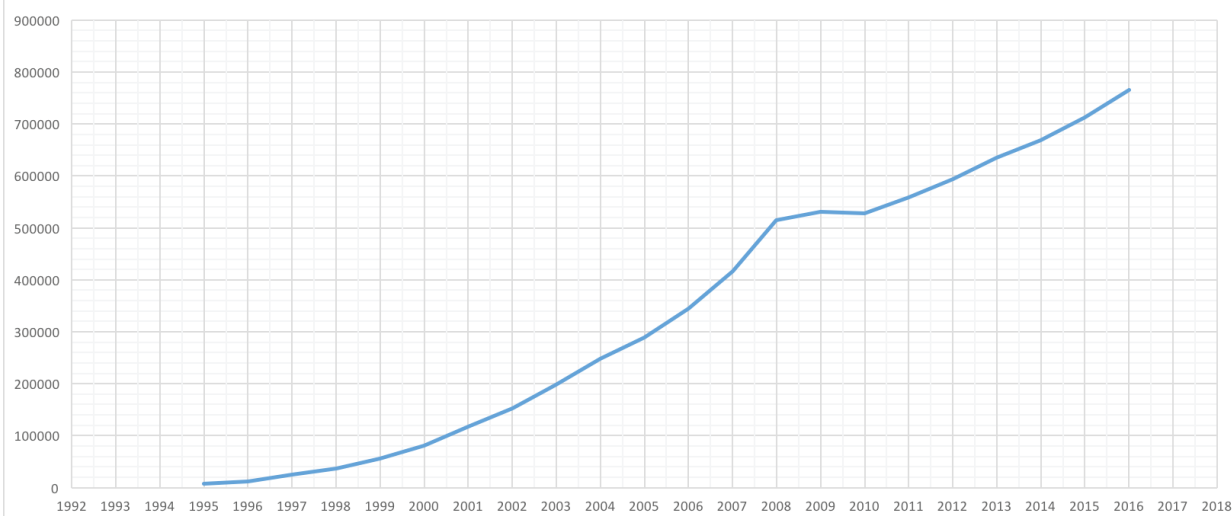
GOVERNMENT OF BULGARIA



NŞ țară



PIB țară (mil. Lei)





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



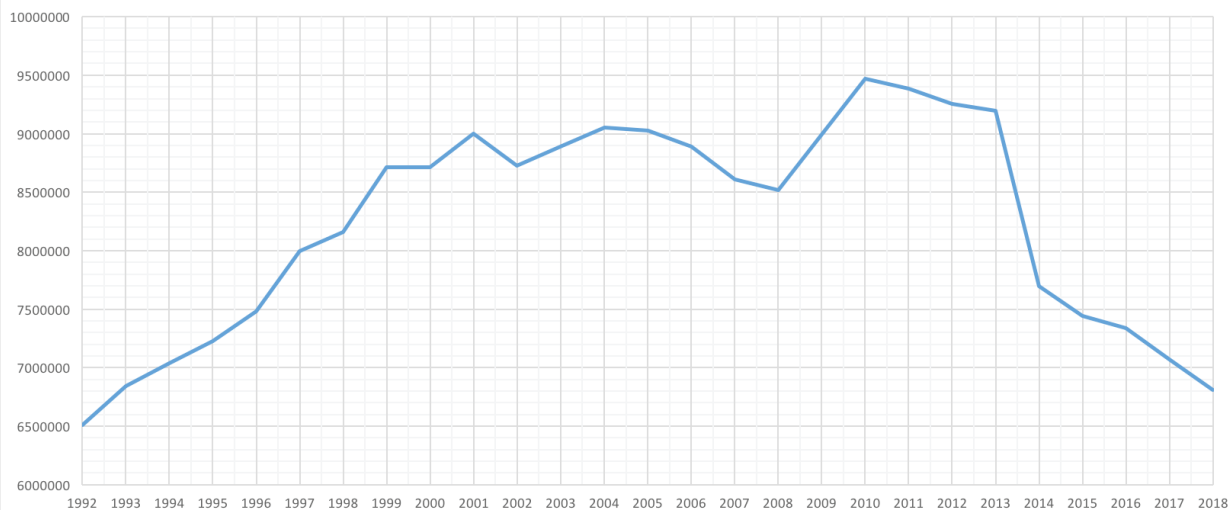
GOVERNMENT OF ROMANIA



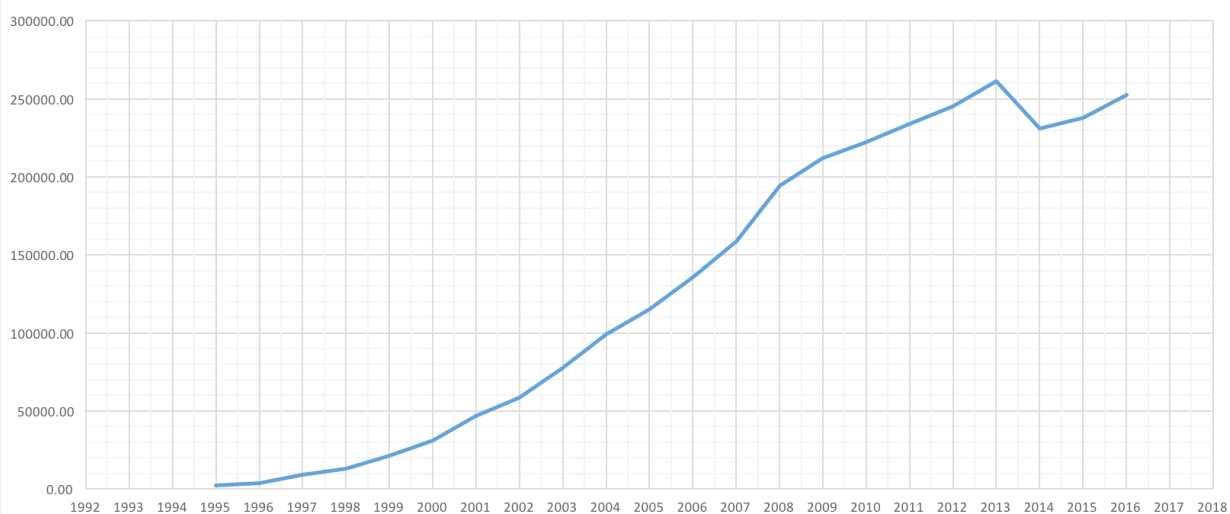
GOVERNMENT OF BULGARIA



SPAAO Țară



PETI Țară - mil lei





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



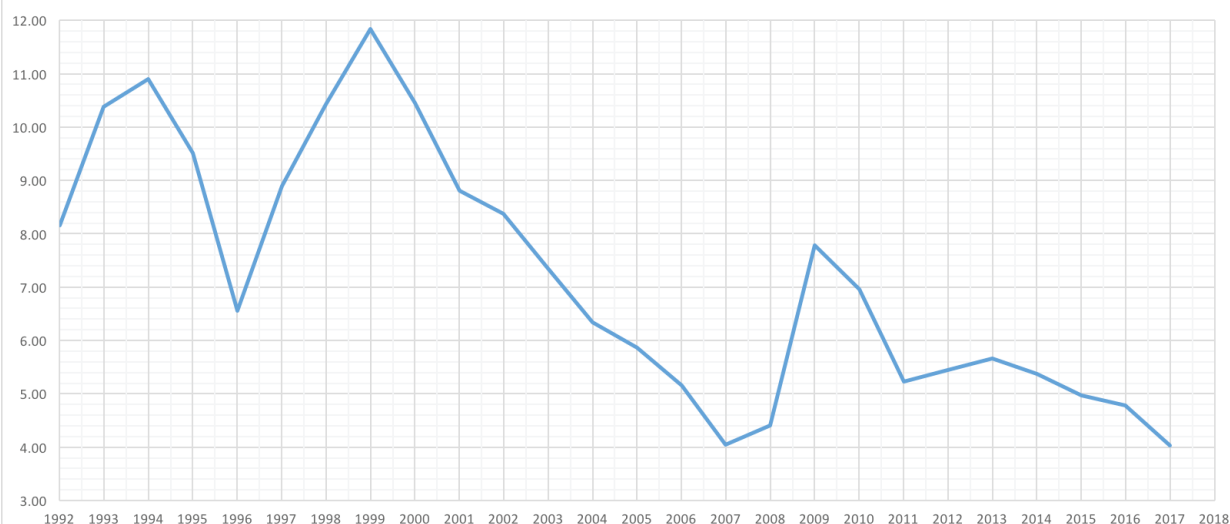
GOVERNUL ROMÂNIEI
GOVERNMENT OF ROMANIA



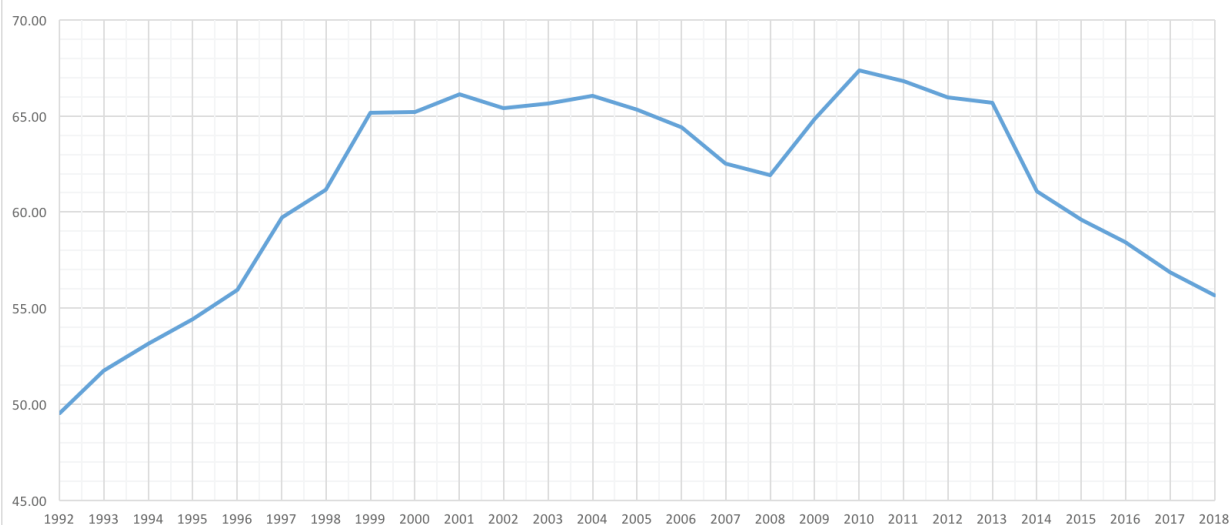
ПРЕМИЕРНО СЪВЕЩАНИЕ
GOVERNMENT OF BULGARIA



Rata șomaj țară (%)



Rata ocupării țară (%)





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Statistica integrată jud. Giurgiu (1992-2018)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
PT Giurgiu	313240	309958	307411	305124	302519	300665	299209	297451	296431
PUrb Giurgiu	96748	96485	96468	96631	96283	96089	95888	95584	95229
PRur Giurgiu	216492	213473	210943	208493	206236	204576	203321	201867	201202
PVI Gr (mii)	206.77	203.89	201.524	199.235	197.256	195.555	193.519	191.79	191.378
PA Gr (mii)	130.9	132.3	126.8	115	112.9	113.9	108	110.7	110.8
NSal Gr	57161	52102	49367	47086	48603	44620	38177	36180	34014
NȘom Gr	10951	19066	12950	11234	4996	7166	8031	9660	8846
PIB Gr (mil. Lei)				68.6	96.5	229.6	338.8	460.6	586.8
PIB/loc Gr (Lei)				225	319	764	1132	1548	1980
Rata șomaj Giurgiu	0.08	0.14	0.10	0.10	0.04	0.06	0.07	0.09	0.08
Rata ocupării Giurgiu	0.72	0.74	0.76	0.76	0.75	0.77	0.80	0.81	0.82
SPAAO Gr	149609	151788	152157	152149	148653	150935	155342	155610	157364
PETI Gr (mil. Lei)				34.21	47.42	115.26	175.90	240.96	311.51

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
PT Giurgiu	295690	293955	292147	290562	289163	287769	286663	285730	284567	283502
PUrb Giurgiu	95265	95002	94855	94452	94220	94094	93799	93261	93053	92841
PRur Giurgiu	200425	198953	197292	196110	194943	193675	192864	192469	191514	190661
PVI Gr (mii)	191.098	190.935	190.914	190.977	191.226	190.16	190.366	190.881	191.253	191.179
PA Gr (mii)	107.2	98.4	97.4	94	93.4	91.1	91.7	92.2	93.2	93.1
NSal Gr	32851	31813	32765	33400	33510	33316	34770	35056	33465	30225
NȘom Gr	7209	7162	7298	6838	5198	5033	4090	4181	6681	7861
PIB Gr (mil. Lei)	1011.3	1192.8	1418.9	2382.1	2132.9	2477.6	2647.1	3666.1	4001.2	5028.4
PIB/loc Gr (Lei)	3420	4058	4857	8198	7376	8610	9234	12831	14061	17737



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA

Rata șomaj GR	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.06	0.04	0.05	0.07	0.08
Rata ocup GR	0.83	0.83	0.83	0.83	0.82	0.82	0.82	0.82	0.83	0.84
SPAAO Gr	158247	159122	158149	157577	157716	156844	155596	155825	157788	160954
PETI Gr (mil. Lei)	541.23	645.68	768.10	1291.86	1163.33	1350.38	1436.80	1999.34	2218.60	2854.80

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PT Giurgiu	282525	281869	280114	278630	277538	276493	274964	272768
PUrb Giurgiu	92492	91889	91556	91008	90769	89976	89465	88738
PRur Giurgiu	190033	189980	188558	187622	186769	186517	185499	184030
PVI Gr (mii)	191.646	192.06	191.259	190.626	189.781	188.698	187.688	186.472
PA Gr (mii)	92.8	95.4	93.7	93.1	87.7	83	82	81.3
NSal Gr	32317	32959	32937	33957	34132	34981	36191	36355
NȘom Gr	5330	5619	5822	6510	5723	4809	2668	1863
PIB Gr (mil. Lei)	4941.3	4976.3	4585.7	6029.9	6640.5	6963.3		
PIB/loc Gr (Lei)	17490	17655	16371	21641	23926	25184		
Rataa șomaj GR	0.06	0.06	0.06	0.07	0.07	0.06	0.03	0.02
Rata ocupi GR	0.83	0.83	0.83	0.82	0.82	0.81	0.81	0.81
SPAAO Gr	159329	159101	158322	156669	155649	153717	151497	150117
PETI Gr (mil. Lei)	2786.63	2808.87	2591.86	3390.51	3724.13	3871.26		



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA

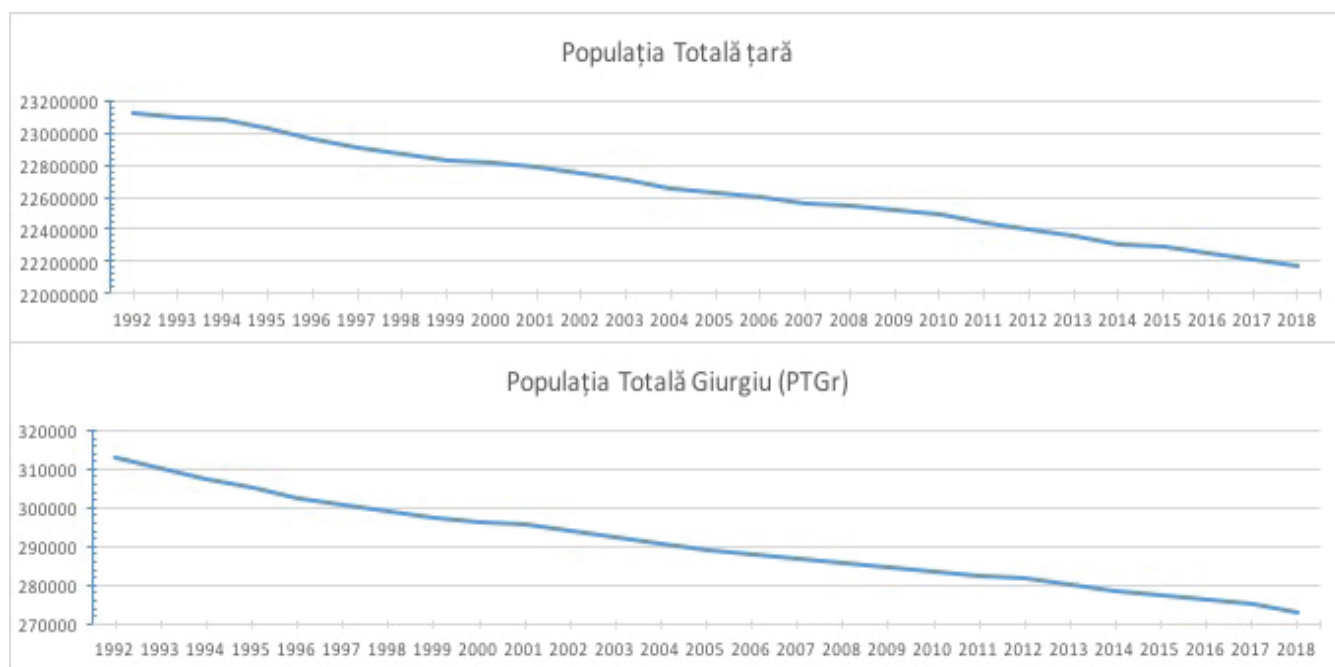


GOVERNMENT OF BULGARIA



Populația totală jud Giurgiu

Populația totală reprezintă numărul persoanelor cu cetățenie română și domiciliu pe teritoriul României, delimitat după criterii administrativ-teritoriale. Domiciliul persoanei este adresa la care aceasta declară că are locuința principală, trecută în actul de identitate (CI, BI), așa cum este luată în evidență organelor administrative ale statului. În stabilirea valorii acestui indicator nu se ține cont de reședința obișnuită, de perioadă și/sau motivul absenței de la domiciliu.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	23126797	23098108	23078952	23033618	22962740	22903955	22864721	22825196	22809610
Giurgiu	313240	309958	307411	305124	302519	300665	299209	297451	296431

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	22791655	22748121	22702149	22656570	22621457	22594368	22562913	22542169	22520477	22492083
Giurgiu	295690	293955	292147	290562	289163	287769	286663	285730	284567	283502

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	22441740	22401865	22359849	22299730	22286392	22247551	22213586	22177605
Giurgiu	282525	281869	280114	278630	277538	276493	274964	272768

Datele utilizate pentru determinarea populației după domiciliu provin din două tipuri de surse de date: 1. surse administrative Direcția pentru Evidența Persoan-



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



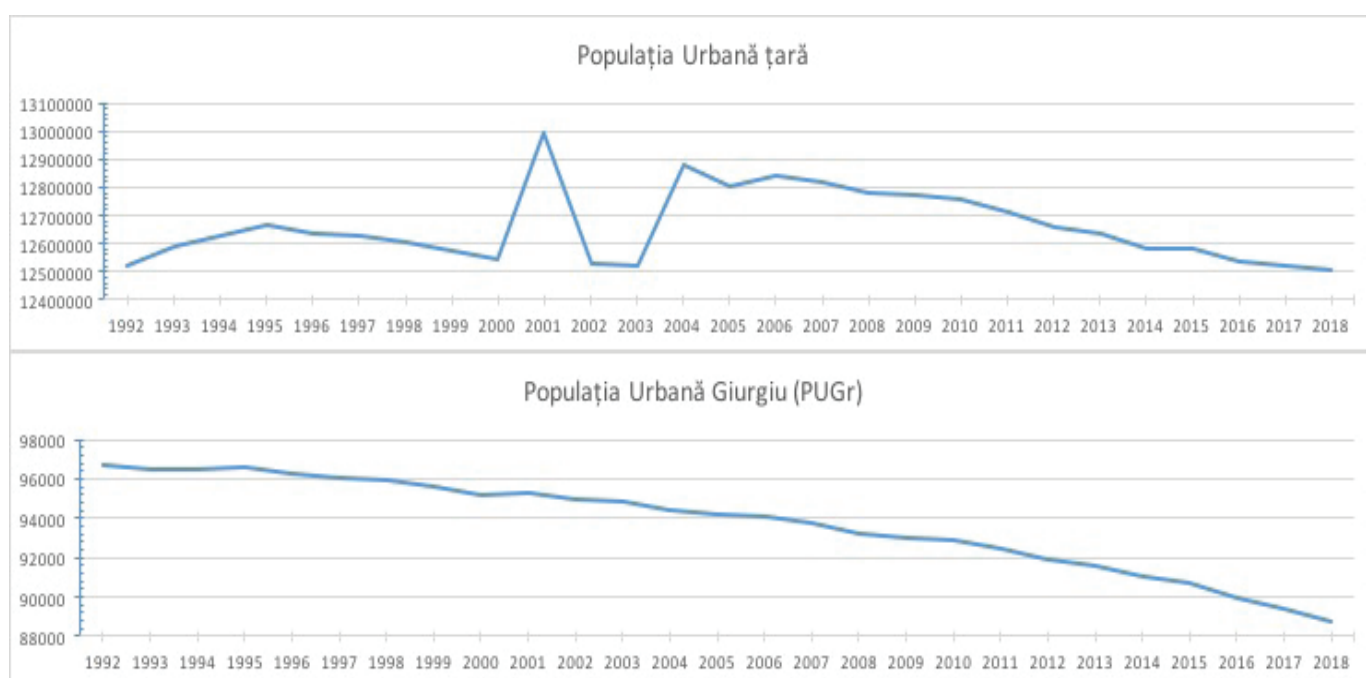
GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



nelor si Administrarea Bazelor de Date 2. surse statistice - rezultatele cercetarilor statistice exhaustive privind natalitatea si mortalitatea

Populația urbană jud Giurgiu

Populația urbană reprezintă numărul persoanelor cu cetățenie română și domiciliu pe teritoriul orașelor, delimitat după criterii administrativ-teritoriale.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	12520744	12586652	12628516	12663778	12638739	12627122	12604799	12577938	12545748
Giurgiu	96748	96485	96468	96631	96283	96089	95888	95584	95229

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	12992814	12527897	12519505	12883229	12800505	12842563	12819220	12784017	12771046	12755009
Giurgiu	95265	95002	94855	94452	94220	94094	93799	93261	93053	92841

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	12709010	12662531	12636239	12584794	12579421	12534886	12518237	12506648
Giurgiu	92492	91889	91556	91008	90769	89976	89465	88738

Datele utilizate pentru determinarea populației după domiciliu provin din două tipuri de surse de date: 1. surse administrative Direcția pentru Evidența Persoan-



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

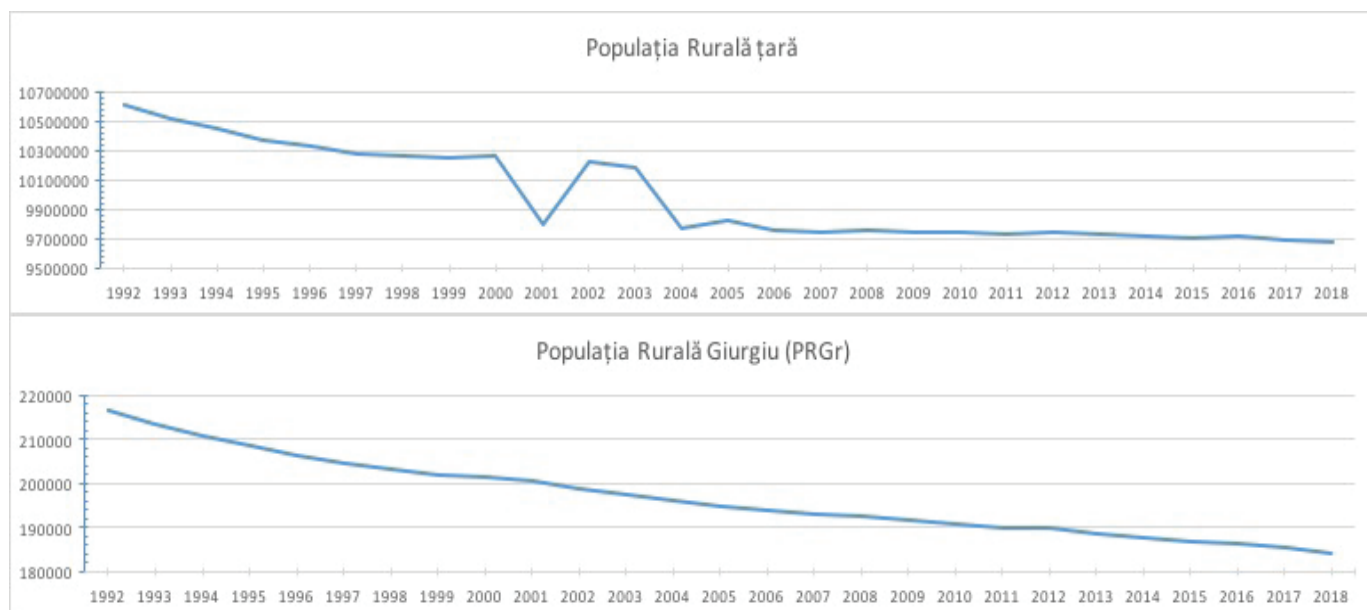


GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



nelor si Administrarea Bazelor de Date 2. surse statistice - rezultatele cercetarilor statistice exhaustive privind natalitatea si mortalitatea.

Populația rurală jud Giurgiu



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	10606053	10511456	10450436	10369840	10324001	10276833	10259922	10247258	10263862
Giurgiu	216492	213473	210943	208493	206236	204576	203321	201867	201202

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	9798841	10220224	10182644	9773341	9820952	9751805	9743693	9758152	9749431	9737074
Giurgiu	200425	198953	197292	196110	194943	193675	192864	192469	191514	190661

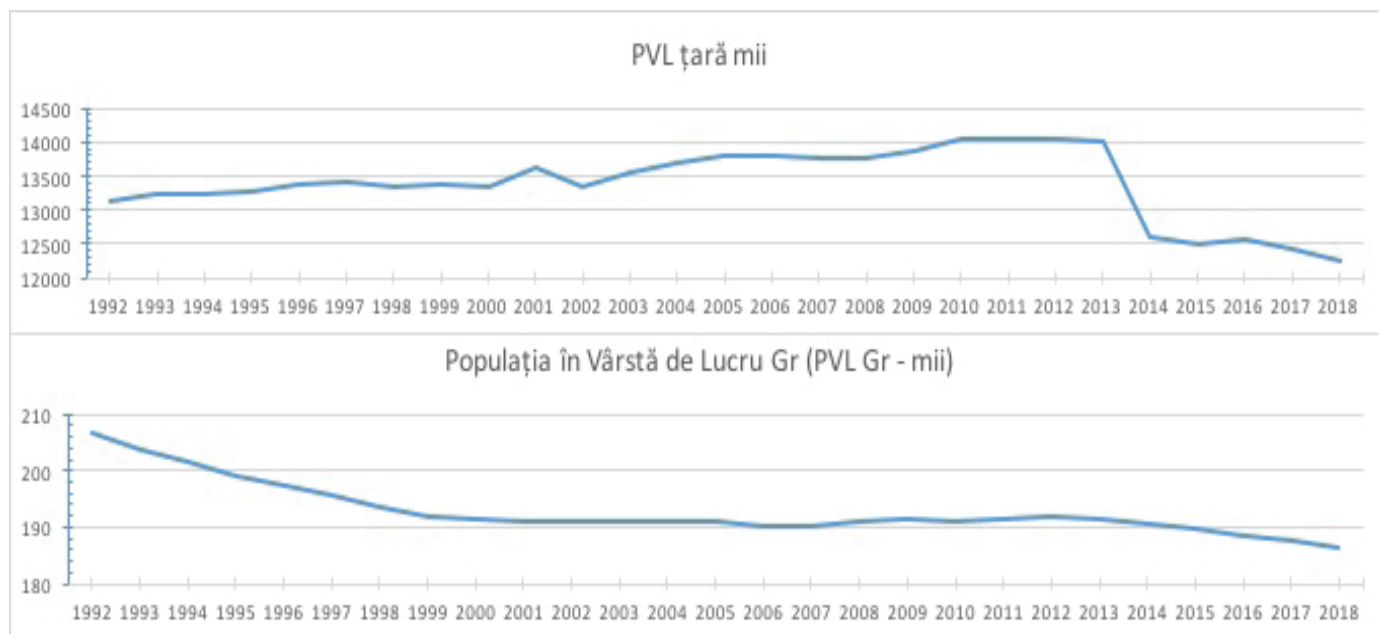
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	9732730	9739334	9723610	9714936	9706971	9712665	9695349	9670957
Giurgiu	190033	189980	188558	187622	186769	186517	185499	184030

Datele utilizate pentru determinarea populației după domiciliu provin din două tipuri de surse de date: 1. surse administrative Direcția pentru Evidența Persoanelor și Administrarea Bazelor de Date 2. surse statistice - rezultatele cercetărilor statistice exhaustive privind natalitatea și mortalitatea.



Populația în vârstă de lucru jud Giurgiu – mii locuitori

Populația în vârstă de lucru reprezintă acea categorie de populație care dispune de ansamblul capacităților fizice și intelectuale care îi permit să desfășoare o muncă utilă în una din activitățile economiei naționale. Vârstele de muncă sunt: Pentru perioada 1990 - 2000: 16- 54 ani pentru femei, respectiv 16- 59 ani pentru bărbați; Pentru perioada 2001 - 2009: 16- 57 ani pentru femei, respectiv 16- 62 ani pentru bărbați; 2010: 16-58 ani pentru femei și 16-63 ani pentru bărbați; 2011-2015: 16-59 ani pentru femei, respectiv 16-64 ani pentru bărbați; 2016: 16-60 ani pentru femei, respectiv 16-65 ani pentru bărbați.

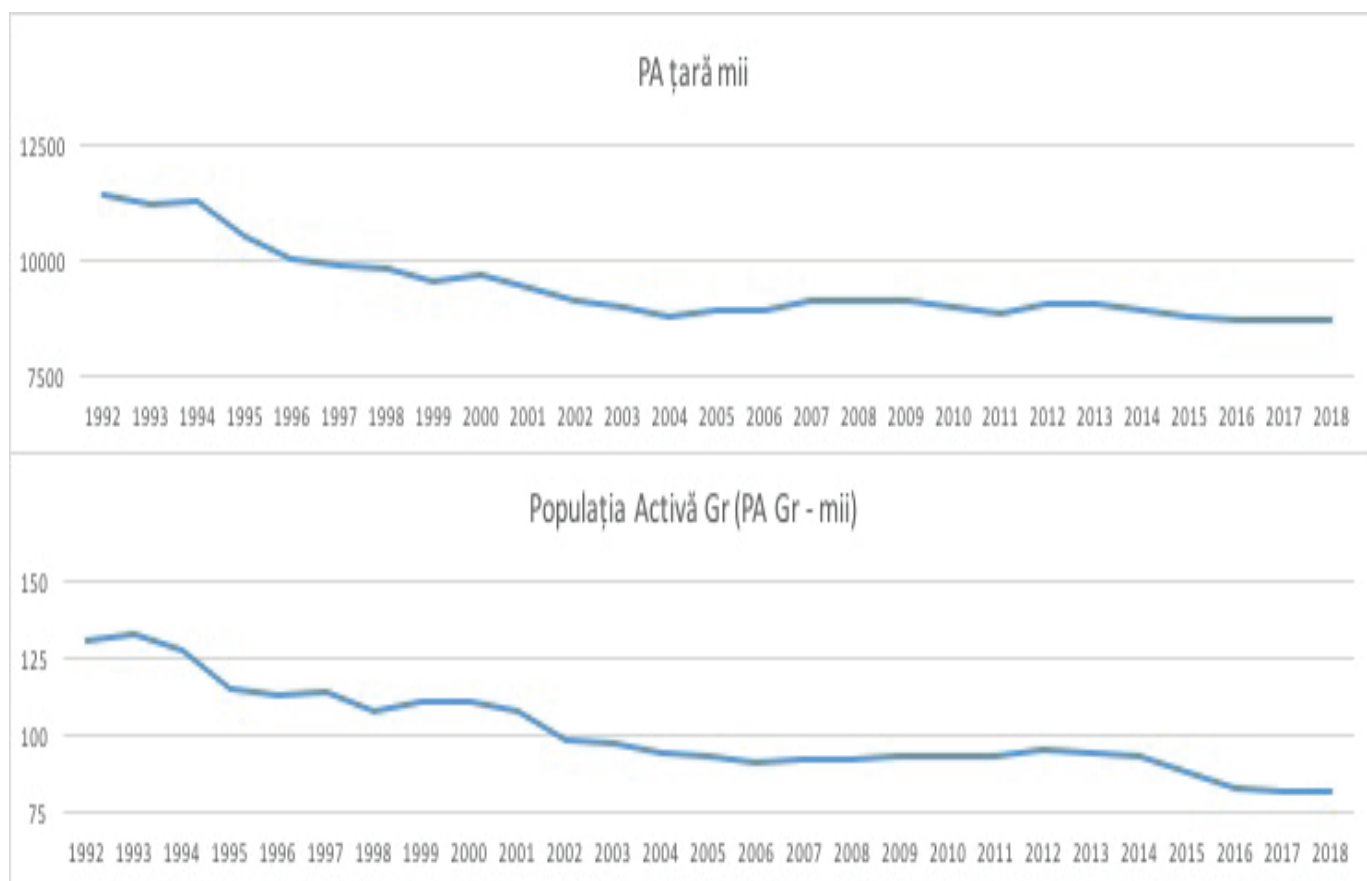


	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	
Țară	13136,7	13228,2	13236,5	13275,5	13376,3	13398,2	13343,3	13370,9	13358,4	
Giurgiu	206,77	203,89	201,524	199,235	197,256	195,555	193,519	191,79	191,378	
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	13615,5	13342,6	13544	13701,9	13816,9	13801,6	13772,7	13747,4	13875,9	14047,6
Giurgiu	191,098	190,935	190,914	190,977	191,226	190,16	190,366	190,881	191,253	191,179
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
Țară	14047,7	14033,7	13997,9	12597,7	12481,1	12562	12432,5	12238,9		
Giurgiu	191,646	192,06	191,259	190,626	189,781	188,698	187,688	186,472		



Populația activă jud Giurgiu – mii locuitori

Populația activă civilă caracterizează oferta potențială de forță de muncă și gradul de ocupare a populației cuprinzând populația ocupată civilă și somerii înregistrați.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	11387	11226,7	11235,5	10491,4	10036,5	9904,1	9837,7	9549,9	9636,4
Giurgiu	130,9	132,3	126,8	115	112,9	113,9	108	110,7	110,8

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	9389,4	9089,6	8964,4	8796,2	8913,4	8929,8	9093,7	9150,4	9120,1	8998,3
Giurgiu	107,2	98,4	97,4	94	93,4	91,1	91,7	92,2	93,2	93,1

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	8826,5	9063,4	9042,9	8910	8776,8	8735,8	8717,9	8696,4
Giurgiu	92,8	95,4	93,7	93,1	87,7	83	82	81,3

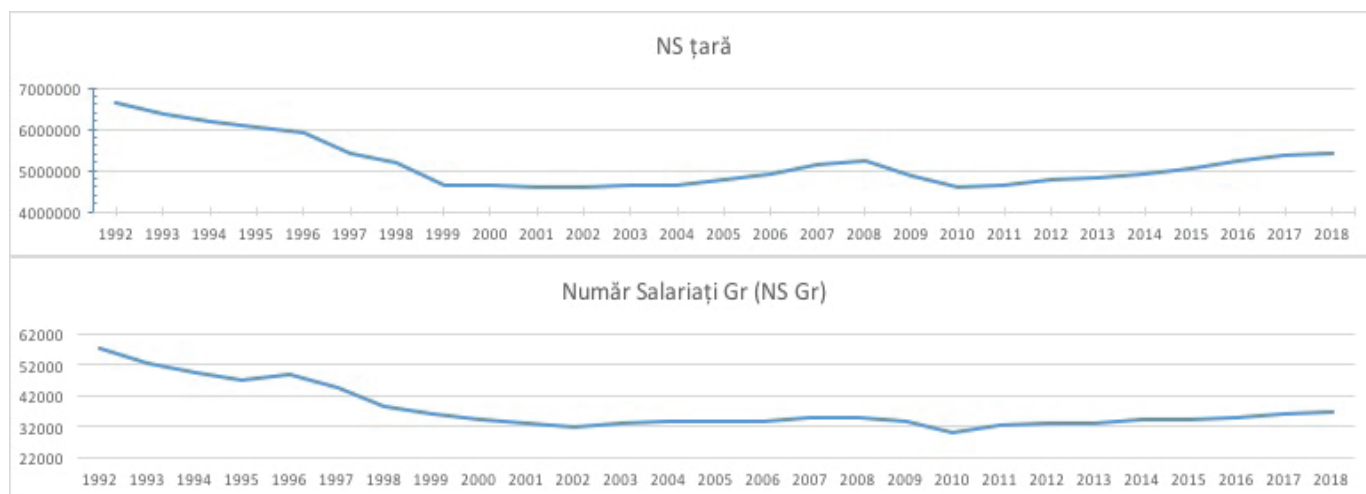
Număr salariați jud Giurgiu



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	6627350	6385156	6200640	6047678	5893936	5399128	5181562	4658682	4646287
Giurgiu	57161	52102	49367	47086	48603	44620	38177	36180	34014

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	4613051	4614720	4655000	4652704	4790431	4910088	5162967	5232694	4879480	4580989
Giurgiu	32851	31813	32765	33400	33510	33316	34770	35056	33465	30225

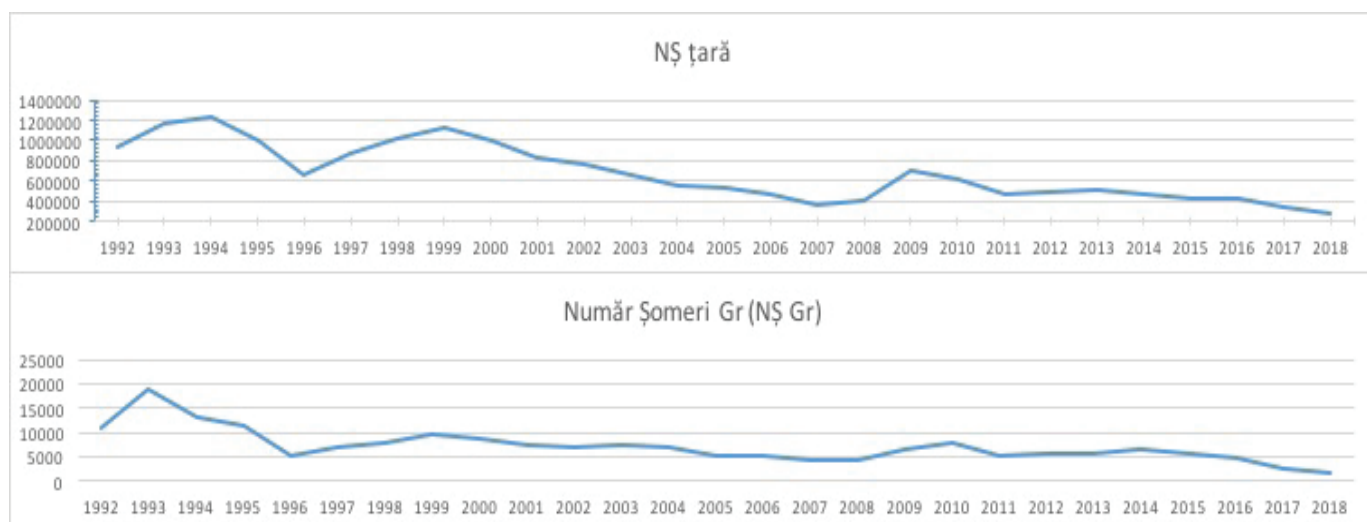
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	4660461	4777152	4801104	4900684	5041186	5223767	5362346	5426272
Giurgiu	32317	32959	32937	33957	34132	34981	36191	36355

Număr șomeri jud Giurgiu

Șomer înregistrat este persoana care îndeplinește cumulativ următoarele condiții: a) este în căutarea unui loc de muncă de la vârsta de minimum 16 ani și până la îndeplinirea condițiilor de pensionare; b) starea de sănătate și capacitățile fizice și psihice o fac aptă pentru prestarea unei munci; c) nu are loc de muncă, nu realizează venituri sau realizează din activități autorizate potrivit legii, venituri mai mici decât valoarea indicatorului social de referință al asigurărilor pentru somaj și stimulării ocupării forței de muncă, în vigoare; d) este disponibilă să înceapă lucrul în perioada imediat următoare dacă s-ar găsi un loc de muncă; e) este înregistrată



la Agentia Nationala pentru Ocuparea Fortei de Munca. Persoanele inregistrate ca someri la agentile pentru ocuparea fortei de munca si care se incadreaza in munca, potrivit legii, intr-o localitate situata la o distanta mai mare de 15 km de localitatea in care isi au domiciliul sau resedinta, pot beneficia de o prima de incadrare, neimpozabila pe o perioada de 12 luni. Persoanele inregistrate ca someri la agentile pentru ocuparea fortei de munca care se incadreaza in munca, potrivit legii, intr-o alta localitate situata la o distanta mai mare de 50 km fata de localitatea in care isi au domiciliul sau resedinta si, ca urmare a acestui fapt, isi schimba domiciliul ori isi stabilesc resedinta in localitatea respectiva sau in localitatile invecinate acestea pot beneficia de o prima de instalare, neimpozabila in quantum diferentiat.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	929019	1164705	1223925	998432	657564	881435	1025056	1130296	1007131
Giurgiu	10951	19066	12950	11234	4996	7166	8031	9660	8846

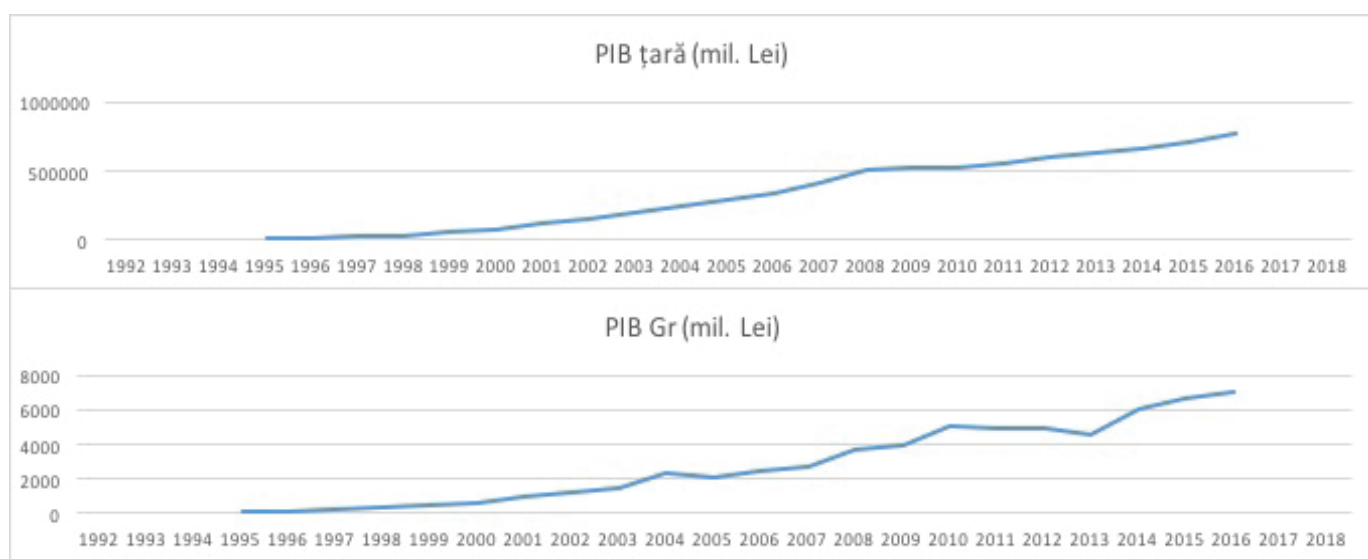
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	826932	760623	658891	557892	522967	460495	367838	403441	709383	626960
Giurgiu	7209	7162	7298	6838	5198	5033	4090	4181	6681	7861

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	461013	493775	512333	478338	436242	418237	351105	288896
Giurgiu	5330	5619	5822	6510	5723	4809	2668	1863



Produs intern brut (PIB) jud Giurgiu – milioane lei

Produsul intern brut (PIB) este egal cu suma utilizarilor finale de bunuri si servicii ale unitatilor institutionale rezidente (consumul final efectiv, formarea bruta de capital fix) plus exporturile minus importurile de bunuri si servicii.



	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	7648,9	11384,2	25529,8	37055,1	55191,4	80984,6
Giurgiu	68,6	96,5	229,6	338,8	460,6	586,8

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	117945,8	152017	197427,6	247368	288954,6	344650,6	416006,8	514700	530894,4	528247
Giurgiu	1011,3	1192,8	1418,9	2382,1	2132,9	2477,6	2647,1	3666,1	4001,2	5028,4

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Țară	559244,8	593742,9	635459,4	668590,1	712587,8	765135,4
Giurgiu	4941,3	4976,3	4585,7	6029,9	6640,5	6963,3



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



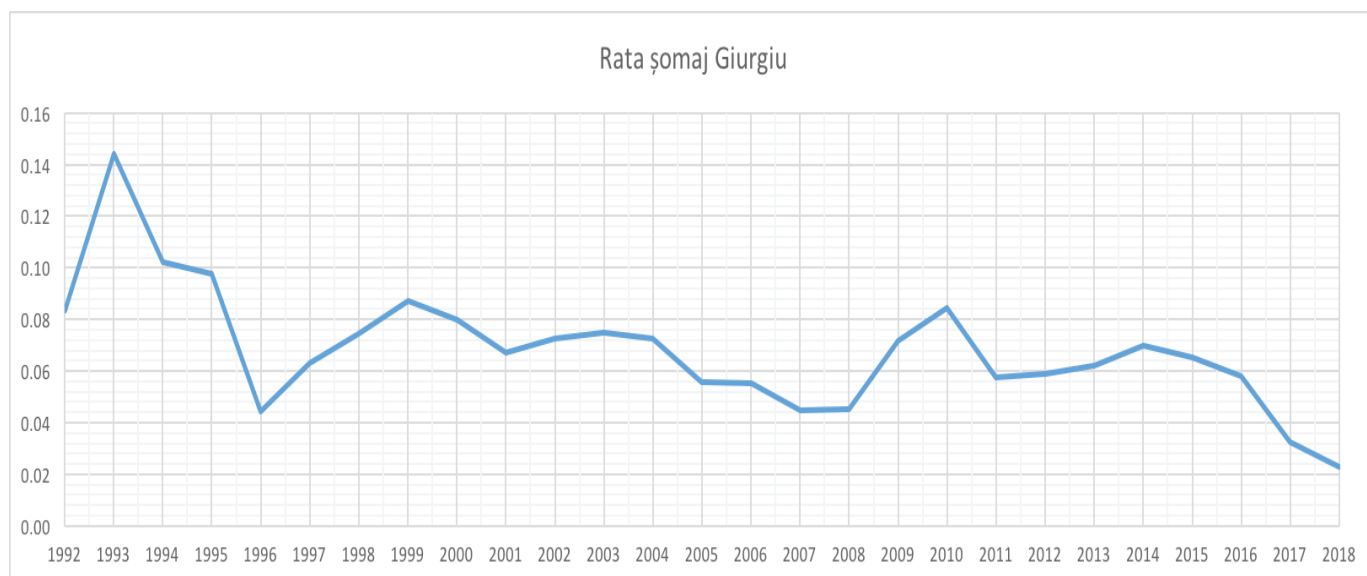
GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Rata șomaj jud Giurgiu



	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Giurgiu	0.08	0.14	0.10	0.10	0.04	0.06	0.07	0.09	0.08	0.08

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Giurgiu	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.06	0.04	0.05	0.07	0.08

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Giurgiu	0.06	0.06	0.06	0.07	0.07	0.06	0.03	0.02



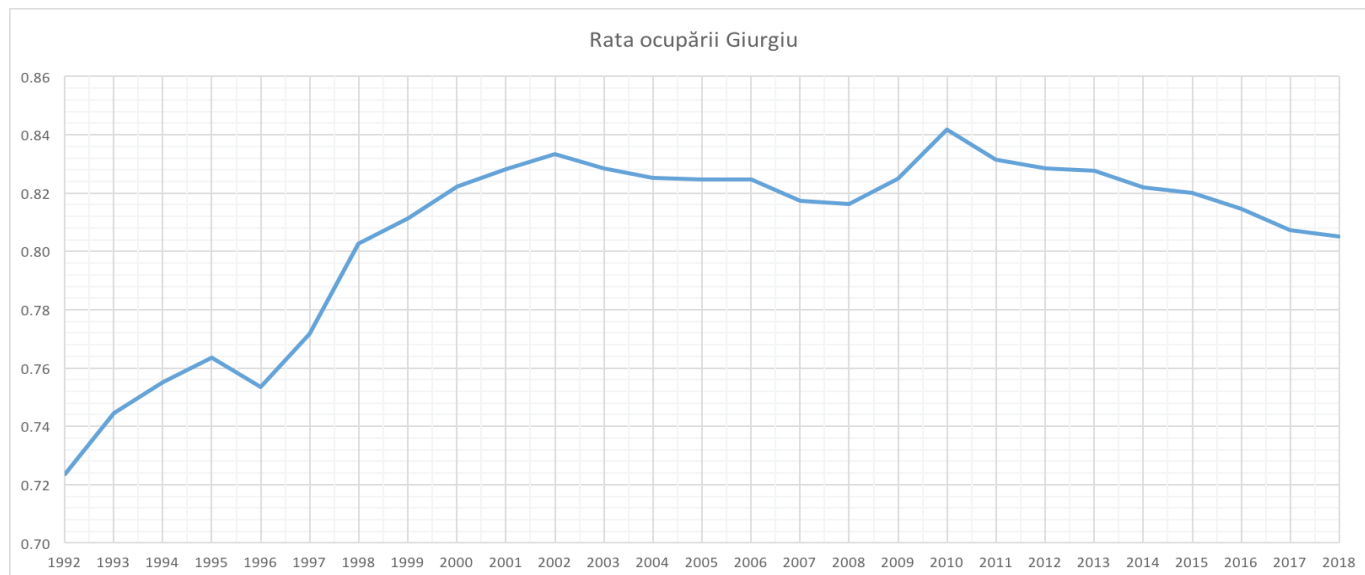
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Rata ocupării jud Giurgiu



	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Giurgiu	0.72	0.74	0.76	0.76	0.75	0.77	0.80	0.81	0.82	0.72

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Giurgiu	0.83	0.83	0.83	0.83	0.82	0.82	0.82	0.82	0.83	0.84

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Giurgiu	0.83	0.83	0.83	0.82	0.82	0.81	0.81	0.81



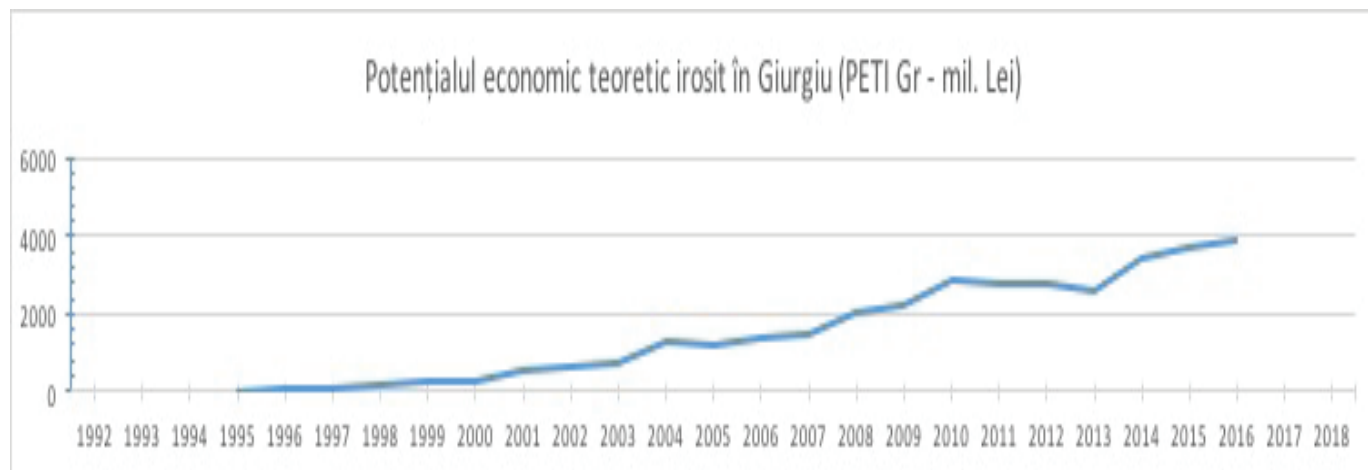
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Potențialul economic teoretic irosit jud Giurgiu – milioane lei



	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Giurgiu	34,2	47,4	115,3	175,9	241,0	311,5

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Giurgiu	541,2	645,7	768,1	1291,9	1163,3	1350,4	1436,8	1999,3	2218,6	2854,8

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Giurgiu	2786,6	2808,9	2591,9	3390,5	3724,1	3871,3



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

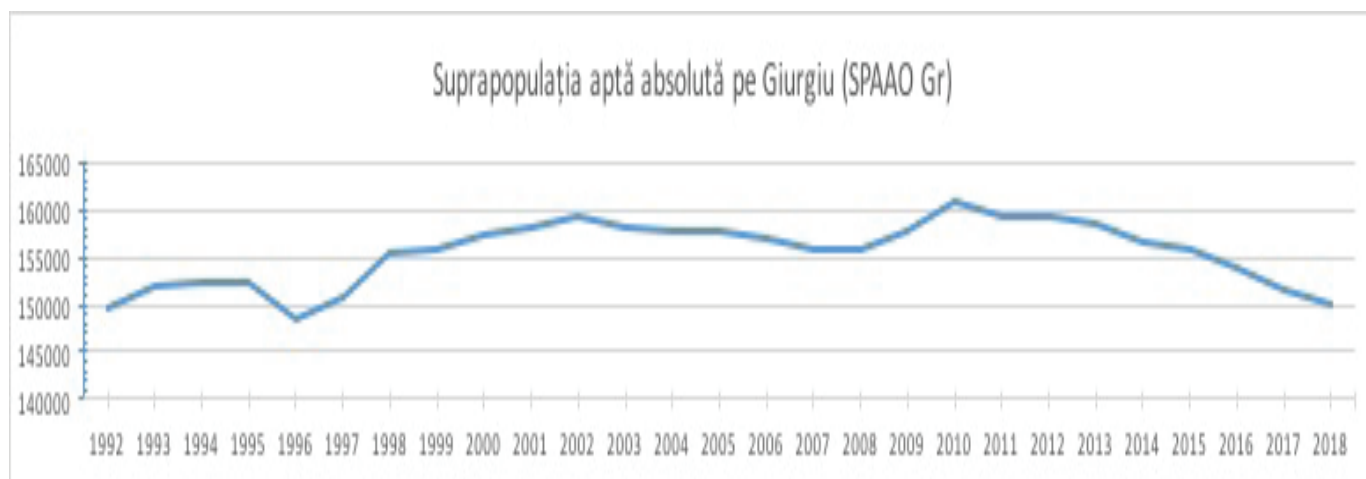


GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Suprapopulația aptă absolută jud Giurgiu

Suprapopulația aptă absolută este dată de diferența dintre populația în vârstă de lucru și numărul de salariați.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Giurgiu	151788	152157	152149	148653	150935	155342	155610	157364	149609

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Giurgiu	158247	159122	158149	157577	157716	156844	155596	155825	157788	160954

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Giurgiu	159329	159101	158322	156669	155649	153717	151497	150117

ROMANIA - BULGARIA



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Statistica integrată jud. Teleorman (1992-2018)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
PT Teleorman	491222	487330	483985	479907	476128	471761	468389	464516	461903
PUrb Teleorman	167298	167916	167772	167639	166620	166222	165476	164480	163064
PRur Teleorman	323924	319414	316213	312268	309508	305539	302913	300036	298839
PVI Tr (mii)	269.3	278.3	261.5	256	265.7	263.2	259.2	256.6	252.8
PA Tr (mii)	227.3	231.9	232	217.2	212.6	207.8	206.7	212.1	211.5
NSal Tr	101732	96018	89328	87434	87034	74808	73003	71011	64837
NŞom Tr	15653	21594	23128	21695	13534	17122	17318	19297	18964
PIB Tr (mil. Lei)				130.7	189.4	445	557.9	908.6	1141.4
PIB /locuitor Tr (lei)				272	398	943	1191	1956	2471
Rata şomaj Teleorman	0.07	0.09	0.10	0.10	0.06	0.08	0.08	0.09	0.09
Rata ocupării Teleorman	0.62	0.65	0.66	0.66	0.67	0.72	0.72	0.72	0.74
SPAAO Tr	167568	182282	172172	168566	178666	188392	186197	185589	187963
PETI Tr (mil. Lei)			-	45.9	71.1	177.7	221.8	363.0	464.5



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
PT Teleorman	458171	453340	448358	443420	438675	433915	429743	425102	420932	416479
PUrb Teleorman	162033	160539	159370	157625	156747	155895	154474	152497	151576	150469
PRur Teleorman	296138	292801	288988	285795	281928	278020	275269	272605	269356	266010
PVI Tr (mii)	255.5	248.2	249.5	251	249.9	246.9	243.7	241.3	242.5	244
PA Tr (mii)	202.3	193.7	187.3	172.7	174.9	172	171.4	168.5	173.1	171.3
NSal Tr	61047	60803	58746	55910	55521	56542	58669	57414	53562	49740
NŞom Tr	15611	19668	19343	13860	15504	14269	12552	13702	19976	18624
PIB Tr (mil. Lei)	1850.2	2080.5	2450.2	3212.1	3402.1	3847	4796.4	5933.5	5963.3	5551.9
PIB/loc TR	4038	4589	5465	7244	7755	8866	11161	13958	14167	13331
Rata şomaj TR	0.08	0.10	0.10	0.08	0.09	0.08	0.07	0.08	0.12	0.11
Rata ocup TR	0.76	0.76	0.76	0.78	0.78	0.77	0.76	0.76	0.78	0.80
SPAAO Tr	194453	187397	190754	195090	194379	190358	185031	183886	188938	194260
PETI Tr (mil. Lei)	785.2	860.0	1042.4	1413.2	1507.5	1687.7	2065.1	2566.6	2676.7	2589.6

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PT Teleorman	411566	406713	401807	396522	392291	387255	381126	374887
PUrb Teleorman	148829	146952	145523	143928	142901	140970	138948	136825
PRur Teleorman	262737	259761	256284	252594	249390	246285	242178	238062
PVI Tr (mii)	241.6	238.4	234.9	209.4	205.8	206.3	199.3	192.8
PA Tr (mii)	167.8	175.1	173	169	159.2	148.7	147.3	143.6
NSal Tr	50798	53746	53752	54637	54734	56030	56792	56476
NŞom Tr	15197	16839	18664	18888	18535	15999	14893	11201
PIB Tr (mil. Lei)	5481.9	6312.1	6646.6	6721.7	7047.1	7084.3		
PIB/loc (lei)	13320	15520	16542	16952	17964	18294		
Rata şomaj TR	0.09	0.10	0.11	0.11	0.12	0.11	0.10	0.08
Rata ocup TR	0.79	0.77	0.77	0.74	0.73	0.73	0.72	0.71
SPAAO Tr	190802	184654	181148	154763	151066	150270	142508	136324
PETI Tr (mil. Lei)	2541.4	2865.8	2996.5	2623.5	2713.7	2749.0		



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



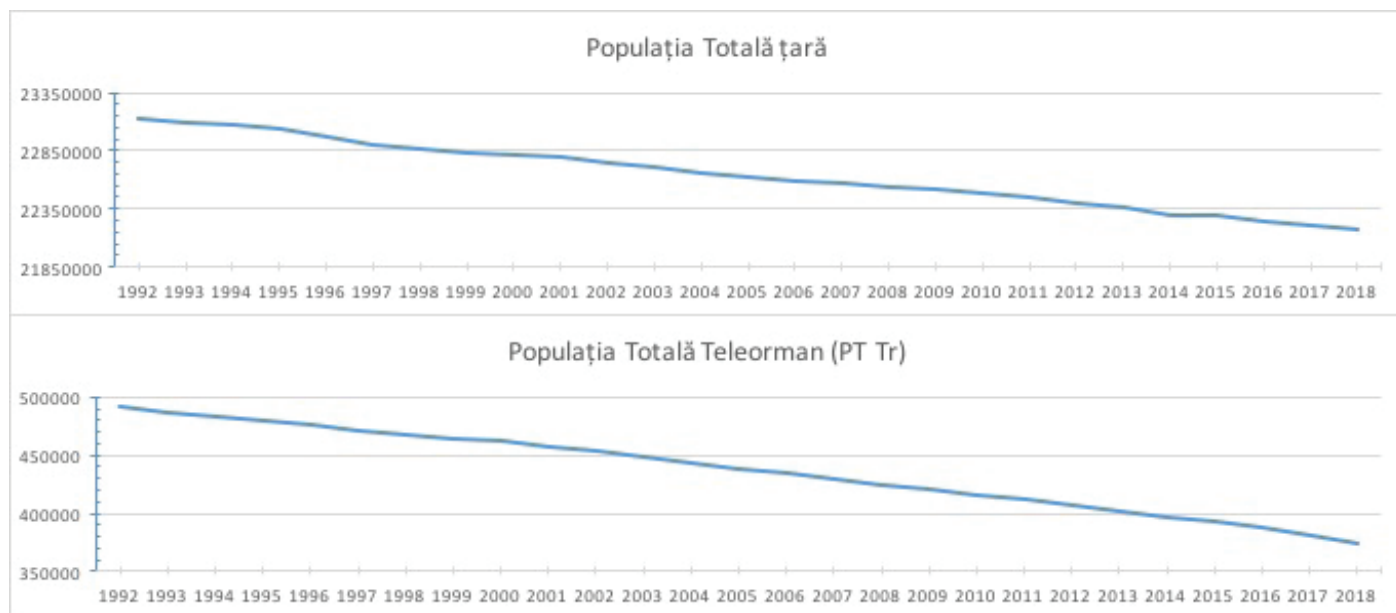
GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Populația totală jud Teleorman

Populația totală reprezintă numărul persoanelor cu cetățenie română și domiciliu pe teritoriul României, delimitat după criterii administrativ-teritoriale. Domiciliul persoanei este adresa la care aceasta declară că are locuința principală, trecută în actul de identitate (CI, BI), așa cum este luată în evidență organelor administrative ale statului

Datele utilizate pentru determinarea populației după domiciliu provin din două tipuri de surse de date: 1. surse administrative Direcția pentru Evidența Persoanelor și Administrarea Bazelor de Date 2. surse statistice - rezultatele cercetărilor statistice exhaustive privind natalitatea și mortalitatea, pentru numărul nașcutilor-vii și al deceselor survenite în intervalul de timp studiat (bazate, la rândul lor, pe surse administrative).



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	23126797	23098108	23078952	23033618	22962740	22903955	22864721	22825196	22809610
TR	491222	487330	483985	479907	476128	471761	468389	464516	461903

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	22791655	22748121	22702149	22656570	22621457	22594368	22562913	22542169	22520477	22492083
TR	458171	453340	448358	443420	438675	433915	429743	425102	420932	416479

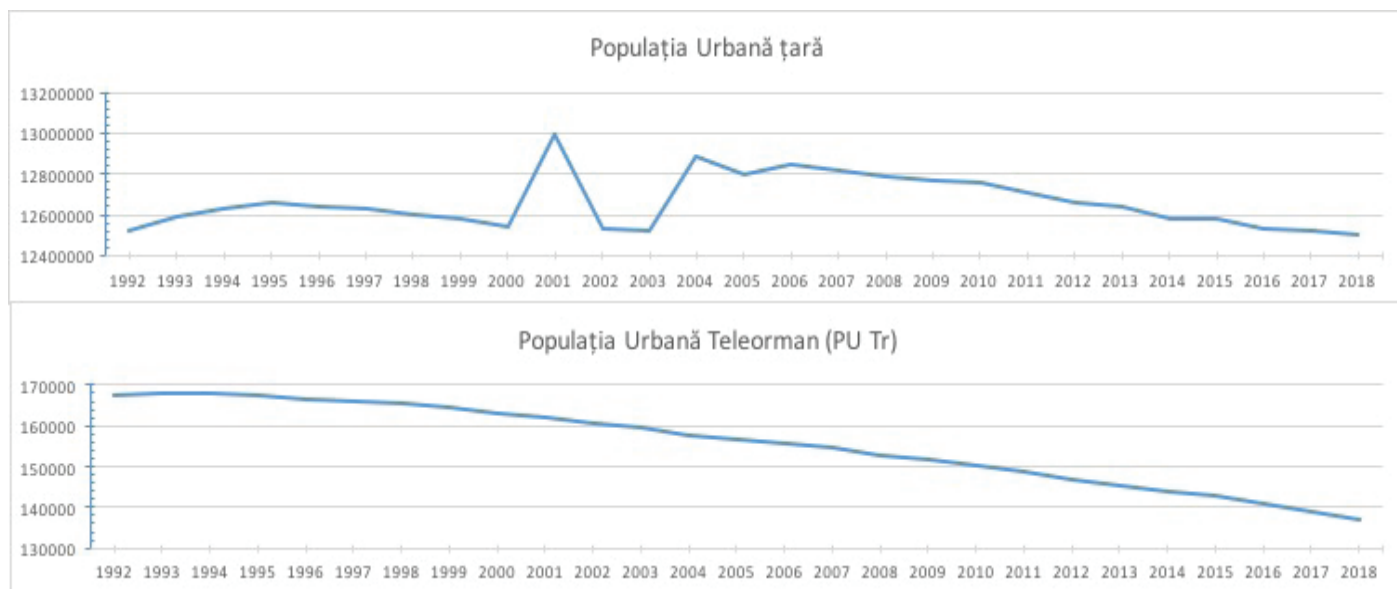
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	22441740	22401865	22359849	22299730	22286392	22247551	22213586	22177605
TR	411566	406713	401807	396522	392291	387255	381126	374887



Populația urbană jud Teleorman

Populația urbană reprezintă numărul persoanelor cu cetățenie română și domiciliu pe teritoriul orașelor, delimitat după criterii administrativ-teritoriale. Domiciliul persoanei este adresa la care aceasta declară că are locuința principală, trecută în actul de identitate (CI, BI), așa cum este luată în evidență organelor administrative ale statului. În stabilirea valorii acestui indicator nu se ține cont de reședința obișnuită, de perioadă și/sau motivul absenței de la domiciliu.

Datele utilizate pentru determinarea populației după domiciliu provin din două tipuri de surse de date: 1. surse administrative Direcția pentru Evidența Persoanelor și Administrarea Bazelor de Date 2. surse statistice - rezultatele cercetărilor statistice exhaustive privind natalitatea și mortalitatea



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	12520744	12586652	12628516	12663778	12638739	12627122	12604799	12577938	12545748
TR	167298	167916	167772	167639	166620	166222	165476	164480	163064

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	12992814	12527897	12519505	12883229	12800505	12842563	12819220	12784017	12771046	12755009
TR	162033	160539	159370	157625	156747	155895	154474	152497	151576	150469

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	12709010	12662531	12636239	12584794	12579421	12534886	12518237	12506648
TR	148829	146952	145523	143928	142901	140970	138948	136825



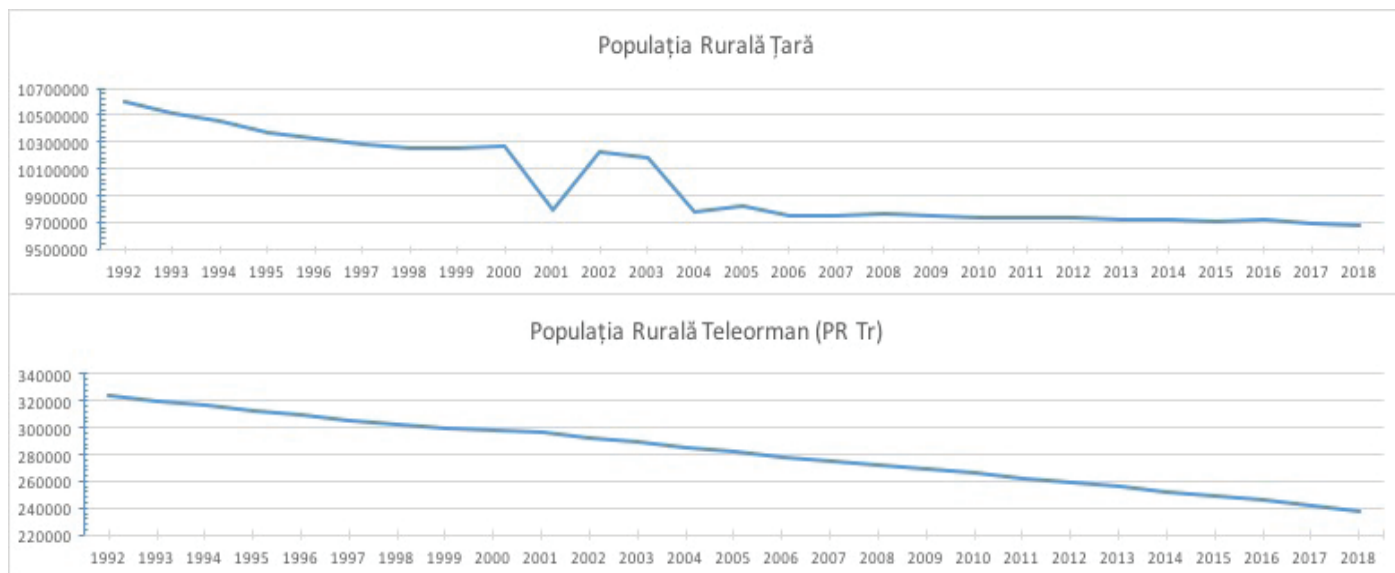
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Populația rurală jud Teleorman



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	10606053	10511456	10450436	10369840	10324001	10276833	10259922	10247258	10263862
TR	323924	319414	316213	312268	309508	305539	302913	300036	298839

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	9798841	10220224	10182644	9773341	9820952	9751805	9743693	9758152	9749431	9737074
TR	296138	292801	288988	285795	281928	278020	275269	272605	269356	266010

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	9732730	9739334	9723610	9714936	9706971	9712665	9695349	9670957
TR	262737	259761	256284	252594	249390	246285	242178	238062

Datele utilizate pentru determinarea populației după domiciliu provin din două tipuri de surse de date: 1. surse administrative Direcția pentru Evidența Persoanelor și Administrarea Bazelor de Date 2. surse statistice - rezultatele cercetărilor statistice exhaustive privind natalitatea și mortalitatea



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

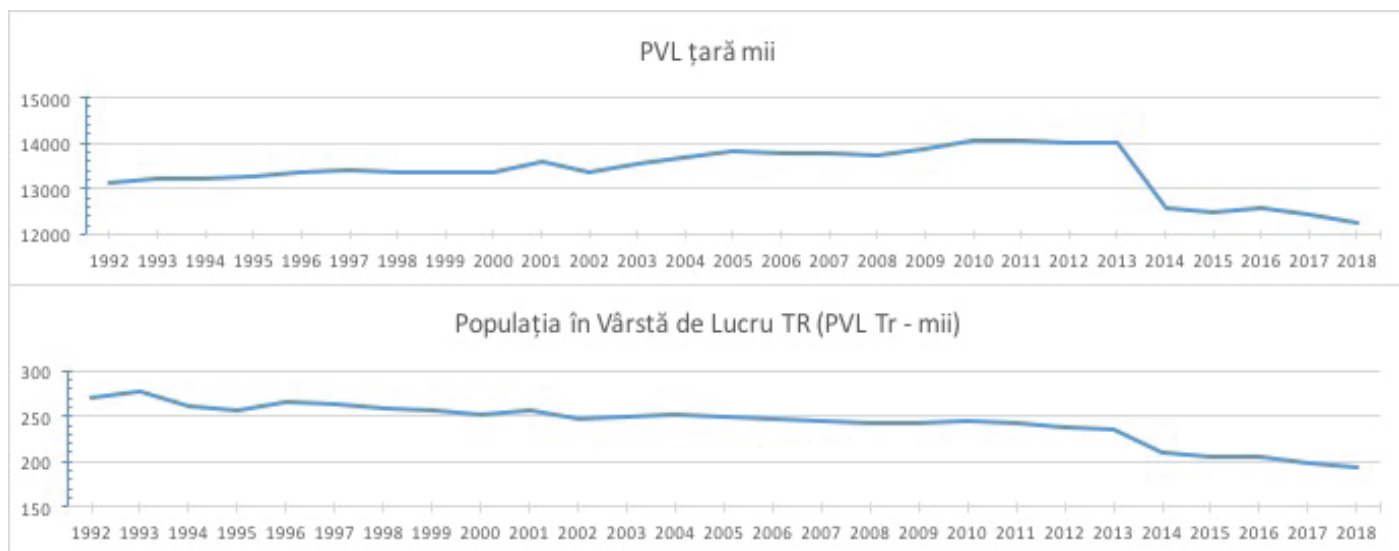


GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Populația în vârstă de lucru jud Teleorman – mii locuitori

Populația în vârstă de lucru reprezintă acea categorie de populație care dispune de ansamblul capacităților fizice și intelectuale care îi permit să desfășoare o muncă utilă în una din activitățile economiei naționale. Vârstele de muncă sunt: Pentru perioada 1990 - 2000: 16- 54 ani pentru femei, respectiv 16- 59 ani pentru bărbați; Pentru perioada 2001 - 2009: 16- 57 ani pentru femei, respectiv 16- 62 ani pentru bărbați; 2010: 16-58 ani pentru femei și 16-63 ani pentru bărbați; 2011-2015: 16-59 ani pentru femei, respectiv 16-64 ani pentru bărbați; 2016: 16-60 ani pentru femei, respectiv 16-65 ani pentru bărbați.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	13136.7	13228.2	13236.5	13275.5	13376.3	13398.2	13343.3	13370.9	13358.4
TR	269.3	278.3	261.5	256	265.7	263.2	259.2	256.6	252.8

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	13615.5	13342.6	13544	13701.9	13816.9	13801.6	13772.7	13747.4	13875.9	14047.6
TR	255.5	248.2	249.5	251	249.9	246.9	243.7	241.3	242.5	244

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	14047.7	14033.7	13997.9	12597.7	12481.1	12562	12432.5	12238.9
TR	241.6	238.4	234.9	209.4	205.8	206.3	199.3	192.8



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

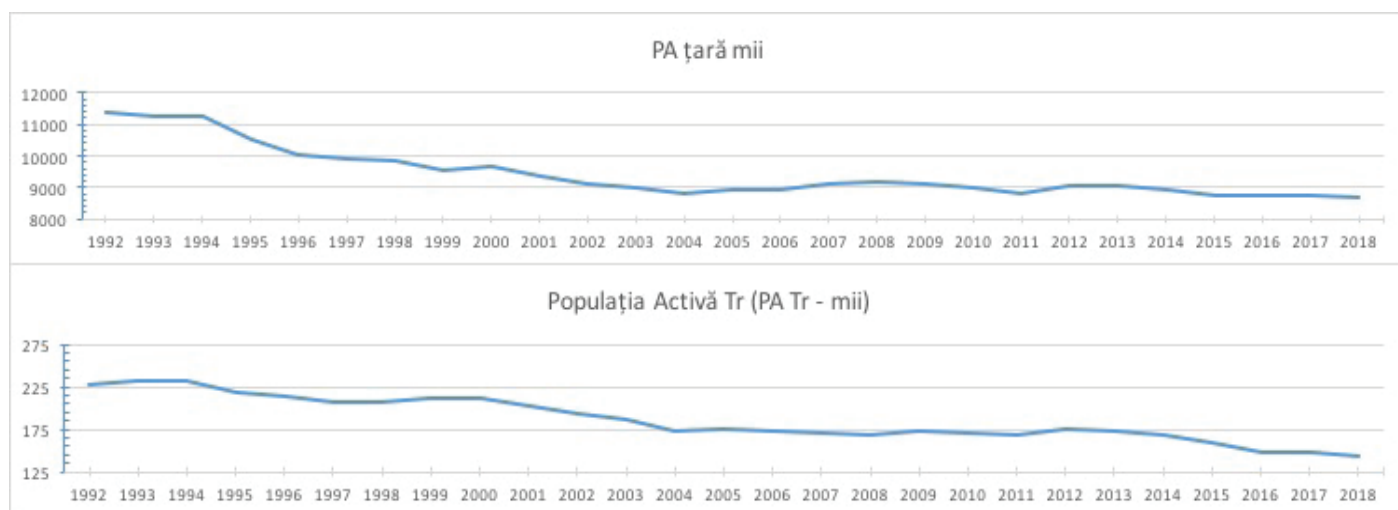


GOVERNUL ROMÂNIEI
GOVERNMENT OF ROMANIA



Populația activă jud Teleorman – mii locuitori

Populația activă civilă caracterizează oferta potențială de forță de muncă și gradul de ocupare a populației cuprinzând populația ocupată civilă și somerii înregistrați.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	11387	11226.7	11235.5	10491.4	10036.5	9904.1	9837.7	9549.9	9636.4
TR	227.3	231.9	232	217.2	212.6	207.8	206.7	212.1	211.5

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	9389.4	9089.6	8964.4	8796.2	8913.4	8929.8	9093.7	9150.4	9120.1	8998.3
TR	202.3	193.7	187.3	172.7	174.9	172	171.4	168.5	173.1	171.3

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	8826.5	9063.4	9042.9	8910	8776.8	8735.8	8717.9	8696.4
TR	167.8	175.1	173	169	159.2	148.7	147.3	143.6

ROMANIA - BULGARIA



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



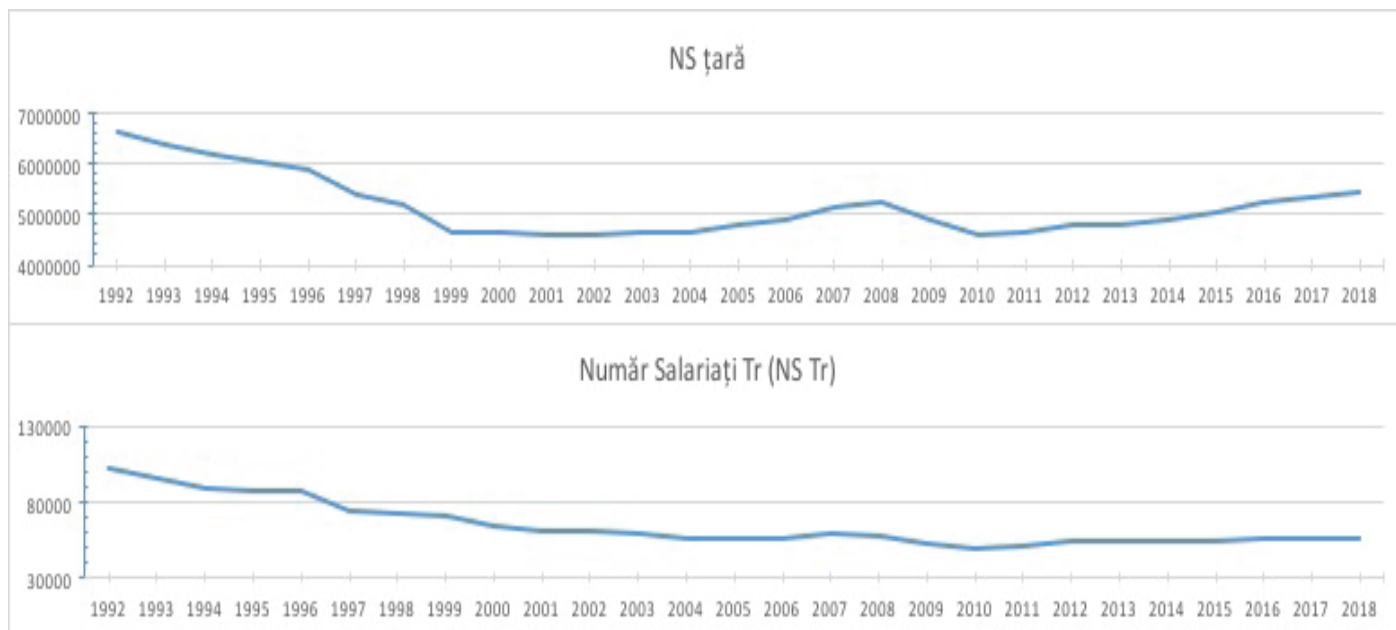
GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Număr salariați jud Teleorman



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	6627350	6385156	6200640	6047678	5893936	5399128	5181562	4658682	4646287
TR	101732	96018	89328	87434	87034	74808	73003	71011	64837

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	4613051	4614720	4655000	4652704	4790431	4910088	5162967	5232694	4879480	4580989
TR	61047	60803	58746	55910	55521	56542	58669	57414	53562	49740

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	4660461	4777152	4801104	4900684	5041186	5223767	5362346	5426272
TR	50798	53746	53752	54637	54734	56030	56792	56476



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

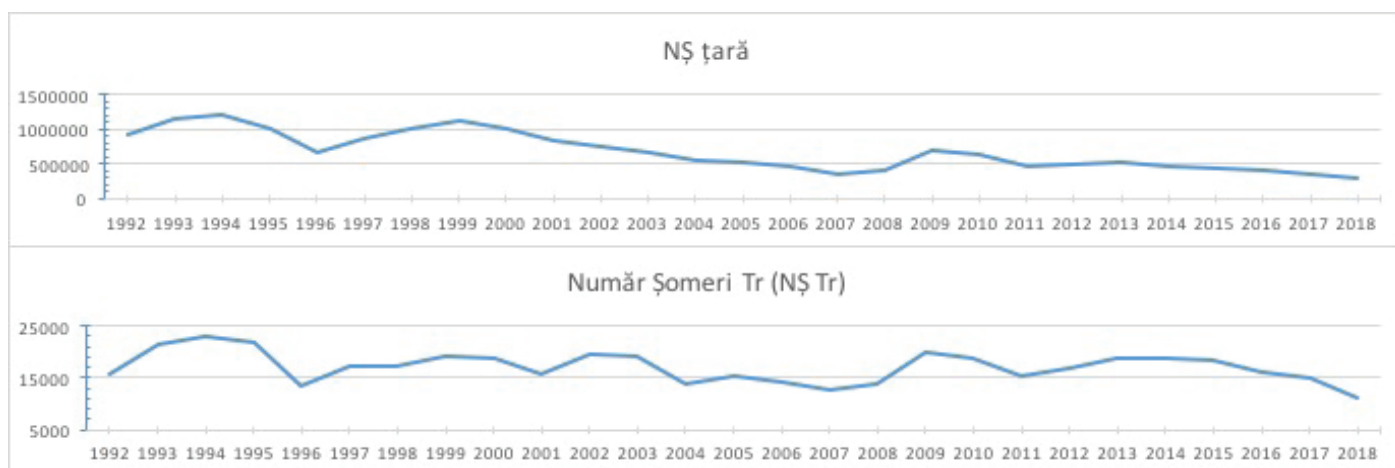


GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Număr șomeri jud Teleorman

Șomer înregistrat este persoana care indeplinește cumulativ următoarele condiții: a) este în căutarea unui loc de muncă de la vârsta de minimum 16 ani și până la îndeplinirea condițiilor de pensionare; b) starea de sănătate și capacitățile fizice și psihice o fac aptă pentru prestarea unei munci; c) nu are loc de muncă, nu realizează venituri sau realizează din activități autorizate potrivit legii, venituri mai mici decât valoarea indicatorului social de referință al asigurărilor pentru somaj și stimulării ocupării forței de muncă, în vigoare; d) este disponibilă să înceapă lucrul în perioada imediat următoare dacă s-ar găsi un loc de muncă; e) este înregistrată la Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	929019	1164705	1223925	998432	657564	881435	1025056	1130296	1007131
TR	15653	21594	23128	21695	13534	17122	17318	19297	18964

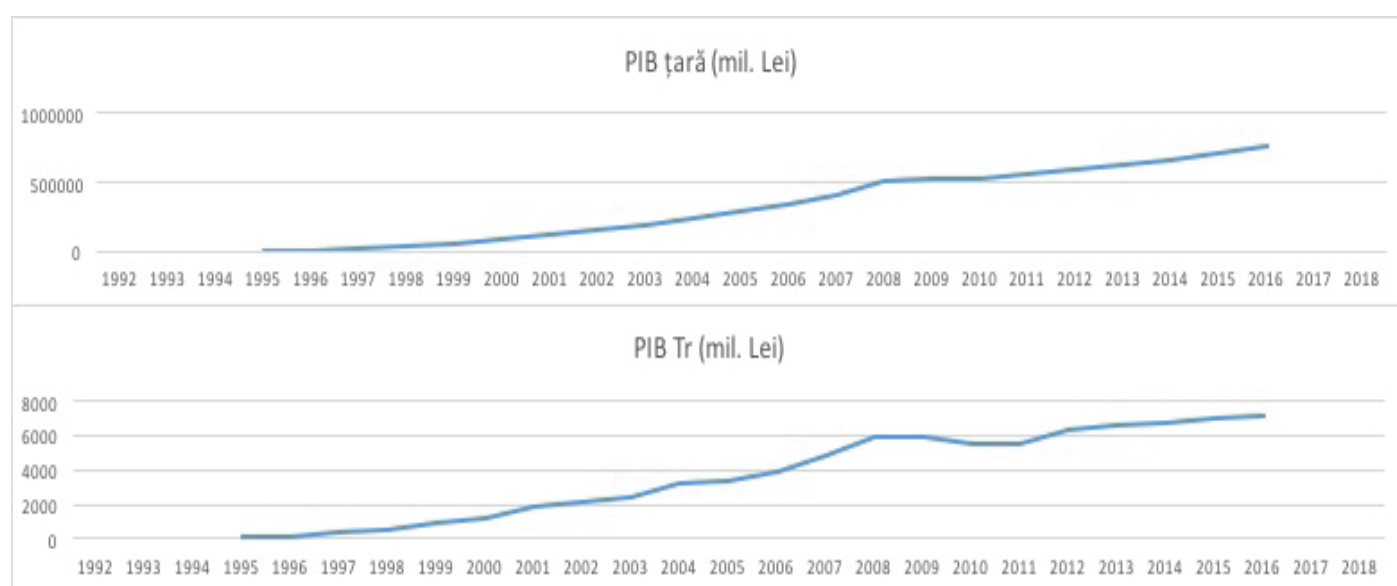
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	826932	760623	658891	557892	522967	460495	367838	403441	709383	626960
TR	15611	19668	19343	13860	15504	14269	12552	13702	19976	18624

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Țară	461013	493775	512333	478338	436242	418237	351105	288896
TR	15197	16839	18664	18888	18535	15999	14893	11201



Produs intern brut (PIB) jud Teleorman – milioane lei

Produsul intern brut (PIB) este egal cu suma utilizarilor finale de bunuri si servicii ale unitatilor institutionale rezidente (consumul final efectiv, formarea bruta de capital fix) plus exporturile minus importurile de bunuri si servicii.



	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Țară	7648.9	11384.2	25529.8	37055.1	55191.4	80984.6
TR	130.7	189.4	445	557.9	908.6	1141.4

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Țară	117945.8	152017	197427.6	247368	288954.6	344650.6	416006.8	514700	530894.4	528247
TR	1850.2	2080.5	2450.2	3212.1	3402.1	3847	4796.4	5933.5	5963.3	5551.9

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Țară	559244.8	593742.9	635459.4	668590.1	712587.8	765135.4
TR	5481.9	6312.1	6646.6	6721.7	7047.1	7084.3



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



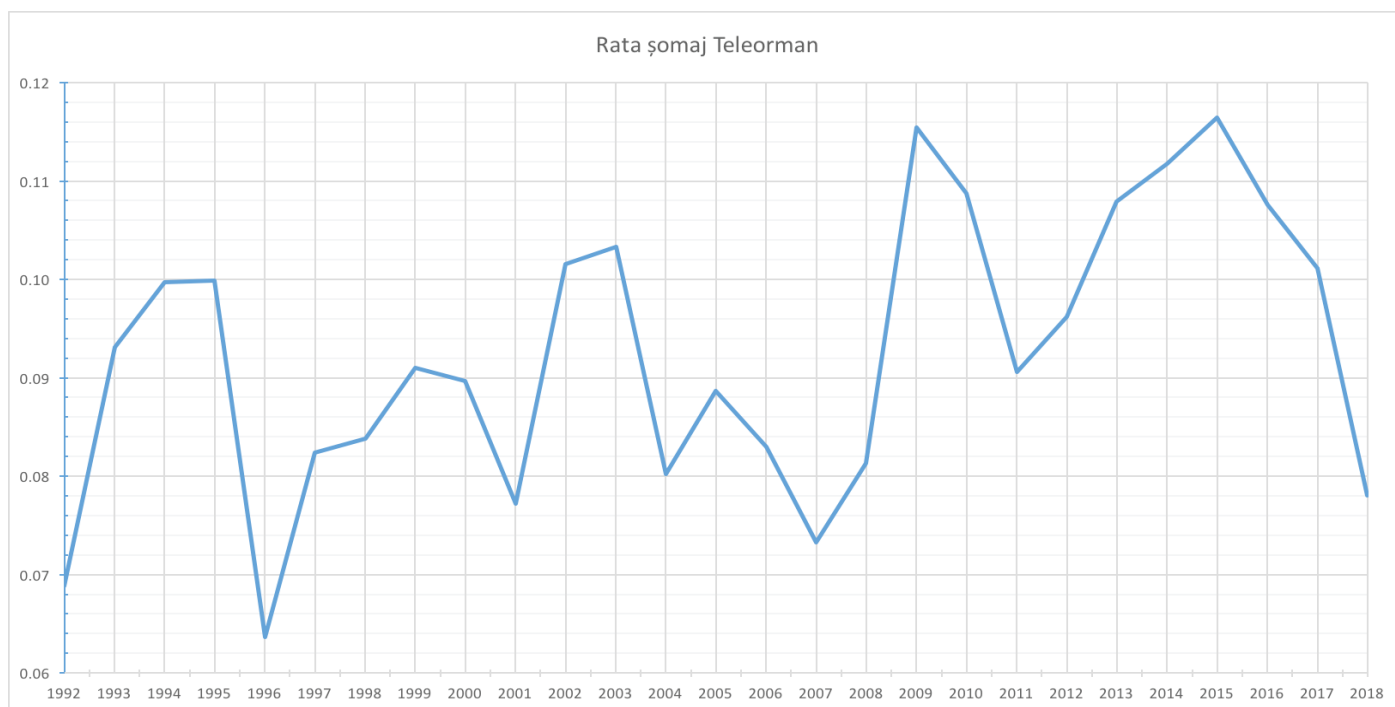
GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Rata șomaj jud Teleorman



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	0.07	0.09	0.10	0.10	0.06	0.08	0.08	0.09	0.09

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	0.08	0.10	0.10	0.08	0.09	0.08	0.07	0.08	0.12	0.11

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	0.09	0.10	0.11	0.11	0.12	0.11	0.10	0.08



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



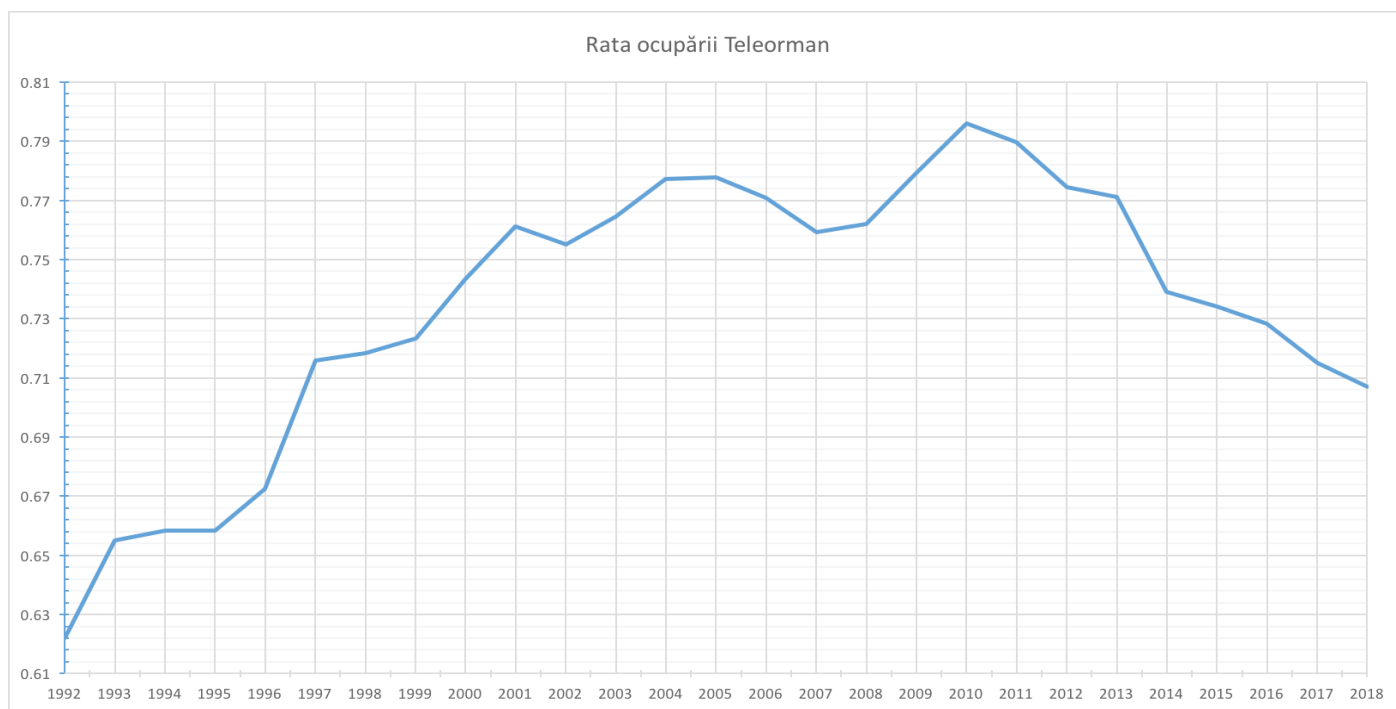
GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Rata ocupării jud Teleorman



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	0.62	0.65	0.66	0.66	0.67	0.72	0.72	0.72	0.74

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	0.76	0.76	0.76	0.78	0.78	0.77	0.76	0.76	0.78	0.80

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	0.79	0.77	0.77	0.74	0.73	0.73	0.72	0.71



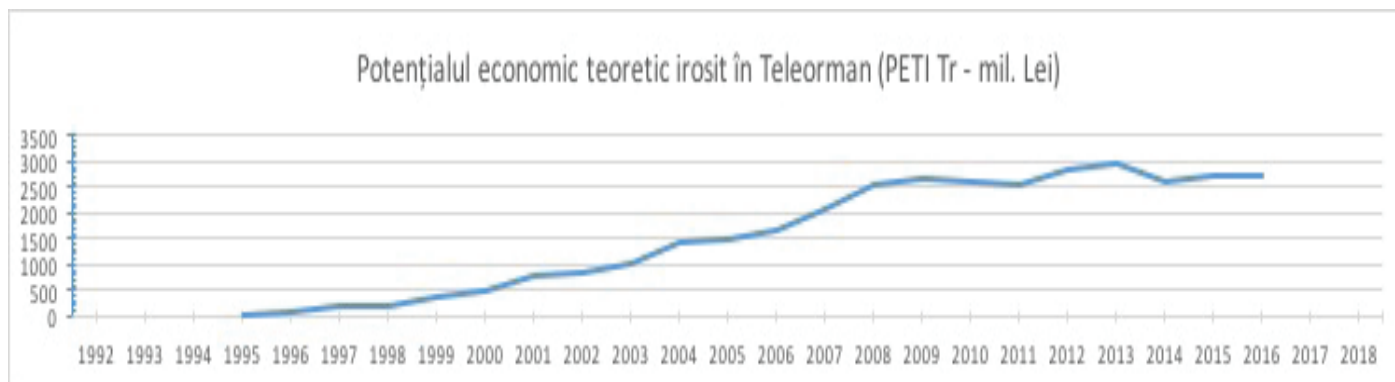
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Potențialul economic teoretic irosit jud Teleorman – milioane lei



	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	45.9	71.1	177.7	221.8	363.0	464.5

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	785.2	860.0	1042.4	1413.2	1507.5	1687.7	2065.1	2566.6	2676.7	2589.6

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Teleorman	2541.4	2865.8	2996.5	2623.5	2713.7	2749.0





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

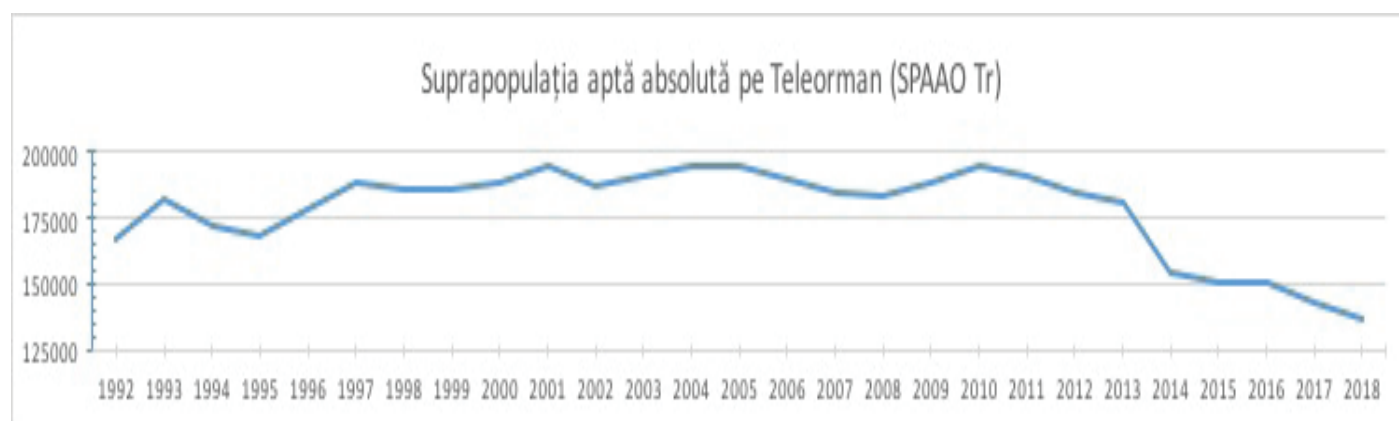


GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Suprapopulația aptă absolută jud Teleorman

Suprapopulația aptă absolută este dată de diferența dintre populația în vârstă de lucru și numărul de salariați.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	167568	182282	172172	168566	178666	188392	186197	185589	187963

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	194453	187397	190754	195090	194379	190358	185031	183886	188938	194260

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	190802	184654	181148	154763	151066	150270	142508	136324



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Emigrația din județele Teleorman și Giurgiu în perioada 1992 - 2018

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	20	22	6	37	35	36	24	53	52
Giurgiu	34	29	27	37	73	61	42	68	102

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	24	16	25	15	17	27	21	15	22	28
Giurgiu	58	15	27	44	42	64	36	60	47	65

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	65	82	122	92	108	143	159	210
Giurgiu	191	304	328	229	266	403	379	450



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Elemente de analiză statistică

Statistica integrată mun. Roșiori de Vede (1992-2018)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Populația Totală Teleorman	491222	487330	483985	479907	476128	471761	468389	464516	461903
Populația Urbană TR	167298	167916	167772	167639	166620	166222	165476	164480	163064
Populația Roșiori de Vede	39203	39232	39095	38963	38669	38573	38403	38206	38031
PVL Teleorman (mii)	269.3	278.3	261.5	256	265.7	263.2	259.2	256.6	252.8
PVL Roșiori de Vede (mii)	26.7	27.1	27.4	27.5	27.6	27.8	28.0	28.0	28.1
PA Teleorman (mii)	227.3	231.9	232	217.2	212.6	207.8	206.7	212.1	211.5
PA Roșiori de Vede (mii)									
Număr Salariați Tr (NS Tr)	101732	96018	89328	87434	87034	74808	73003	71011	64837
NS Roșiori de Vede	19436	17206	15948	15221	15853	14370	13505	13643	12452
Număr Șomeri Tr (NȘ Tr)	15653	21594	23128	21695	13534	17122	17318	19297	18964
NȘ Roșiori de Vede									
PIB Tr (mil. Lei)				130.7	189.4	445	557.9	908.6	1141.4
PIB Roșiori de Vede (mil. Lei)				10.6	15.4	36.4	45.7	74.7	94.0
Rata șomaj Teleorman	0.07	0.09	0.10	0.10	0.06	0.08	0.08	0.09	0.09
Rata șomaj Roșiori de Vede									
Rata ocupare Teleorman	0.62	0.65	0.66	0.66	0.67	0.72	0.72	0.72	0.74
Rata ocupare Roșiori de Vede	0.27	0.37	0.42	0.45	0.43	0.48	0.52	0.51	0.56
SPAAO Tr	167568	182282	172172	168566	178666	188392	186197	185589	187963
SPAAO Roșiori de Vede	7264	9894	11452	12279	11747	13430	14495	14357	15648



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



PETI Tr (mil. Lei)				45.9	71.1	177.7	221.8	363.0	464.5
PETI Roșiori de Vede				3.3	4.7	12.7	17.3	28.1	38.7

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Populația Totală Teleorman	458171	453340	448358	443420	438675	433915	429743	425102	420932	416479
Populația Urbană Teleorman	162033	160539	159370	157625	156747	155895	154474	152497	151576	150469
Populația Roșiori de Vede	37819	37403	37206	36709	36415	36184	35765	35221	35000	34705
PVL Teleorman (mii)	255.5	248.2	249.5	251	249.9	246.9	243.7	241.3	242.5	244
PVL Roșiori de Vede (mii)	28.2	28.1	28.3	28.0	28.0	27.9	27.4	27.0	26.7	26.5
PA Teleorman (mii)	202.3	193.7	187.3	172.7	174.9	172	171.4	168.5	173.1	171.3
PA Roșiori de Vede (mii)										8.4
Număr Salariați Tr (NS Tr)	61047	60803	58746	55910	55521	56542	58669	57414	53562	49740
NS Roșiori de Vede	11399	11071	10666	10429	9656	8789	10035	9950	8244	7434
Număr Șomeri Tr (NȘ Tr)	15611	19668	19343	13860	15504	14269	12552	13702	19976	18624
NȘ Roșiori de Vede										957
PIB Tr (mil. Lei)	1850.2	2080.5	2450.2	3212.1	3402.1	3847	4796.4	5933.5	5963.3	5551.9
PIB Roșiori de Vede (mil. Lei)	152.7	171.7	203.3	265.9	282.4	320.8	399.2	491.6	495.8	462.6
Rata șomaj Teleorman	0.08	0.10	0.10	0.08	0.09	0.08	0.07	0.08	0.12	0.11
Rata șomaj Roșiori de Vede										0.11
Rata ocupare Teleorman	0.76	0.76	0.76	0.78	0.78	0.77	0.76	0.76	0.78	0.80
Rata ocupare Roșiori de Vede	0.60	0.61	0.62	0.63	0.66	0.68	0.63	0.63	0.69	0.72
SPAAO Tr	194453	187397	190754	195090	194379	190358	185031	183886	188938	194260
SPAAO Roșiori de Vede	16801	17029	17634	17571	18344	19111	17365	17050	18456	19066

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



PETI Tr (mil. Lei)	785.2	860.0	1042.4	1413.2	1507.5	1687.7	2065.1	2566.6	2676.7	2589.6
PETI Roşiori de Vede	67.8	78.2	96.4	127.3	142.3	169.4	193.8	238.0	261.5	254.2

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Populația Totală Teleorman	411566	406713	401807	396522	392291	387255	381126	374887
Populația Urbană Teleorman	148829	146952	145523	143928	142901	140970	138948	136825
Populația Roşiori de Vede	34363	33845	33521	33104	32859	32414	31850	31402
PVL Teleorman (mii)	241.6	238.4	234.9	209.4	205.8	206.3	199.3	192.8
PVL Roşiori de Vede (mii)	26.1	25.7	25.5	25.1	25.0	24.6	24.1	23.6
PA Teleorman (mii)	167.8	175.1	173	169	159.2	148.7	147.3	143.6
PA Roşiori de Vede (mii)	7.8	8.0	8.1	8.2	8.1	7.2	7.0	7.0
Număr Salariați Tr (NS Tr)	50798	53746	53752	54637	54734	56030	56792	56476
NS Roşiori de Vede	7093	7314	7418	7475	7460	6568	6347	6478
Număr Șomeri Tr (NȘ Tr)	15197	16839	18664	18888	18535	15999	14893	11201
NȘ Roşiori de Vede	712	671	725	738	656	649	603	527
PIB Tr (mil. Lei)	5481.9	6312.1	6646.6	6721.7	7047.1	7084.3		
PIB Roşiori de Vede (mil. Lei)	457.7	525.3	554.5	561.2	590.3	593.0		
Rata șomaj Teleorman	0.09	0.10	0.11	0.11	0.12	0.11	0.10	0.08
Rata șomaj Roşiori de Vede	0.09	0.08	0.09	0.09	0.08	0.09	0.09	0.08
Rata ocupare Teleorman	0.79	0.77	0.77	0.74	0.73	0.73	0.72	0.71
Rata ocupare Roşiori de Vede	0.73	0.72	0.71	0.70	0.70	0.73	0.74	0.73
SPAAO Tr	190802	184654	181148	154763	151066	150270	142508	136324
SPAAO Roşiori de Vede	19007	18386	18082	17625	17540	18032	17753	17122
PETI Tr (mil. Lei)	2541.4	2865.8	2996.5	2623.5	2713.7	2749.0		
PETI Roşiori de Vede	253.2	285.3	299.1	298.8	315.1	329.9		



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

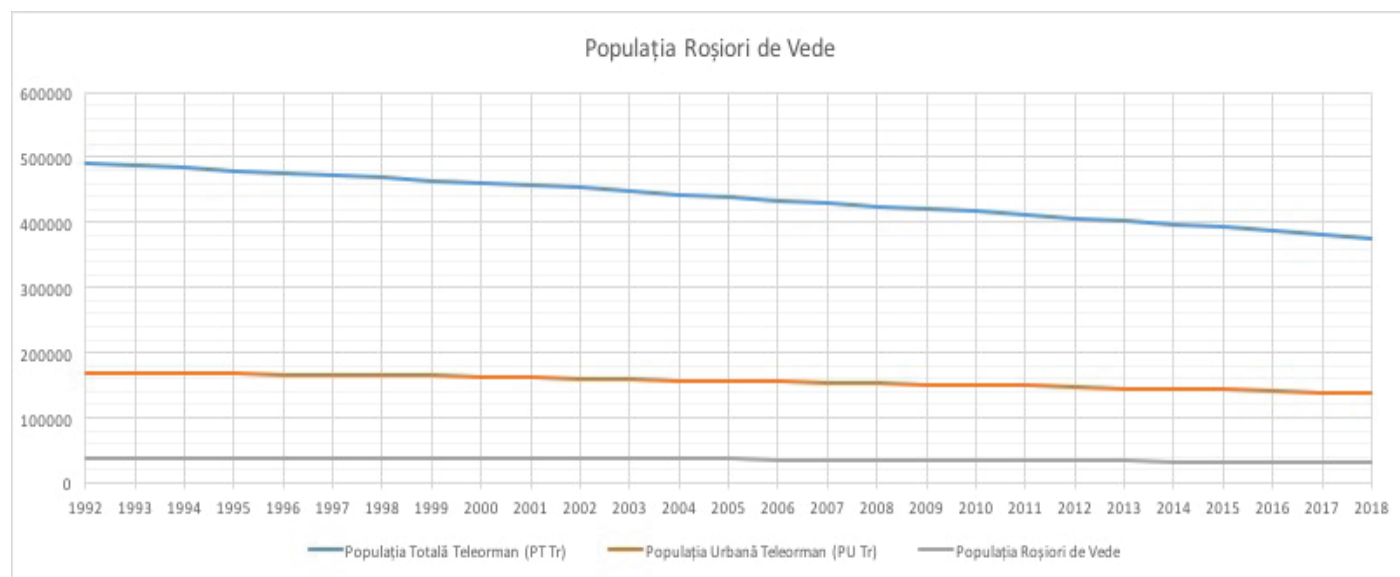


GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Populația municipiului Roșiori de Vede

Populația reprezintă numărul persoanelor cu cetățenie română și domiciliu pe teritoriul municipiului. Domiciliul persoanei este adresa la care aceasta declară că are locuința principală, trecută în actul de identitate (CI, BI), așa cum este luată în evidență organelor administrative ale statului



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	491222	487330	483985	479907	476128	471761	468389	464516	461903
Urban TR	167298	167916	167772	167639	166620	166222	165476	164480	163064
Roșiori de Vede	39203	39232	39095	38963	38669	38573	38403	38206	38031

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	458171	453340	448358	443420	438675	433915	429743	425102	420932	416479
Urban TR	162033	160539	159370	157625	156747	155895	154474	152497	151576	150469
Roșiori de Vede	37819	37403	37206	36709	36415	36184	35765	35221	35000	34705

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	411566	406713	401807	396522	392291	387255	381126	374887
Urban TR	148829	146952	145523	143928	142901	140970	138948	136825
Roșiori de Vede	34363	33845	33521	33104	32859	32414	31850	31402

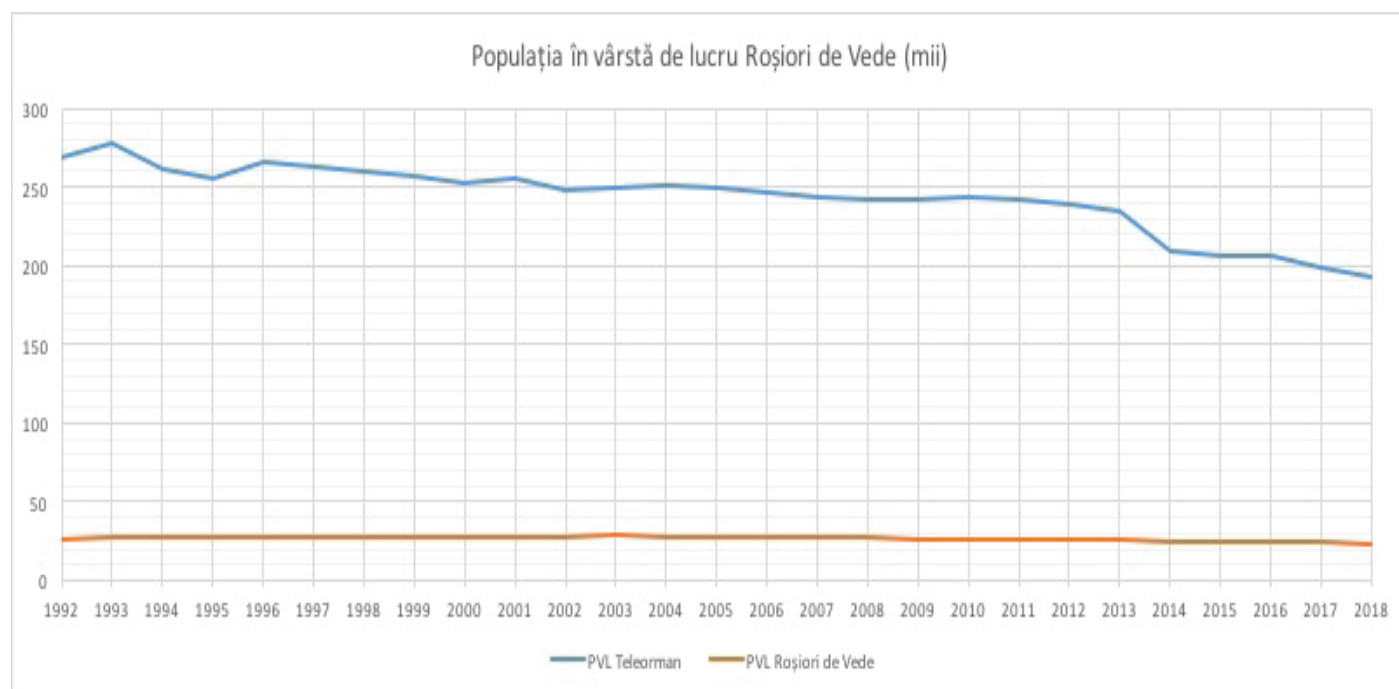
ROMANIA - BULGARIA





Populația în vârstă de lucru mun Roșiori de Vede – mii locuitori

Populația în vârstă de lucru reprezintă acea categorie de populație care dispune de ansamblul capacităților fizice și intelectuale care îi permit să desfășoare o muncă utilă în una din activitățile economiei naționale. Vârstele de muncă sunt: Pentru perioada 1990 - 2000: 16- 54 ani pentru femei, respectiv 16- 59 ani pentru bărbați; Pentru perioada 2001 - 2009: 16- 57 ani pentru femei, respectiv 16- 62 ani pentru bărbați; 2010: 16-58 ani pentru femei și 16-63 ani pentru bărbați; 2011-2015: 16-59 ani pentru femei, respectiv 16-64 ani pentru bărbați; 2016: 16-60 ani pentru femei, respectiv 16-65 ani pentru bărbați.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	269.3	278.3	261.5	256	265.7	263.2	259.2	256.6	252.8
Roșiori de Vede	26.7	27.1	27.4	27.5	27.6	27.8	28.0	28.0	28.1

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	255.5	248.2	249.5	251	249.9	246.9	243.7	241.3	242.5	244
Roșiori de Vede	28.2	28.1	28.3	28.0	28.0	27.9	27.4	27.0	26.7	26.5

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	241.6	238.4	234.9	209.4	205.8	206.3	199.3	192.8
Roșiori de Vede	26.1	25.7	25.5	25.1	25.0	24.6	24.1	23.6



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

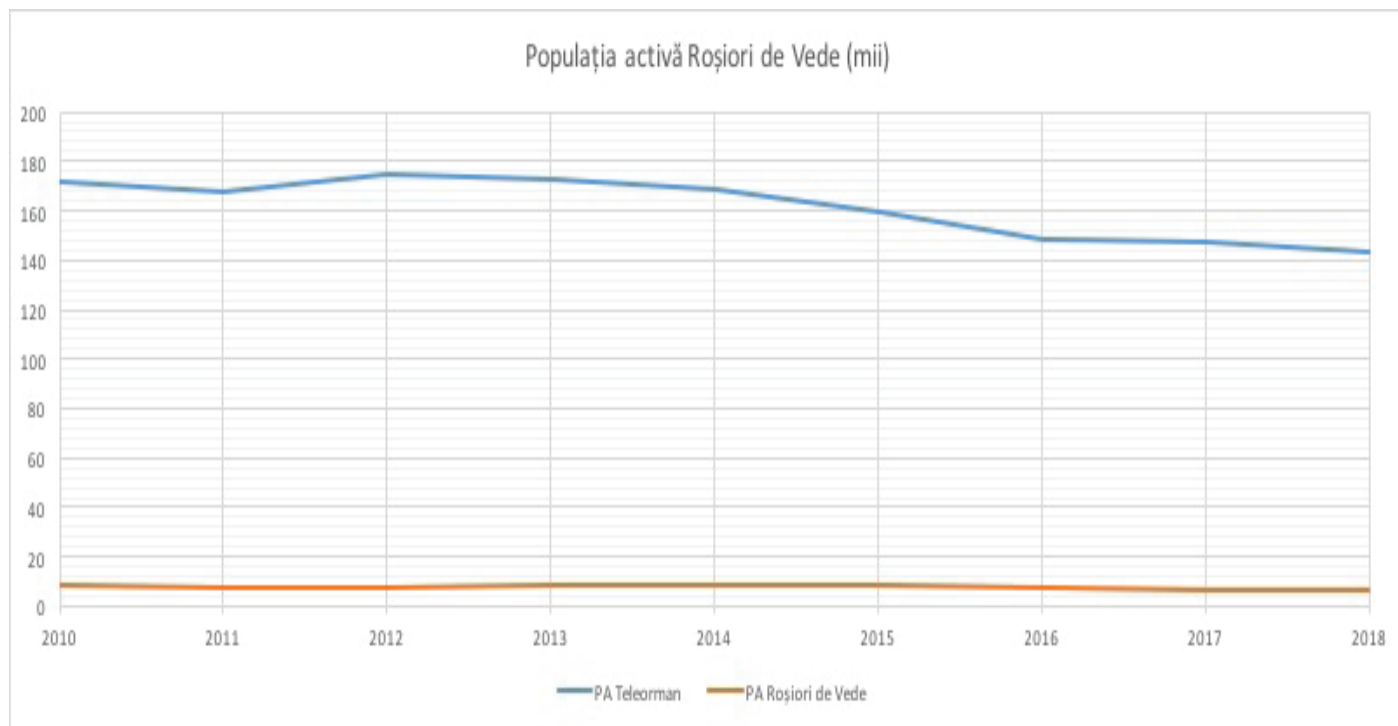


GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Populația activă mun Roșiori de Vede – mii locuitori

Populația activă civilă caracterizează oferta potențială de forță de muncă și gradul de ocupare a populației cuprinzând populația ocupată civilă și șomerii înregistrați.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	227.3	231.9	232	217.2	212.6	207.8	206.7	212.1	211.5
Roșiori de Vede									

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	202.3	193.7	187.3	172.7	174.9	172	171.4	168.5	173.1	171.3
Roșiori de Vede										8.4

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	167.8	175.1	173	169	159.2	148.7	147.3	143.6
Roșiori de Vede	7.8	8.0	8.1	8.2	8.1	7.2	7.0	7.0

Datele au fost approximate prin însumarea numărului de salariați și a numărului de șomeri înregistrați oficial. Acesta din urmă a fost disponibil numai pentru perioada 2010 – 2018.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



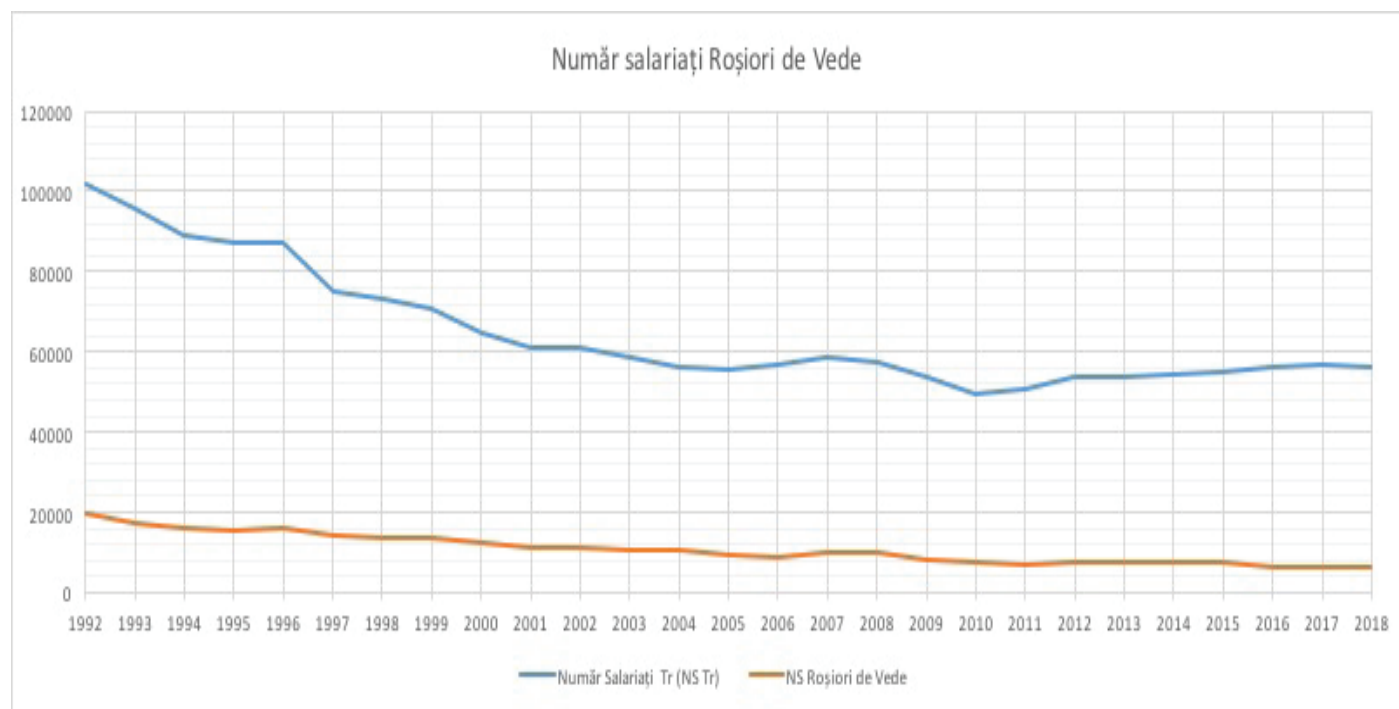
GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Număr salariați mun Roșiori de Vede



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	101732	96018	89328	87434	87034	74808	73003	71011	64837
Roșiori de Vede	19436	17206	15948	15221	15853	14370	13505	13643	12452

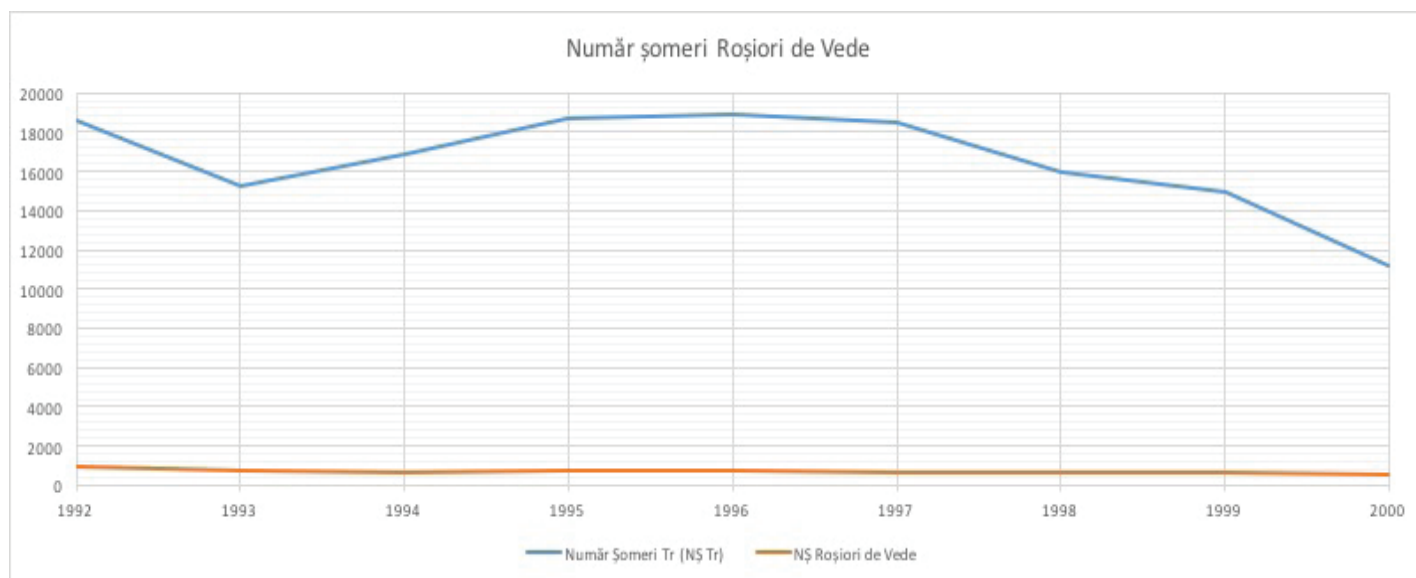
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	61047	60803	58746	55910	55521	56542	58669	57414	53562	49740
Roșiori de Vede	11399	11071	10666	10429	9656	8789	10035	9950	8244	7434

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	50798	53746	53752	54637	54734	56030	56792	56476
Roșiori de Vede	7093	7314	7418	7475	7460	6568	6347	6478



Număr șomeri mun Roșiori de Vede

Șomer înregistrat este persoana care îndeplinește cumulativ următoarele condiții: a) este în căutarea unui loc de muncă de la vârsta de minimum 16 ani și până la îndeplinirea condițiilor de pensionare; b) starea de sănătate și capacitățile fizice și psihice o fac aptă pentru prestarea unei munci; c) nu are loc de muncă, nu realizează venituri sau realizează din activități autorizate potrivit legii, venituri mai mici decât valoarea indicatorului social de referință al asigurărilor pentru somaj și stimulării ocupării forței de muncă, în vigoare; d) este disponibilă să înceapă lucrul în perioada imediat următoare dacă s-ar găsi un loc de muncă; e) este înregistrată la Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă. Persoanele înregistrate ca șomeri la agențiile pentru ocuparea forței de muncă și care se încadrează în muncă, potrivit legii, într-o localitate situată la o distanță mai mare de 15 km de localitatea în care își au domiciliul sau reședința, pot beneficia de o primă de încadrare, neimpozabilă pe o perioadă de 12 luni.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	15653	21594	23128	21695	13534	17122	17318	19297	18964
Roșiori de Vede									

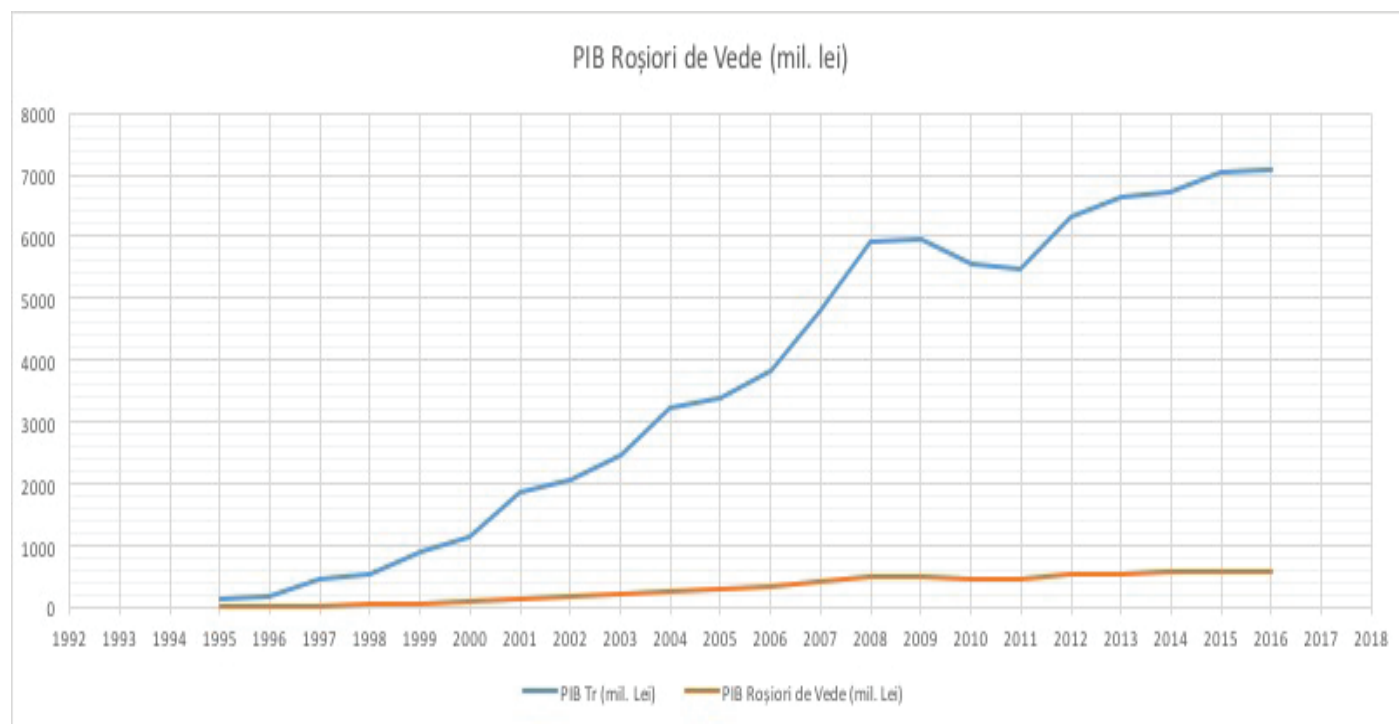
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	15611	19668	19343	13860	15504	14269	12552	13702	19976	18624
Roșiori de Vede										957

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	15197	16839	18664	18888	18535	15999	14893	11201
Roșiori de Vede	712	671	725	738	656	649	603	527



Produs intern brut (PIB) mun Roșiori de Vede – milioane lei

Produsul intern brut (PIB) este egal cu suma utilizărilor finale de bunuri și servicii ale unităților instituționale rezidente (consumul final efectiv, formarea bruta de capital fix) plus exporturile minus importurile de bunuri și servicii.



	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	130.7	189.4	445	557.9	908.6	1141.4
Roșiori de Vede	10.6	15.4	36.4	45.7	74.7	94.0

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	1850.2	2080.5	2450.2	3212.1	3402.1	3847	4796.4	5933.5	5963.3	5551.9
Roșiori de Vede	152.7	171.7	203.3	265.9	282.4	320.8	399.2	491.6	495.8	462.6

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Teleorman	5481.9	6312.1	6646.6	6721.7	7047.1	7084.3
Roșiori de Vede	457.7	525.3	554.5	561.2	590.3	593.0

PIB-ul a fost calculat proporțional cu numărul locuitorilor municipiului, raportat la PIB-ul județului, neavând la dispoziție date oficiale de la Direcția județeană de statistică.



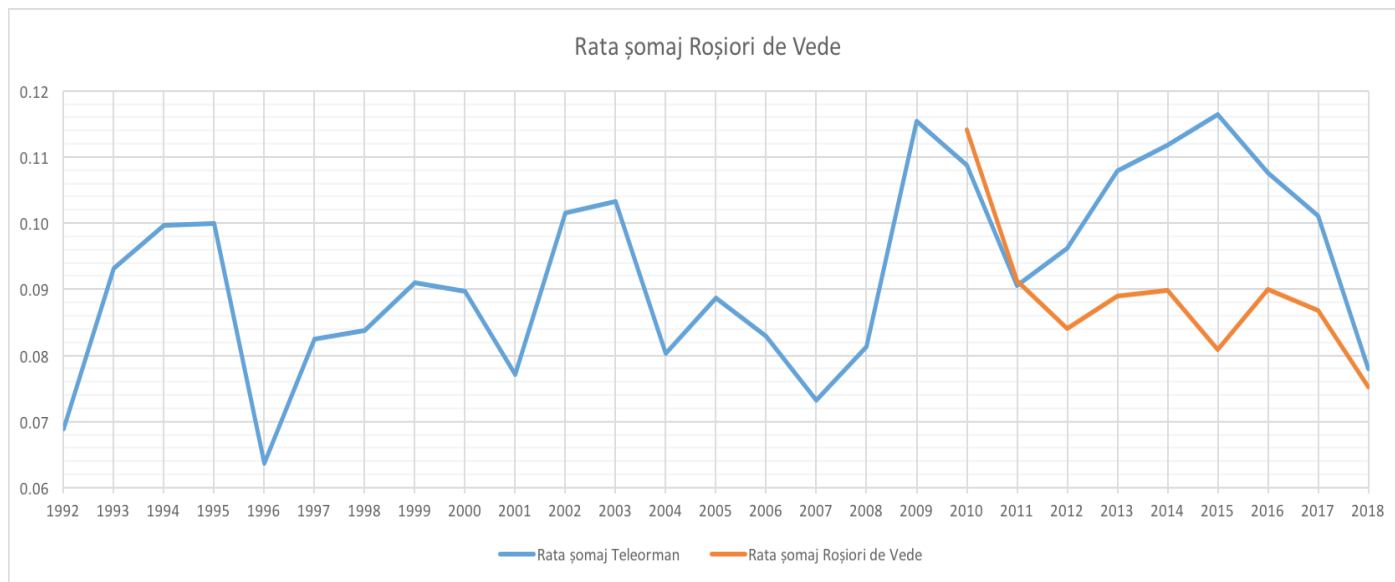
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Rata șomaj mun. Roșiori de Vede



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	0.07	0.09	0.10	0.10	0.06	0.08	0.08	0.09	0.09
Roșiori de Vede									

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	0.08	0.10	0.10	0.08	0.09	0.08	0.07	0.08	0.12	0.11
Roșiori de Vede										0.11

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	0.09	0.10	0.11	0.11	0.12	0.11	0.10	0.08
Roșiori de Vede	0.09	0.08	0.09	0.09	0.08	0.09	0.09	0.08



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



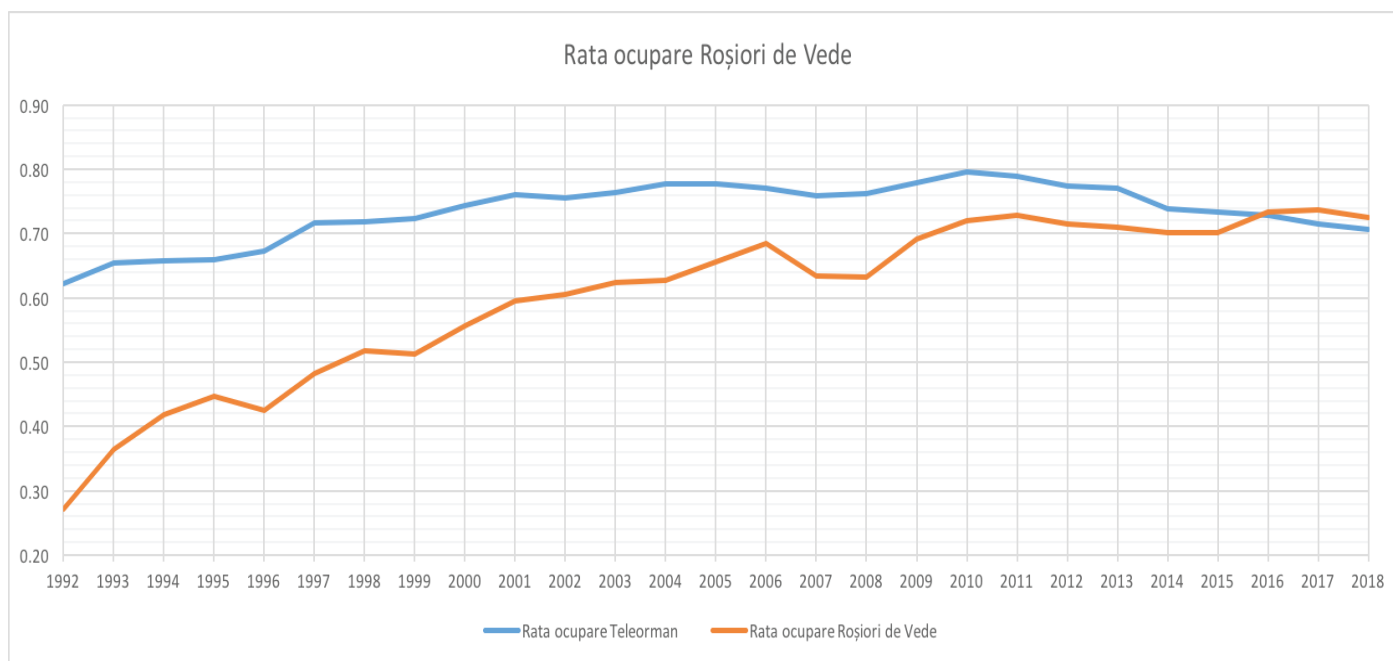
GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Rata ocupării mun. Roșiori de Vede



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	0.62	0.65	0.66	0.66	0.67	0.72	0.72	0.72	0.74
Roșiori de Vede	0.27	0.37	0.42	0.45	0.43	0.48	0.52	0.51	0.56

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	0.76	0.76	0.76	0.78	0.78	0.77	0.76	0.76	0.78	0.80
Roșiori de Vede	0.60	0.61	0.62	0.63	0.66	0.68	0.63	0.63	0.69	0.72

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	0.79	0.77	0.77	0.74	0.73	0.73	0.72	0.71
Roșiori de Vede	0.73	0.72	0.71	0.70	0.70	0.73	0.74	0.73



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

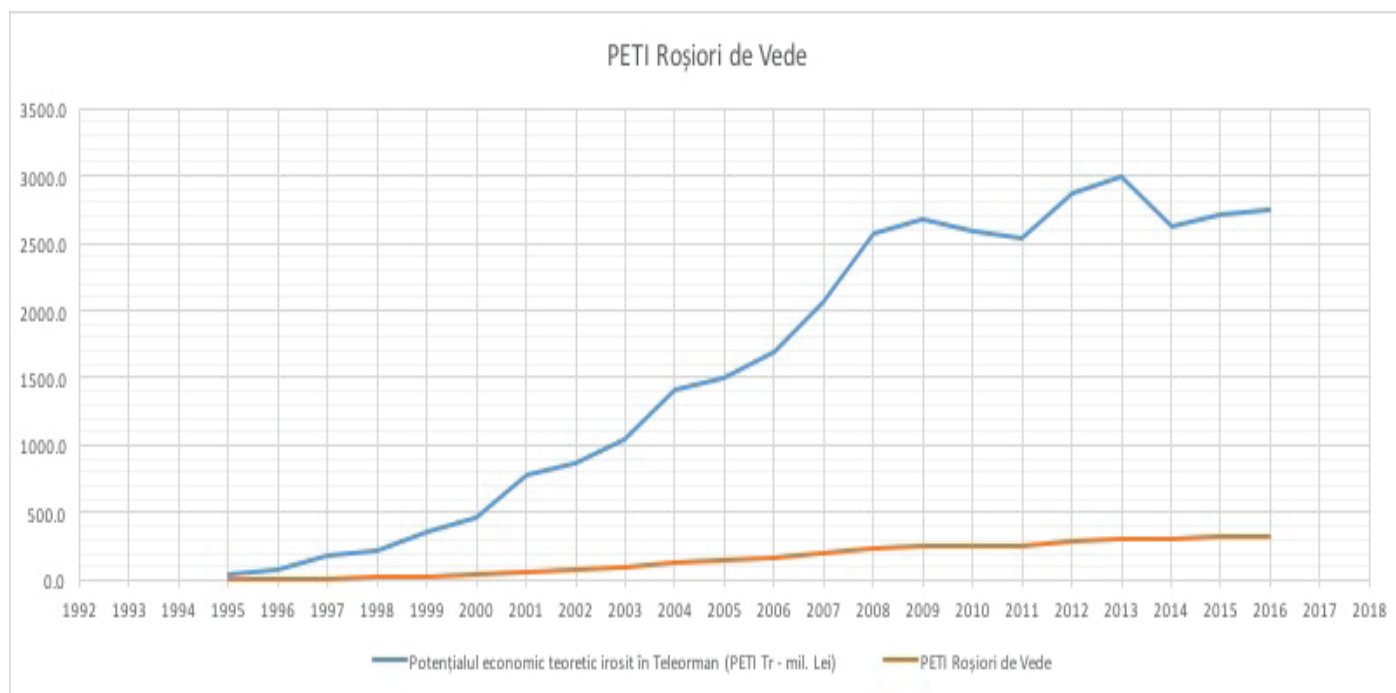


GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Potențialul economic teoretic irosit mun Roșiori de Vede – milioane lei

Potențialul economic teoretic irosit se calculează înmulțind valoare PIB-ul cu valoarea suprapopulației apte absolute.



	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	45.9	71.1	177.7	221.8	363.0	464.5
Roșiori de Vede	3.3	4.7	12.7	17.3	28.1	38.7

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	785.2	860.0	1042.4	1413.2	1507.5	1687.7	2065.1	2566.6	2676.7	2589.6
Roșiori de Vede	67.8	78.2	96.4	127.3	142.3	169.4	193.8	238.0	261.5	254.2

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Teleorman	2541.4	2865.8	2996.5	2623.5	2713.7	2749.0
Roșiori de Vede	253.2	285.3	299.1	298.8	315.1	329.9





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!

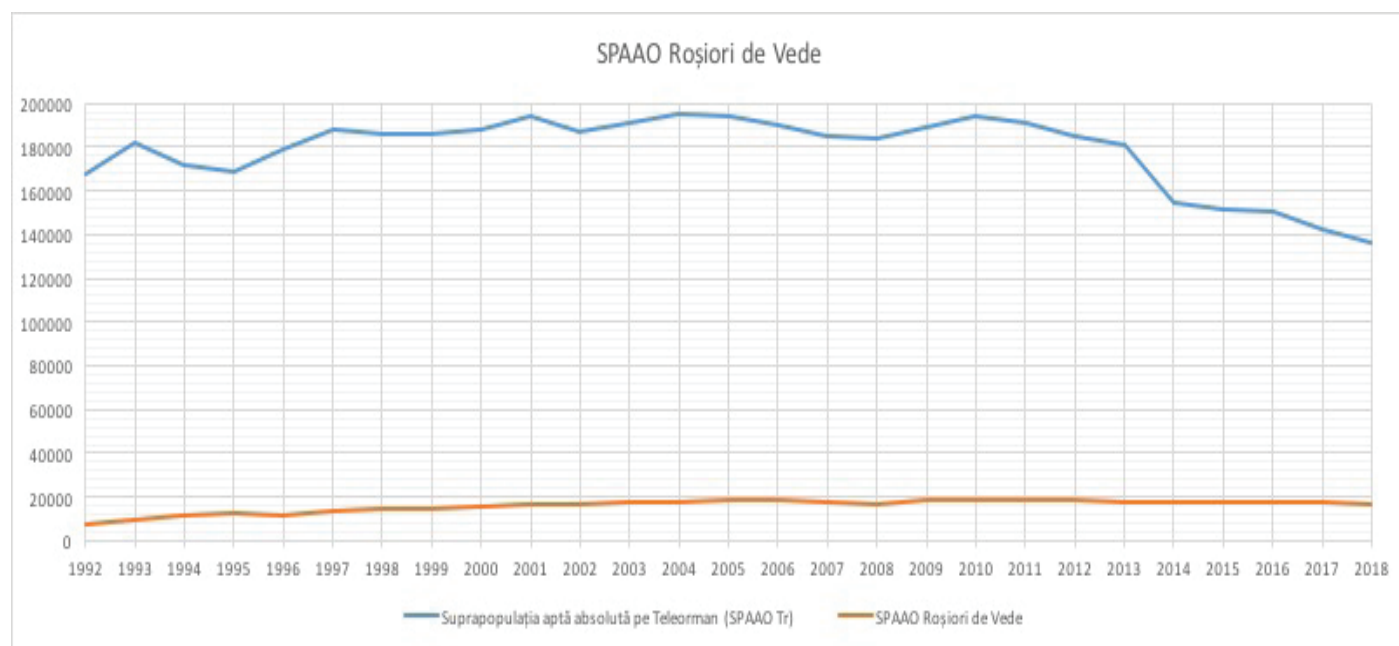


GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Suprapopulația aptă absolută mun Roșiori de Vede

Suprapopulația aptă absolută este dată de diferența dintre populația în vârstă de lucru și numărul de salariați.



	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Teleorman	167568	182282	172172	168566	178666	188392	186197	185589	187963
Roșiori de Vede	7264	9894	11452	12279	11747	13430	14495	14357	15648

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teleorman	194453	187397	190754	195090	194379	190358	185031	183886	188938	194260
Roșiori de Vede	16801	17029	17634	17571	18344	19111	17365	17050	18456	19066

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Teleorman	190802	184654	181148	154763	151066	150270	142508	136324
Roșiori de Vede	19007	18386	18082	17625	17540	18032	17753	17122



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Neocuparea (SPAA R.V/2018) = 17.122 persoane. Ea se află într-o evoluție descendentă în ultimii șapte ani, din 2012, cu 1.264 persoane, însă în condițiile în care populația totală a orașului a scăzut cu 2.443 persoane (de la 33.845 pers/2012 la 31.402 pers/2018) iar populația în vârstă de muncă a scăzut cu 2.100 persoane (de la 25.700 pers în 2012 la 23.600 persoane în 2018).



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Instrumentele antreprenoriale necesare

Introducere

Sigur că, în abordarea de ansamblu a problemei trebuie avute în vedere toate fațetele acesteia. În medicină, de pildă, sunt extreme de importante spitalele și farmaciile, însă și pacientul în sine trebuie luat în considerație. Se poate pune, în cazul nostru, problema analizei bolii, adică a neocupării, pentru a vedea, analiza problema, care problemă, apoi, este tratată într-un singur mod, prin crearea de noi locuri de muncă, iar principalul medicament care acționează aici se numește, generic, antreprenariat. După cum s-a văzut în analizele de la capitolele anterioare, problema este mult mai gravă decât pare la prima vedere, chiar și în statisticile oficiale, și este și foarte veche. Cunoscând deci problema, trebuie să proiectăm și soluția. Sigur că în societatea contemporană noțiunea de antreprenariat poate să aibă multe valențe. În ultimă instanță, și un șef de birou este necesar să fie un bun antreprenor în activitatea sa, la fel și un șef de spital, un director de administrație financiară, șef de echipă de salubritate, de detașament de pompieri. Și aici sunt angajați, salariați, oameni. Și aici trebuie angajate, organizate lucrurile în scopul dezvoltării creative a activității, a obținerii de rezultate etc. Însă contextul general, istoric, de evoluții economice, în primul rând, care generează ulterior și evoluții sociale, culturale, poate fi sintetizat prin continua evoluție a binomului inovație-antreprenariat. Practic, cineva, uneori chiar și antreprenorul, trebuie să descopere ceva, iar un alt personaj, antreprenorul, să creadă în această descoperire, inovație etc. Și să se angajeze la muncă, în lupta, activitatea de a o pune în practică. Deși poate părea că nu e ușor de acceptat, ideea aceasta este matricea de bază a evoluției omenirii. Tot timpul a fost nevoie de un antreprenor pentru ca un vizionar să-și pună în operă



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



SuperstarItalia 2010

display
INTERNATIONAL
THE INTERNATIONAL MAGAZINE FOR P.O.P.-MARKETING

1° posto

(Gruppo: CONSUMER PACKAGING)

Eurogama Invest srl

Committente

Alexandrion

Milano, 22 Ottobre 2010

display
INTERNATIONAL
display Verlags GmbH

N. Selzer

ROMANIA - BULGARIA

Interreg





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Superstar/ITALIA 2009

display
INTERNATIONAL

THE INTERNATIONAL MAGAZINE FOR P.O.P.-MARKETING

1. POSTO

(Gruppo: International/Categoria 1)

Eurogama Invest Srl

Committente:

Procter & Gambler

Milano, 6 novembre 2009


display
INTERNATIONAL

display Verlags GmbH
Jürgen F. Bethge

ROMANIA - BULGARIA

Interreg 



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



ideile, chiar dacă uneori acel antreprenor a reușit să fie chiar vizionarul inovativ.

În luna ianuarie 1990, imediat după Revoluție, întors din vacanță, în anul I al Facultății de Cibernetică Statistică și Informatică Economică de la ASE, eram eu foarte impresionat de schimbarea mea personală, de modul cum 10 minute de tv, *Fraților, am învins* mă făcuseră să trec, pe plan economico-științific, de la aprecieri de genul *Arbitrariul anarhic al producției de mărfuri*, de sorginte marxistă, la nevoia aproape imperioasă de a parcurge noul curs de economie politică de la o Universitate din Washington pe care profesorul N.N. Constantinescu, cel mai important profesor de economie marxistă, ni-l propusese, și mai mult decât atât, voiam să cunosc un capitalist, un patron, care în curând aveau să apară.

Am reușit să cunosc mai mulți, mă angajasem cu contract de colaborator la o fabrică-tipografie, și trebuia să merg pe la firme pentru a le vinde participarea într-un ghid comercial al Bucureștiului, pe care îl făceau.

În scurt timp, lucram (colaboram pe bază de comision din vânzări) la cinci firme și munceam, vindeam tipărituri, televiziune prin cablu, copiatoare Xerox, publicitate și mărfuri generale (televizoare Alfa de la Chișinău, marmură și granit din URSS, miere de albine și fructe pentru export, din jud. Vâlcea) și firește că-mi pusese demult, personal, problema de a-mi înființa o firmă proprie. Eram deci ferm orientat spre calea antreprenoriatului. Eram în anii II-III de facultate și singurele obstacole care-mi stăteau în cale erau de natură PSIHOLOGICĂ, 3 (trei):

1) – **ce să produc eu**, ca produse, servicii și care să nu mai fi fost făcute până acum.

2) – **de ce clienții să ia de la mine**, când până acum luau din altă parte. De ce ar cumpăra agende sau xeroxuri, cărți de vizită sau mape de birou de la firma mea și nu de la cea de la care cumpărau deja de 3 sau de 30 de ani (la firmele de stat), cu



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



care aveau deja contracte, colaborări, istoric etc.

3) – **cu ce bani să finanțez eu afacerea.**

Sunt două aspecte foarte importante aici:

1. Faptul că aceste probleme mă țineau efectiv în loc în drumul meu antreprenorial.

2. Faptul că erau probleme de ordin psihologic mai mult decât efectiv probleme de ordin pragmatic, antreprenorial etc.

Acest fapt, că niște gânduri, niște probleme de ordin emoțional, psiho-emoțional, mă împiedicau în avântul meu antreprenorial, mă țineau pe loc, reliefează, scot în evidență, natura reală a suportului, a structurii constitutive a ceea ce numim antreprenariat, antreprenor etc.

Atunci când cele 3 (trei) probleme mi s-au limpezit, mi s-au rezolvat, în cap, în minte, abia atunci elanul meu antreprenorial s-a dezlănțuit și, pornind cu un pager ca singur mijloc, activ coerent, tangibil, al firmei pe care am constituit-o, din 1993, am reușit să fac până în 2010, pe parcursul deci a aproape 20 de ani, o companie cu peste 1.200 (o mie două sute) de angajați, în industria prelucrării și producției de hârtie și cartoane, tipografie, care doi ani consecutiv a fost declarată de Revita Display din Germania, la Târgul Internațional FESPA de la Milano, drept cea mai bună tipografie (din lume!!!!) pe 2 (două) domenii diferite - producția de ambalaje și producția publicitară (pe locul 2 a fost de fiecare data cea mai bună tipografie din Japonia)

Cum (mi) s-au soluționat cele trei mari probleme:

Citind cartea lui Peter Drucker, cel mai important gânditor de management din lume, „Inovația managerială și sistem antreprenorial”, de unde am înțeles că un produs, să zicem un pahar de apă, nu e un simplu, comun, și general valabil pahar, ci este , de exemplu, paharul de Lipton, adică acel banal pahar de apă, inscripționat,



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



ambalat într-o cutie specială, pentru Campania de lansare a produsului în România, la reședința domnului Țânțăreanu, la Corbeanca, și unde, alături de aceste pahare, tipografia a mai furnizat un întreg pachet de alte materiale promoționale, și a cheltuit bani și nervi pentru a reuși să-l trezească, cu telefonul, pe brand managerul Lipton care dormea dus cu două ore înainte.

La un curs de marketing, profesorul ne-a adus un invitat, un domn suedez, profesor și întâmplător proprietar de tipografie, care în discursul lui, în engleză, precipitat etc., ne-a spus, am înțeles foarte clar, că în Suedia, o țară socialistă totuși, 80% din schimburile economice se fac accidental, fără contract.

Învățând la cursul de finanțe despre instrumentele de plată la termen, cambiile (trata, biletul la ordin etc.)

Întreprinzătorul/antreprenorul pe care acest proiect îl propune ca artizan viitor al implementării acestuia, în proiectul de îmbunătățire a ocupării, se constituie de fapt într-o categorie mai largă. Doi speciali și restul genul clasic de antreprenor descris și redescris atât în legislația românească, precum și în nenumărate alte proiecte.

Cei patru antreprenori sunt astfel:

- 1. Agentul de muncă**
- 2. Întreprinzătorul/antreprenorul de „a doua șansă”**
- 3. Întreprinzătorul/antreprenorul în general, tânăr sau mai în vârstă**
- 4. Întreprinzătorul social**



1. Agentul de muncă

Dacă ar trebui să schițăm o fișă a acestui personaj, un profil multilateral al acestuia, ar arăta cam așa:

Profil Agent de Muncă

- psihologic

- agent de vânzări
- comunicabil
- perseverent
- organizat
- energic
- optimist

- vârstă

- vârstă de muncă
- pensionari activi

- sex

- masculin
- feminin

- formă juridică



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



- p.f.a. (persoană fizică autorizată)
 - p.f. (persoană fizică)
 - s.r.l. (societate cu răspundere limitată)
 - angajat (la p.f.a./s.r.l.)
 - funcționar primărie
-
- **telefon**
-
- **computer** (eventual)
-
- **mașină** (eventual)
-
- **limbi străine** (eventual)
 - italiană
 - engleză

Job description - descrierea activității propriu-zise a acestuia

Activitatea principală constă în aceea de a pune în legătură oferta de muncă existentă la un moment dat într-un loc, sat, comună, oraș etc... cu necesarul de muncă din zonă, contra comision.

Oferta de muncă este înțeleasă în cadrul acestui proiect ca oameni, persoane fizice, descrise în capitolul anterior care lucrează și sunt dispuse să lucreze în una din formele legale posibile



- cu ora
- cu ziua
- temporar
- sau pe perioadă nedeterminată

Necesarul de muncă

Constă în **nevoia efectivă de forță de muncă** dintr-o anumită zonă, nevoie a:

- persoanelor fizice, de ex:
 - pentru munci agricole
 - pentru lucrări forestiere
 - pentru lucrări gospodărești
- persoane juridice publice sau private
 - pentru nevoi accidentale, care necesită muncă cu ora, cu ziua, sezonieră etc...
 - pentru nevoi permanente care necesită angajarea de personal specializat pe anumite niveluri și profesii

Ca intermediar între cele două fenomene, adică forța de muncă și necesarul, nevoia de muncă, agentul de muncă, la fel ca și agentul sportiv de exemplu, trebuie să se informeze, să recunoască și să fie recunoscut, pe de o parte, de persoane care vor să lucreze și, pe de altă parte, de persoane (fizice, juridice - publice sau private) care au la un moment dat un necesar de muncă.

Lucrând legal, pe bază de contract, cu ambele părți, activitatea lui are un puternic



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



caracter antreprenorial, el trebuind să presteze în permanență activități cum ar fi:

- informare directă,
- informare indirectă,
- informare formală,
- informare informală în zona pe care ș-o propune.

Acestea se pot face la:

autoritățile din zonă:

primării
agenți sanitari
agenți veterinari
agenți fiscali

colaboratori deja existenți

prin vizite în zonă

prin organizarea de prezentări

în cadrul primăriilor,
la cârciumă, în sat
la birturile și barurile din oraș
la stadion
la ștrand.

Identificare cât mai exactă, cât mai corectă, a celor două fenomene, adică a forței de muncă disponibile și a necesarului de muncă, se poate să se constituie într-un fel de ceea ce la bursă se numește market maker, el cunoscând implicit balansul dintre



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



cele două, atunci când, de exemplu, necesarul de muncă este în scădere, în perioada Sărbătorilor de iarnă, a lunii fixe de vacanță din Occident , sau, de exemplu, când în perioada de recoltat oferta de forță de muncă, prinsă temporar cu activități agricole în propria gospodărie, este la un nivel mai redus decât în alte perioade.

Pe de altă parte, constituind un factor pozitiv important, recomandat de acest proiect solicitat de primăriile orașelor Alexandria, Roșiori de Vede și în Turnu Măgurele, agentul de muncă, descris în acest proiect ,va trebui acceptat și ajutat la nivelul diverselor departamente ale organelor și organizațiilor, prezentat pe site-uri-le acestora, invitat la ședințe publice și manifestări, solicitat pentru necesități de forță de muncă ale acestora.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



2. Întreprinzătorul/antreprenorul „a doua șansă”

Această categorie de întreprinzători este formată din foști întreprinzători care au dat faliment. Ea se bazează, ideea, pe faptul, demonstrat statistic, socio-psihologic, că la un moment dat într-o comunitate, țară, județ etc., există un număr limitat de oameni cu profil de antreprenor. Dacă dintr-un motiv sau altul (criza economică, de ex.) o parte din această categorie dispare, întreaga categorie se reduce cu acea parte pentru că nu are de unde să se realimenteze.

În anul 2008, în Suedia, la Göteborg, un prieten și colaborator de afaceri de-ai mei avea o mică fabrică de producție de carton ondulat, unde lucrau și câțiva (80 % din personal) muncitori pe care îi luase din România. Într-o zi, după o analiză a activității, făcută împreună cu tatăl său, fost director financiar la Volvo, a văzut că, în esență, câștigă, el, ca patron, mult prea puțin față decât se aștepta și a hotărât să închidă fabrica, de luni, și le-a comunicat acest lucru angajaților, potrivit legislației suedeze, joi.

Așa s-a și întâmplat, toți, și eu, și angajații care plecaseră și de la mine să lucreze la domnul Per, în Suedia, fiind neverosimil de surprinși.

În cursul săptămânii următoare, încercând să înțeleg ce s-a întâmplat, l-am sunat pe la ora prânzului pe prietenul meu Per Johaneson și, spre surpriza mea, în telefon se auzeau muzică, veselie, voci multe etc. Uimit, l-am întrebat dacă n-a înnebunit, ce se-ntâmplă etc.

La fel de surprins, el mi-a răspuns că nu e nicio nebunie, că e ÎN PROGRAM, adică, aveam să aflui ulterior, că atunci când s-a dus să declare falimentul, autofalimentul, pentru că, financiar-contabil, firma nu era în faliment, instantaneu a fost inclus în programul național **A DOUA ȘANSĂ**, care se ocupă de antreprenorii care au dat faliment ,pentru a fi consiliați psihologic etc., pentru a se reîntoarce în zona



antreprenorială. Cât de importantă este această lume se vede mai în detaliu într-un capitol din lucrarea mea de postdoctorat „Rezerva de Stat, ca suport al securității alimentare naționale”, pe care îl redau în continuare:

Istoria și geografia, potrivit cursului de IMCS (Introducere în metodologia cercetării științifice), în anul I A.S.E., constituie miezul, sursa centrală de informație economică, abia apoi putându-se adăuga alte științe economice, de analiză etc., cum ar fi contabilitatea, statistica, gestiunea. Lucrurile sunt logice oarecum pentru că orice analiză despre un fenomen economic, mai mare sau mai mic, trebuie să pornească de la o localizare spațială, geografică, susceptibilă de foarte multă informație și de la o situare într-o anumită perioadă. Dacă vorbim despre un lanț de magazine, încercând o analiză într-un anumit scop, pentru a fi cotate la o bursă, de exemplu, sau poate o analiză de piață de pe poziții concurențiale, trebuie văzut mai întâi când a apărut (istorie), unde a apărut (geografie), când și unde s-a extins, ce rezultate a avut într-o anumită perioadă, de ce într-o zonă, într-o locație a avut rezultate mai bune sau mai slabe etc.

Toate aceste lucruri pot fi văzute oarecum și cu ocheanul întors, adică atunci când se analizează o lucrare, ca de exemplu tema acestei cercetări, forma, structura ei de lucrare științifică, ar trebui să vedem dacă istoria și geografia sunt corect poziționate în centrul mecanismului de informație economică folosită, prelucrată, în această lucrare, cu ajutorul instrumentelor ulterioare, trecute în revistă și în cadrul capitolului privind caracterul interdisciplinar al lucrării.

Astfel, răsfoind apriori lucrarea, ar trebui să vedem limpede informații de natură istorică și informații de natură geografică, prelucrate ulterior cu instrumente de marketing, de analiză bursieră, de tehnici bancare, de grafice și analize statistice etc.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Ideea acestei lucrări a apărut după lecturarea unei analize referitoare la modelul în care Japonia postbelică a gestionat și a rezolvat una din cele mai spinoase probleme economice, economice capitaliste, și anume problema financiară sau mai exact a crizei financiare, de la nivelul micro, de întreprindere, până la nivel macro, la scara economiei naționale sau a unui sector anume din economia națională. Putem aici să vedem indiscutabil istoria (epoca postbelică) și geografia (Japonia). Mai mult chiar, elementul central, cheia în care a trebuit rezolvată această problemă, este tot un fapt istoric foarte concret și foarte specific acelei zone geografice, acelei țări, Japonia, care ține de psihologia poporului nipon, și anume onoarea. Poate onoarea samurailor, onoarea conducătorului sau onoarea omului simplu. Aceste trei elemente: Japonia, epoca postbelică și onoarea samurailor, au fost ingredientele care au rezolvat cea mai spinoasă problemă a economiei, economie văzută în primul rând în dimensiunea sa aplicată, de activitate economică.

În Comnitatea Europeană există azi programe foarte importante privind un domeniu care se numește „A doua șansă” și care este bazat pe analize statistico-economice care arată că una din cele mai importante surse de inițiativă antreprenorială, la un moment dat, în societate, o constituie masa antreprenorilor care au dat faliment. Aceasta pentru că, putem să ne gândim, oamenii vor să ridice capul din țărână, oamenii pot înțelege că au greșit și știu exact unde, și mai ales știu ce să facă pentru a nu mai greși.

Poate că toate aceste lucruri erau cunoscute total, sau măcar parțial, și în Japonia imediat postbelică, însă se mai știa un lucru care anula orice perspectivă, acela că dacă în societatea occidentală, iudeo-creștină în esență, falimentul este un lucru permis și deci acceptat social, în lumea niponă și în filosofia de viață niponă acest lucru nu este acceptat, antreprenorii, patronii mari sau mici ajunși în faliment neavând decât o singură soluție: să-și facă harakiri, adică se sinucidă.



Strict de la această foarte importantă însă și foarte îngustă problemă a venit soluția globală, care a rezolvat problema japoneză, facilitând dezvoltarea fără precedent (istoric și geografic) a Japoniei și care ar putea fi adoptată, fiind de acum foarte cunoscută și în alte locuri din lume (istoric și geografic).

Soluția unei probleme financiare nu putea să fie decât de aceeași natură, financiară și monetară, și ea a constat în preluarea temporară de către statul suveran a problemei respective, a datoriilor entităților economice în dificultate, în pragul falimentului și deci a sinuciderii patronului, implicit și a unei părți echitabile din proprietatea respectivă și rescadentarea pe termene foarte lungi, astfel încât să poată fi plătită și oricând la fel de echitabil, cu un profit pentru stat, răscumpărată. Firesc, acest mecanism de intervenție a statului nu se putea face decât prin intermediul unor mecanisme și organisme de stat. Fiind vorba de o problemă financiară și de bani concreți, organismul principal al acestei structuri a fost Banca Națională a Japoniei. Astfel se înțelege protecționismul legendar al sistemului bancar nipon, autarhia specifică a acestuia.

În acest fel, toate marile companii japoneze de astăzi au fost astfel ajutate în diverse perioade să rezolve problema financiară de moment și să se poată concentra pe producție, pe organizare, ulterior pe creație și dezvoltare, pe extinderea pe noi piețe etc. Și, tot la fel, Japonia a putut soluționa probleme mult mai extinse, sectoriale (cu mii de firme), cum au fost crizele de la sfârșitul secolului trecut (imobiliară și boomul IT). Cel mai strălucit exemplu în Europa, mic la nivel macro (european, regional), însă mare la nivel micro, îl constituie statul francez și compania Renault.

Atunci când, pentru lucrarea de doctorat, trebuia, dincolo de partea cu stadiul cunoașterii în domeniul pe care mi-l alesesem, să realizez partea cu contribuția proprie în zona respectivă, am încercat să reproiectez, în contextul economiei no-



astre de azi și de mâine, o latură a instituției care se numește Rezerva de Stat, din punctul de vedere al unei mari probleme, căderea prețului în perioada de recoltat și folosind drept model un mecanism similar, măcar conceptual, cu cel japonez și în special cu dimensiunea cea mai concretă a acestuia, și anume Banca Națională a Japoniei.

Studiul de față are patru capitole. Fiecare în sine ar putea să constituie temă de cercetare separată, doctorală sau postdoctorală, însă și abordarea lor integrată, sistemică și coerentă poate fi, este, o temă importantă.

Că se referă strict la o situație geografică, România, este un lucru asumat și prin programul de cercetare, însă și istoric este de asemenea important de ținut cont în abordare, în condițiile în care criza economică se prelungește, în condițiile în care integrarea deplină va avea drept consecință intrarea într-un orizont cunoscut al încetării subvențiilor agricole, în contextul în care centralizarea instituțională va genera forme noi de activități locale și în condițiile în care iar într-un viitor apropiat vom adopta moneda unică, de pildă, cu toate consecințele, inclusiv cu politica monetară aferentă.

În acest fel, de la încercarea de a soluționa inițial o problemă aparent minoră, scăderea prețului cerealelor la recoltare, se poate întrezări o soluție pentru o problemă mult mai mare, cum ar fi securitatea alimentară națională

Continuând aplicația din teza de doctorat, aplicație care se numea „Rezerva de Stat, ca bancă națională a securității alimentare”, fiind o lucrare postdoctorală, structura logică, modelul de analiză este similar.

Ideea care a generat acest subiect a apărut în urma unei lecturi despre modelul japonez de dezvoltare postbelică în care un rol central l-a avut Banca națională a Japoniei (Japan Bank). Împreună cu alte organisme instituționale japoneze, a reușit să soluționeze una din cele mai spinoase probleme ale economiei capitaliste,



și anume problema financiară.

Asumând la momentul respectiv analiza unei probleme foarte mari într-un anumit domeniu, și anume problema prețului grâului în perioada de recoltat, a apărut drept foarte necesară imaginarea unui organism cu caracteristici similare care să rezolve acea problemă.

Problema concretă de la momentul derulării lucrării de doctorat era cunoscuta problemă a agriculturii românești privitoare la scăderea dramatică a prețului grâului la recoltare.

Având modelul japonez de rezolvare a celei mai dificile probleme din economia capitalistă, și anume cea financiară, direct responsabilă de faliment și de criză, au trebuit desprinse caracteristicile generale care ar trebui să se regăsească și în acest model. Aceste caracteristici sunt următoarele:

- o problemă cu caracter economico-financiar*
 - un organism cu caracter de stat, dar cu libertate mare de acțiune*
 - o politică de interacțiune cu piața și cu entitățile din piață, producători, firme, ferme, cumpărători, bursă etc., intervenționistă, dar nu neapărat invazivă*
 - un set de instrumente de punere în practică a acestei politici*
- și, eventual, o politică mai largă, guvernamentală, în care politica de interacțiune să se integreze*

Pornind de la aceste caracteristici și de la faptul că, totuși, fiind în interiorul unei teme de doctorat despre analiza cursului la bursele de mărfuri agroalimentare și având în față și spectrul crizei economice care tocmai pornise, urmând, după previziunile specialiștilor, să se transforme și într-o criză alimentară, Rezerva de stat, în componenta ei care se ocupă de rezervele de hrană, s-a evidențiat ca posibil organism în acest model, ca bancă națională a securității alimentare.

Dacă problema japoneză a avut un resort cu totul și cu totul special, resort care



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



ținea de psihologia poporului japonez, și anume faptul că falimentul este, moral, psihologic, social, neacceptat în cultura niponă, urmând ca falitul să nu aibă decât un ultim lucru de dus la îndeplinire, am putea să considerăm că și în cazul nostru, fiind un model academic, intelectual, în condițiile economiei de azi, ale nivelului de civilizație la care ne aflăm, a lupta împotriva unei nedreptăți evidente este un act și moral, și justificat, și suficient de puternic pentru a genera energiile necesare realizării lui.

Rolul și importanța acestui antreprenor a doua șansă, precum și modalități practice de punere în aplicare a acestui concept, inclusiv surse de finanțare vor fi prezentate în **Cap. Activitate 3-Analiză documentaristică, precum și în Cap.1 Activitate de studii de fezabilitate**



3. Întreprinzătorul/antreprenorul, tânăr sau mai în vârstă

Rolul și importanța în societatea contemporană, cât și în evoluția istorică a omenirii, au fost menționate, subliniate, prezentate pe larg în cadrul acestui studiu și vor fi detaliate în cadrul celor două capitole, **Cap. Activitate 3-Analiză documentaristică, precum și în Cap. 1 Activitate de studii de fezabilitate**

Modalitățile legale, practice, de constituire a unei firme sunt prezentate în numeroase recenzii, sinteze de lege, texte de lege. Dintre acestea am ales **un Ghid al tânărului întreprinzător, realizat de Ministerul pentru întreprinderi mici și mijlocii**, unul limpede, bine structurat și bine documentat, pe care îl prezentăm în continuare, menționând totuși și faptul că de la a avea un autoturism, până la a merge cu acesta la munte, la volan, e o diferență, dar și că, pentru a trece un examen, o condiție (necesară, dar nu suficientă) este să te prezinți la el.

Această zonă, de dincolo de simpla înființare a unei firme, va fi de asemenea examinată și prezentată în cadrul celor două capitole menționate mai sus.



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA





Ministerul pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii
și Cooperație

Ghidul tânărului întreprinzător

sau cum să demarez propria mea afacere

Prezenta broșură a fost realizată cu sprijinul
consorțiului de firme de consultanță: **HORIZONT 3000**
și **Österreichisches Institut für Gewerbe und
Handelsforschung (IfGH)** din Viena și firma
românească de consultanță **SVASTA**, în cadrul
programului de asistență acordată de Guvernul
Austriac pentru dezvoltarea sectorului de IMM-uri din
România.

Ghidul tânărului întreprinzător

C u p r i n s

Cuvânt de salut din partea Ministerului pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii și Cooperatie

1	Cuprins	1
	A fi sau a nu fi întreprinzător	2
	• vrei să înființezi propria ta firmă	3
	• test pentru întemeietorii de întreprindere	4
2	• 12 întrebări pentru întemeietorul unei firme	8
	• greșeli tipice la înființarea unei firme	9
	• recomandări pe drumul înființării firmei tale	10
	• factori de succes la înființarea unei firme	11
3	Care sunt formalitățile necesare înființării unei firme	12
4	Planul de afaceri	18
5	Despre marketing în faza de lansare a unei afaceri	23
6	Elemente de legislație fiscală și TVA	26
7	Cum se poate finanța afacerea mea	30
8	Indicatorii financiari ai unei afaceri	34
9	Costuri și bugetare	39
10	Bilanț, cont de profit și pierderi, calculul lichidității	42
	Anexe	47
	• Organizații suport pentru IMM-uri	47
	• Model de plan de afaceri	57
11	• Prezentarea Fondul național de garantare a creditelor pentru întreprinderile mici și mijlocii	61
	• 20 de întrebări pentru amplasarea afacerii tale	62

A fi sau a nu fi întreprinzător?

- **vrei să înființezi propria ta firmă**
- **test pentru întemeietorii de întreprinderi**
- **12 întrebări pentru întemeietorul unei firme**
- **greșeli tipice la înființarea unei firme**
- **recomandări pe drumul înființării firmei tale**
- **factori de succes la înființarea unei firme**

A fi sau a nu fi ... întreprinzător

Vrei să înființezi propria ta firmă!

Ideea ta de afaceri este nemaipomenită!

Produsul la care te gândești - o capodoperă tehnică!

Serviciul oferit de tine este original, oferta ta în ansamblu extraordinară!

Iar tu vrei să fii propriul tău șef. Vrei să-ți transpui ideea în practică cu profesionalism. Și știi că doar o idee bună nu este suficientă pentru a avea succes pe piață.

Ai descoperit cereri ale pieței care nu sunt acoperite de o ofertă mulțumitoare. Prin activitatea ta profesională de până acum și experiența ta ai identificat anumite nișe de piață pe care le poți acoperi prin oferta ta.

Trebuie însă să știi că statutul de întreprinzător independent înseamnă mai mult decât ca activitatea pe care până acum o realizai în calitate de salariat ne-independent să o desfășori în continuare pe propria ta responsabilitate și socoteală.

Ești în fața unei decizii

O decizie . . .

și

. . . mai multe întrebări

Ești pe punctul de a face un pas decisiv:



VREI să-ți iei soarta în propriile tale mâini!



VREI să devii întreprinzătorul care își asigură existența proprie!



VREI să depășești toate dificultățile din calea ta!

Sunt afirmații asupra cărora trebuie să reflectezi.

Noi suntem alături de tine și vrem să te ajutăm ca propria ta analiză să fie cât mai la obiect. De aceea am pregătit pentru tine o serie de întrebări pe care le prezentăm în cadrul unui „**Test pentru întemeiatorii de întreprinderi**”.

TEST

Pentru întemeietorii de întreprinderi

Prezentul test își propune să reprezinte un instrument practic destinat potențialilor întreprinzători care intenționează să întemeieze propria lor firmă. Prin acest test fiecare își poate construi propriul **profil al punctelor tari și slabe**. Știm cu toții cât de important este ca atunci când pornim la un drum nou să ne cunoaștem puterile și slăbiciunile noastre.

Iar drumul întemeierii unei noi întreprinderi oferă, alături de multe șanse și multe riscuri.

Pe toate trebuie să le cunoaștem și să le luăm în seamă.

Prezenta broșură își propune structurarea principalelor probleme pe care, în calitate de potențiali întreprinzători trebuie să le luați în considerare, în cadrul a trei grupe:

- ☐ Personalitatea întreprinzătorului
- ☐ Piața
- ☐ Mijloacele financiare

☐ Personalitatea întreprinzătorului

Se referă la modul în care trăsăturile de personalitate ca și cunoștințele de specialitate ale celui care intenționează să întemeieze o întreprindere sunt adecvate profesiei de **întreprinzător**.

☐ Piața

Pentru ideea înființării unei firme, piața reprezintă **momentul adevărului**; produse sau servicii pentru care nu există posibilitate de desfacere, potențialul pieței este redus sau șansele de dezvoltare ale pieței scăzute, vor conduce în scurt timp la eșec.

☐ Mijloacele financiare

Mijloacele financiare strict necesare întemeierii unei întreprinderi se referă atât la dotarea cu echipamente și utilaje cât și la mijloacele circulante (reprezentate de stocurile de materii prime, materiale și semifabricate și produse finite) ca și la fondul de rezervă („tampon”) de care orice întreprinzător trebuie să dispună în perioada de lansare a afacerii sale când încasările nu vor acoperi cheltuielile.

Acest test este alcătuit dintr-un set de întrebări („check-list”) prin care pot fi verificate premisele care trebuie avute în vedere la întemeierea unei întreprinderi.

Întrebările trebuie parcurse de regulă în faza de pregătire a demarării afacerii în care această problemă a întemeierii unei întreprinderi trebuie bine gândită până la decizia finală.

Desigur întrebările sunt utile și în cazul unei întreprinderi deja existente când anumite probleme cu implicații negative pot fi identificate și corectate.

Acestor întrebări trebuie să le răspunzi în mod corect și cinstit.

Răspunsurile îți sunt destinate ție în primul rând, căci pe baza lor poți contura propriile tale **puncte tari și slabe** ca și **șansele și riscurile** care te așteaptă. Aceste întrebări îți propun să-ți atragă atenția asupra unor aspecte pe care adeseori în entuziasmul întemeierii unei întreprinderi, le neglijezi.

Răspunsurile la aceste întrebări trebuie uneori să le formulezi împreună cu familia ta, sau pentru unele aspecte este necesar să apelezi la un specialist.

Mult succes pe drumul pe care vrei să pornești!

Personalitatea întreprinzătorului

Nr	Întrebare	DA cu certitu- dine		parțial		NU cu certitu- dine
1.	Ești conștient că în etapa de întemeiere a firmei tale, te poți confrunta cu situații uneori extrem de dificile?	5	4	3	2	1
2.	Ești în măsură să realizezi și să întreții contacte cu clienții?	5	4	3	2	1
3.	Dispui, înainte de înființarea firmei, de timp suficient pentru toate pregătirile necesare?	5	4	3	2	1
4.	Ești capabil să convingi pe alții utilizând argumentele tale?	5	4	3	2	1
5.	Ești în măsură să te adaptezi la partenerul tău de discuție și la argumentele acestuia?	5	4	3	2	1
6.	Poți discerne aspectele esențiale de cele neesențiale, altfel spus să identifici rapid ceea ce este necesar pentru o decizie?	5	4	3	2	1
7.	Ești suficient de înzestrat din punct de vedere intelectual pentru a putea aborda simultan un număr mai mare de probleme?	5	4	3	2	1
8.	Ești un om de acțiune?	5	4	3	2	1
9.	Îți face plăcere să realizezi ceva nou?	5	4	3	2	1
10.	Ești capabil să planifici o activitate, să-ți fixezi niște obiective și să stabilești etapele intermediare de atingere ale acestora?	5	4	3	2	1
11.	Dispui de aptitudinea de conducere și de motivare a colaboratorilor tăi?	5	4	3	2	1
12.	Ești capabil de a improviza, în cazul în care deodată a intervenit ceva imprevizibil?	5	4	3	2	1
13.	Ești capabil și în situații de stres să te concentrezi și să acționezi în mod rațional?	5	4	3	2	1
14.	Ești dispus să-ți asumi riscurile uneori inerente demarării oricărei afaceri?	5	4	3	2	1
15.	Ești capabil să-ți asumi <u>din proprie inițiativă</u> responsabilități și să acționezi în consecință fără ca cineva să-ți solicite acest lucru?	5	4	3	2	1
16.	Starea sănătății tale îți permite ca pe perioada „punerii pe roate” a firmei să lucrezi 10–12 ore/zi, uneori mai mult, 6 poate 7 zile pe săptămână?	5	4	3	2	1
17.	Medicul tău apreciază drept corespunzătoare starea sănătății tale?	5	4	3	2	1
18.	Familia este dispusă să-ți acorde sprijin și înțelegere în această perioadă de întemeiere a firmei?	5	4	3	2	1
19.	Din punct de vedere financiar, pentru tine se justifică înființarea unei firme?	5	4	3	2	1
20.	Ești dispus tu și familia ta să-ți asumi riscul unor venituri incerte și neregulate care pot influența negativ nivelul de trai al tău și al familiei?	5	4	3	2	1
21.	Dispui de rezerve financiare suficiente pentru ca pe perioada de „secetă” să poți asigura o existență mulțumitoare pentru tine și familia ta	5	4	3	2	1
22.	Ești dispus ca pe perioada întemeierii firmei să suporti privațiunile renunțării la concediu, ale multor drumuri obositoare?	5	4	3	2	1
23.	Îndeplinești prevederile pe care legea le stabilește pentru întemeierea unei întreprinderi? (de ex. studii de specialitate)	5	4	3	2	1
24.	Dispui de suficientă experiență în branșă pentru a introduce pe piață, împotriva concurenței produsele și serviciile tale?	5	4	3	2	1
25.	Dispui de suficiente cunoștințe în domeniul financiar și al conducerii afacerilor?	5	4	3	2	1
26.	Ai posibilitatea să-ți completezi anumite cunoștințe care-ți lipsesc prin participarea la diferite cursuri de perfecționare?	5	4	3	2	1
27.	Dacă nu întrunești toate aptitudinile sau nu dispui de cunoștințele de specialitate necesare, accepți posibilitatea de a înființa firma cu un partener?	5	4	3	2	1
28.	În cazul în care intenționezi să înființezi firma împreună cu un partener, ești sigur că vei coopera în mod armonios cu acesta?	5	4	3	2	1

Piața

Nr	Întrebare	DA cu certitudine	parțial			NU cu certitudine
29.	Produsele/serviciile oferite de tine, privite din punct de vedere al clientului sunt peste cele ale concurenței?	5	4	3	2	1
30.	Știi ce trebuie să faci ca performanțele produselor/serviciilor tale să se situeze în mod vizibil deasupra celor ale concurenței?	5	4	3	2	1
31.	Ai identificat nișe ale pieței pe care concurența nu le acoperă?	5	4	3	2	1
32.	Ai definit cu claritate segmentul de piață pe care intenționezi în mod strategic să acționezi?	5	4	3	2	1
33.	Oferta ta este adresată unei piețe care are șanse și de viitor?	5	4	3	2	1
34.	Accesul spre piață al produselor/serviciilor tale poate fi în prezent sau viitor îngrădit prin anumite modificări de natură tehnică sau legală?	5	4	3	2	1
35.	Ai analizat grupele de clienți care urmează să constituie principalii tăi beneficiari?	5	4	3	2	1
36.	Ai analizat pe baza unui studiu, cu exactitate care sunt problemele, dorințele și așteptările clienților tăi potențiali?	5	4	3	2	1
37.	Cunoști modalitățile de influențare a comportamentului de cumpărare a clienților tăi (preț, calitate, reclamă, servicii acordate clienților, etc)?	5	4	3	2	1
38.	Ești capabil să realizezi o estimare a cererii pentru produsele și serviciile oferite de tine?	5	4	3	2	1
39.	Cunoști care sunt obiceiurile de consum sau de utilizare ale clienților potențiali în raport cu produsele/serviciile tale?	5	4	3	2	1
40.	Dispui de suficiente cunoștințe despre piață pentru a putea delimita și cuantifica diferite segmente de piață?	5	4	3	2	1
41.	Poți aprecia în ce măsură diferitele segmente de piață prezintă interes din punct de vedere al potențialului pieței și al capacității de absorbție?	5	4	3	2	1
42.	Dintre concurenții tăi îi cunoști pe acei care au cea mai asemănătoare ofertă pentru clienții tăi?	5	4	3	2	1
43.	Cunoști punctele tari și slabe ale concurenților tăi?	5	4	3	2	1
44.	Știi în ce măsură sunt cunoscute de către clienții tăi, produsele și serviciile concurenței?	5	4	3	2	1
45.	Poți aprecia în ce mod v-a reacționa concurența atunci când vei intra pe piață?	5	4	3	2	1

Resursele financiare

Nr	Întrebare	DA cu certitudine	parțial			NU cu certitudine
46.	Ai efectuat un calcul cât de cât exact al resurselor financiare care sunt necesare în stadiul de demarare a afacerii tale?	5	4	3	2	1
47.	Dispui de resurse proprii pentru acoperirea măcar parțială a necesarului (economii sau aport în natură: echipamente, construcții sau altele)?	5	4	3	2	1
48.	Există posibilitatea de a obține capital de la rude sau cunoștințe, în condiții avantajoase?	5	4	3	2	1
49.	Dispui de garanții ce urmează a fi oferite unei bănci pentru un eventual credit?	5	4	3	2	1
50.	Capitalul de start de care dispui este suficient pentru perioada în care cheltuielile vor depăși încasările?	5	4	3	2	1
51.	Calcularele tale referitoare la veniturile previzionate sunt fundamentate pe baza unor date certe de piață?	5	4	3	2	1
52.	Ai luat în calcul toate cheltuielile posibile?	5	4	3	2	1

Cum se interpretează testul

Calculați numărul total de puncte pentru fiecare din cele 3 categorii de întrebări.

Exemplu: la cele 28 de întrebări din categoria „personalitatea întreprinzătorului” numărul total de puncte corespunzător răspunsurilor este de 110

Determinați punctajul mediu pentru fiecare categorie de întrebări prin împărțirea numărului total de puncte la numărul de întrebări aferent categoriei respective.

Conform exemplului de mai sus împărțiți numărul total de puncte de 110 la numărul de întrebări (28) și obțineți punctajul mediu pentru categoria respectivă de întrebări și anume valoarea de 3,93. În mod similar determinați această valoare și pentru celelalte categorii de întrebări.

Interpretarea semnificațiilor punctajului mediu se face cu ajutorul tabelului de mai jos.

	3,80 – 5,00	2,80 - 3,79	2,20 – 2,79	1,20 - 2,19	sub 1,19
Personalitatea ta	Ai calități de întreprinzător și ești pregătit să faci față unei vieți nu foarte line care te poate aștepta	Te poți descurca pe drumul acesta. Important este să și vrei	Ai putea să faci față provocărilor pe care viața de întreprinzător le implică. Pentru a lua o decizie analizează cu atenție și celelalte 2 aspecte	Poate că îți dorești foarte mult să fii stăpân pe propria ta soartă economică. Nu este însă suficient. Trebuie să și poți. Este bine să fii prudent înainte de a lua o decizie	Viața de întreprinzător plină de riscuri nu pare să fie potrivită pentru tine. Poate e bine ca deocamdată să-ți construiești o altfel de strategie personală
	3,60 – 5,00	2,00 - 3,59		Sub 1,99	
Piața firmei tale	Șansele de piață ale afacerii tale sunt bune. E momentul, dacă dispui de resursele financiare și dacă bineînțeles te simți în stare, să demarezi propria ta afacere	Piața nu e nici bună dar nu e nici rea. Ea există! De tine depinde cum îți poți valorifica șansele. Nu uita că piața poate fi și stimulată.		Se pare că piața nu-ți este favorabilă. Nu uita că acolo „unde piață nu e, nimic nu e” și nici profit! Poate este bine să-ți reorientezi afacerea către o altă piață	
	3,80 – 5,00	2,60 – 3,79	1,40 – 1,59	Sub 1,4	
Resursele tale financiare	Dacă sunt realiste calculele tale înseamnă că dispui de banii necesari lansării în afaceri. Fii atent să-i cheltuiești de la început cu chibzuință chiar dacă nu-ți lipsesc.	Nu dispui în totalitate de banii necesari. Dar bani se găsesc. Dacă ideile tale sunt bune, dacă piața „merge” atunci și businessul tău va merge	Din punct de vedere financiar nu stai prea bine. Înainte de a te lansa în afaceri fără o asigurare financiară corespunzătoare trebuie să mai reflectezi. Sigur vei lua decizia cea mai potrivită.	Fără să dispui de capitalul necesar este extrem de greu să reușești de la început. Poate după o mică așteptare lucrurile se vor îmbunătăți. Niciodată nu e prea târziu atunci când vrei să mai găsești o altă soluție.	

12 întrebări

pentru întemeiatorul unei firme

Există multe probleme care-l preocupă pe un întreprinzător. Se pot referi de cele mai multe ori la lipsa de lichidități, la reducerea vânzărilor, la incapacitatea de a returna datoriile către stat, creditori sau furnizori și la multe alte aspecte care fac „farmecul” vieții cotidiene ale întreprinzătorului.

Pentru ca aceste probleme să nu existe sau în orice caz să nu devină de necontrolat este necesar ca viitorul întreprinzător să găsească din timp, în **faza de întemeiere** a propriei sale firme, răspunsuri la întrebările de mai jos:

- ☐ **CINE** este utilizatorul produselor/serviciilor mele?
- ☐ **CINE** este clientul pentru produsele/serviciile mele?
- ☐ **CARE** este amplasamentul adecvat pentru afacerea mea?
- ☐ **CE** preț este dispus să plătească piața?
- ☐ **CUM** ajung produsele mele la client?
- ☐ **CARE** sunt perspectivele pieței pe termen scurt și lung?
- ☐ **CUM** pot să-mi extind gama de produse/servicii?
- ☐ **CINE** sunt concurenții mei și care sunt punctele lor tari și slabe?
- ☐ **DE CE** un client va cumpăra un produs de la mine?
- ☐ **CARE** este conceptul meu de marketing prin care îmi conduc firma ?
- ☐ **CARE** este necesarul meu de capital?
- ☐ **CARE** este forma juridică cea mai potrivită pentru firma mea?

Greșeli tipice

frecvente la începutul înființării unei firme

1. Aptitudini și calificare profesională ale întreprinzătorului sunt insuficiente
2. Nu există o strategie clară de piață
3. Insuficientă cunoaștere a competitorilor
4. Cunoștințele cu privire la organizarea internă a firmei sunt insuficiente
5. Dependență excesivă de anumiți furnizori
6. Capacitate insuficientă de recrutare și selecție a personalului
7. Necunoașterea reglementărilor legale
8. resurse financiar insuficiente
9. Evaluare greșită a cheltuielilor operaționale
10. Incapacitate de rambursare din profit a creditelor
11. Supraestimarea capacității de a realiza profit
12. Politică imprudentă în domeniul investițiilor
13. Planificare eronată a lichidităților
14. Calculație greșită a costurilor
15. Contabilitate necorespunzătoare și incompletă
16. Necunoașterea obligațiilor fiscale
17. Alegere neadecvată a partenerilor de afaceri
18. Alegere necorespunzătoare a amplasamentului

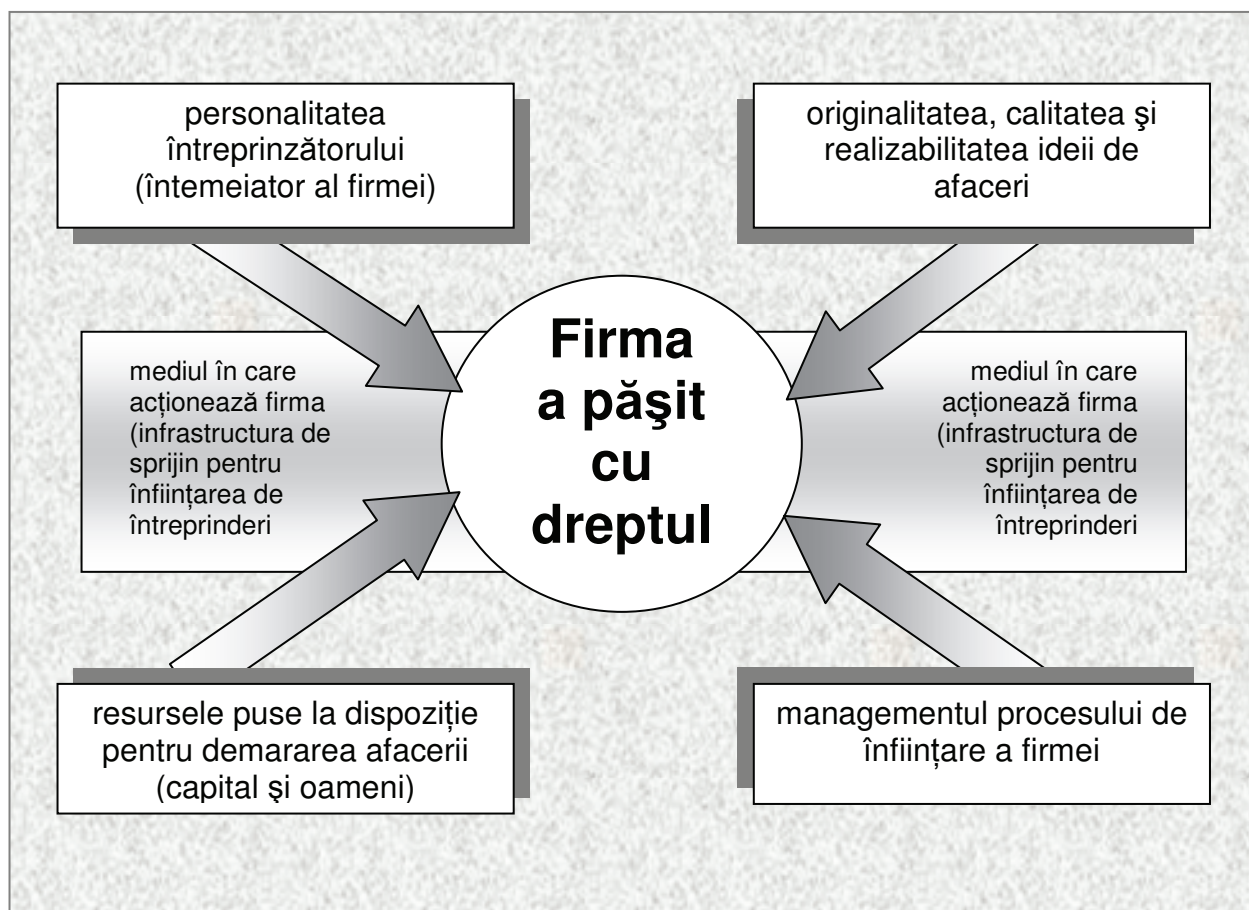
pentru cei care vor să-și înființeze propria firmă

Câteva recomandări

1. Verifică în mod autocritic aptitudinile tale personale ca și calificarea ta profesională.
2. Analizează cu exactitate piața și posibilitățile de desfacere.
3. Analizează ce este mai indicat: înființarea unei firme noi sau preluarea uneia existentă.
4. Alegeți cu grijă viitorii colaboratori.
5. Alegeți cu grijă amplasamentul și dotările.
6. Analizează reglementările legale cu care te poți confrunta.
7. Determină cu exactitate necesarul de capital.
8. Planifică cifra de afaceri, costurile și profiturile viitoare.
9. Verifică dacă dispui de lichiditățile necesare.
10. Apelează la un colaborator calificat pentru activitatea de contabilitate.
11. Verifică posibilitățile de utilizare ale tehnicii de calcul .
12. Informează te cu privire la obligațiile tale fiscale viitoare.
13. Alege cea mai potrivită formă de organizare pentru firma ta.
14. Verifică riscurile posibile și ia măsuri de asigurare corespunzătoare.
15. Îndeplinește cu grijă toate formalitățile de înființare necesare.
16. Apelează din timp la un specialist care poate să-ți acorde consultanță.

Factori de succes

la înființarea unei firme



Care sunt formalitățile necesare înființării unei firme

I. Introducere

1. Alegerea formei de organizare a firmei

Înainte de a iniția o activitate economică trebuie să alegeți modalitatea sub care vreți să vă organizați activitatea.

Un întreprinzător poate opta pentru una din următoarele forme de organizare a afacerii :

Organizare	Caracteristici
Persoana fizică PF	Poate fi autorizată să desfășoare o activitate independentă în baza decretului-lege nr. 54/1990, de către Primăria Capitalei, cu înregistrare ulterioară la Oficiul registrului comerțului din cadrul Camerei de Comerț și Industrie prin Biroul Unic. Nu are personalitate juridică.
Asociația familială, AF	Se constituie între membrii unei familii cu gospodărie comună, în baza aceluiași normativ și proceduri ca și persoană fizică. Nu are personalitate juridică.
Societatea comercială	Se constituie ca persoană juridică, conform Legii nr. 31/1990 republicate, prin asociere între două sau mai multe persoane fizice sau juridice, pentru a efectua acte de comerț. Societatea comercială dobândește personalitate juridică de la data înregistrării în registrul comerțului. Societățile comerciale se pot constitui în una din următoarele forme juridice : a) societate în nume colectiv (SNC) b) societate în comandită simplă (SCS) c) societate pe acțiuni (SA) d) societate în comandită pe acțiuni (SCA); e) societate cu răspundere limitată (SRL). Societatea în comandită simplă și în comandită pe acțiuni se caracterizează prin existența a două categorii de asociați: comanditați (asociații care administrează societatea și răspund nelimitat și solidar pentru obligațiile societății) și comanditari (asociații care răspund numai până la concurența capitalului subscris).
Filiale :	Filiile sunt societăți comerciale cu personalitate juridică care se înființează într-una din formele de societate enumerate mai sus. Filiile vor avea regimul juridic al formei de societate în care s-au constituit.
Sedii secundare :	O societate comercială poate să deschidă în aceeași localitate cu sediul principal sau în alte localități, sedii secundare sub diferite forme : sucursale, depozite, magazine, agenții, etc.

2. Particularități ale formelor de organizare a activității

Criterii	PF AF	SNC SCS	SA SCA	SRL
Nr. persoane	o persoană sau membrii unei familii	minimum 2	minimum 5	1 – 50 asociați
Capital minim	-	-	25 milioane lei	2 milioane lei
Răspunderea întreprinzătorului	nelimitată (cu averea personală)	nelimitată și solidară, cu excepția asociaților comanditari	numai cu capitalul subscris, cu excepția asociaților comanditari	numai cu capitalul subscris
Restricții pentru asociați		asociații nu pot lua parte ca asociați cu răspundere nelimitată în alte societăți concurente, fără consimțământul celorlalți asociați	-	asociatul unic nu poate avea calitatea de unic asociat decât într-o singură societate

3. Aspecte relevante ale modului de organizare în funcție de tipul societății

Criterii	PF AF	SNC SCS	SA SCA	SRL
Autorizarea primăriei	x	-	-	-
Rezervare firmă	x	x	x	x
Redactare act constitutiv	-	x	x	x
Dovada sediu	x	x	x	x
Depunere capital social	-	x	x	x
Constituire dosar	x	x	x	x
Înregistrare în Registrul Comerțului	x	x	x	x
Autorizarea funcționării	Se obține personal de la autoritățile competente	Se obține prin Biroul Unic	Biroul Unic	Biroul Unic
La ce instituții trebuie să meargă întreprinzătorul	Primărie și CCI	CCI	CCI	CCI
Evidența financiar contabilă	Contabilitate în partidă simplă	Contabilitate în partidă dublă	Contabilitate în comandă dublă	Contabilitate în partidă dublă
Sistemul de impozitare	Impozit pe venitul anual	Impozit pe profit	Impozit pe profit	Impozit pe profit
Administrarea	Nu exista reglementări exprese	Unul sau mai mulți administratori	Unic administrator sau consiliu de administrație	Unul sau mai mulți administratori

II. Etapele ce trebuie parcurse pentru deschiderea unei firme, începând de la activitățile pregătitoare și până la momentul pornirii afacerii în mod legal

1. Pre-înregistrare (activități pregătitoare)

Include toate activitățile prevăzute de lege ce trebuie îndeplinite de la data când un întreprinzător s-a decis să constituie o formă de organizare a unei afaceri și data când a depus la Biroul Unic dosarul complet pentru înregistrarea și autorizarea funcționării.

- Informare inițială privind procedura și obligațiile întreprinzătorului
- Verificarea și rezervarea firmei/emblemei (obligatoriu)
- Cercetarea firmei/emblemei la OSIM pentru verificarea similitudinii cu mărci înregistrate în registrul de mărci (opțional)
- Redactarea actului constitutiv (obligatoriu)
- Obținerea autentificării pentru actul constitutiv (obligatoriu)
- Redactarea și obținerea declarației pe proprie răspundere a fondatorilor, administratorilor și a cenzorilor că îndeplinesc condițiile prevăzute de lege (obligatoriu)
- Completarea cererii de înregistrare (obligatoriu)
- Obținerea evaluării prin expertiză, a bunului imobil subscris ca aport în natură la capitalul social (după caz)
- Obținerea certificatului constatator al sarcinilor cu care, eventual este grevat bunul imobil subscris la capitalul social (după caz)
- Vărsământul în numerar la capitalul social (direct la banca dorită sau la unitățile CEC de la CCI) (obligatoriu)
- **Întocmirea dosarului de înregistrare și autorizare a funcționării** (obligatoriu)

Dosarul de înregistrare și autorizare a funcționării trebuie să conțină:

Nr crt	<i>Denumire act</i>	Tip organizație				Precizări privind utilizarea documentului
		PF AF	SNC SCS	SA SCA	SRL	
1.	Cerere de înregistrare și autorizare	x	x	x	x	Obligativ
2.	Dovada disponibilității firmei/emblemei (original)	x	x	x	x	Dovada pentru disponibilitatea firmei este obligatorie
3.	Reproducerea emblemei (4 exemplare)	x	x	x	x	Opțional, dacă se declară emblema
4.	Dovada sediului (în copie)	x	x	x	x	Obligativ
5.	Declarația pe proprie răspundere– original	x	x	x	x	Obligativ
6.	Autorizația emisă de Primărie conform Decretului Lege 54/1990 (copie)	x				Obligativ
7.	Actul constitutiv (original)		x	x	x	Obligativ pentru persoane juridice
8.	Dovezile privind efectuarea vărsămintelor aporturilor subscrise și/sau vărsate (copii)		x	x	x	Este obligativ să existe capital vărsat în numerar
9.	Facturi		x	x	x	Se utilizează pentru produse noi achiziționate ca aport în natură
10.	Expertiza de evaluare a aportului în natură la capitalul subscris		x	x	x	Numai în cazul bunurilor imobile aportate la capitalul social
11.	Certificatul constatator al sarcinilor de care sunt grevate imobilele		x	x	x	Pentru bunurile imobile aduse ca aport în natură la capitalul social subscris
12.	Dovada intabulării bunurilor imobile					Pentru bunurile mobile aduse ca aport la capitalul social subscris
13.	Cambia, contract de împrumut bancar, contract civil		x	x		Când sunt aduse creanțe ca aport la capitalul social. Nu sunt permise la SA și SCA constituite prin subscripție publică și la SRL-uri
15.	Declarație cu privire la averea deținută (original, sub semnătura privată)	x	x	x		Obligativ pentru asociații care răspund nelimitat și solidar pentru obligațiile sociale
16.	Acte privind activitatea comercială anterioară (copii)	x				În lipsa acestora se depune actul privind nivelul studiilor absolvite
17.	Specimenul de semnătură (original)	x	x	x	x	Obligativ pentru administratori
18.	Certificatul cenzorilor privind depunerea garanției legale de către administratori					Obligativ pentru SA și SCA
19.	Actele constatatoare ale operațiunilor încheiate în contul societății (copii)			x		
20.	Contractul de administrare (copie)		x	x	x	Numai în cazul când societatea este administrată de o persoană juridică
21.	Acte de identitate (cu CNP) în copie	x	x	x	x	Pașaport pentru rezidenți
22.	Actul de înregistrare a fondatorilor persoane juridice (copie)	-	x	x	x	în copie tradusă și legalizată pentru nerezidenți
23.	Hotărârea organului statutar al persoanei juridice privind participarea la constituirea societății (original)	-	x	x	x	în copie tradusă și legalizată pentru nerezidenți
24.	Mandatul persoanei care a semnat actul constitutiv în numele și pe seama fondatorului, persoană juridică (original)	-	x	x	x	în copie tradusă și legalizată pentru nerezidenți
25.	Certificat de bonitate (original)	-	x	x	x	în copie tradusă și legalizată
26.	Avize prealabile prevăzute de lege	-	-	x	x	Pentru societățile bancare, de asigurare reasigurare, operațiuni cu valori mobiliare
27.	Actele pentru autorizarea funcționării din punct de vedere: al PSI; sanitar; sanitar-veterinar; al protecției de mediu; al protecției muncii.	-	x	x	x	
28.	Diverse taxe și onorarii	x	x	x	x	Sunt stabilite de organele competente

2. Înregistrarea comerciantului

Include activitățile obligatorii îndeplinite după data depunerii dosarului la Biroul Unic și data înregistrării comerciantului în Registrul Comerțului, incluzând:

- autorizarea constituirii comerciantului de către judecătorul delegat;
- obținerea, pe cale electronică a codului unic de înregistrare de la Ministerul Finanțelor Publice;
- redactarea încheierii judecătorului delegat;
- înregistrarea comerciantului în registrul comerțului;
- editarea certificatului de înregistrare

3. Autorizarea funcționării comerciantului

Include activitățile de autorizare a funcționării comerciantului de către instituțiile publice abilitate, îndeplinite în perioadă, după data depunerii dosarului la Biroul Unic și data eliberării anexei conținând avizele/autorizațiile/acordurile necesare funcționării: autorizație PSI, sanitară, sanitar-veterinară, pentru protecția muncii, pentru protecția mediului, etc.

CERTIFICATUL DE ÎNREGISTRARE ȘI ANEXE

Modelul și conținutul Certificatului de Înregistrare a comerciantului, inclusiv a Anexei la acesta sunt stabilite prin Hotărârea Guvernului nr. 599 din 21 iunie 2001.

Certificatul de înregistrare este un formular tipizat, cu regim special și securizat. Pe certificat sunt înscrise următoarele date :

- firma/sucursala respectiv denumirea comerciantului, așa cum este înscrisă în actul constitutiv și în Registrul Comerțului;
- sediul social conform actelor doveditoare depuse în dosarul de înregistrare;
- activitatea principală exprimată prin cod CAEN și un text sumar de descriere;
- CUI – **codul unic de înregistrare** - cod numeric constituind codul unic de identificare a unui comerciant;
- atribut fiscal – este un cod alfanumeric având semnificația categoriei de plătitor de taxe și impozite la bugetul de stat;
- număr de ordine în registrul comerțului – cuprinde numărul și data unui comerciant în registrul comerțului;
- data emiterii certificatului;
- seria și numărul de ordine – informație specifică regimului special al documentului.

Anexele la Certificatul de înregistrare se emit atât pentru sediul social și sedii secundare cât și pentru fiecare activitate desfășurată la sediul principal și sediu secundar care sunt supuse avizării/autorizării. La un certificat de înregistrare se atașează una sau mai multe anexe.

Fiecare **Anexă** conține:

- informații de conexiune la certificat (seria, nr, cod unic de înregistrare, firma și sediul social);
- informații de identificare a sediilor secundare (adresa și/sau activitate supusă autorizării);
- avizul și/sau autorizația pentru prevenirea și stingerea incendiilor;
- avizul și/sau autorizația sanitară;
- autorizația sanitară veterinară;
- acordul și/sau autorizația de mediu;
- autorizația de funcționare din punct de vedere a protecției muncii;

4. Notificarea comerciantului către instituții publice

Include activitățile de notificare a înregistrării unui comerciant către alte instituții publice cu atribuții legate de publicitatea, înregistrarea sau evidența comercianților (unde este cazul).

III. Efectele juridice ale fazelor obligatorii din procedura de înregistrare a unei societăți comerciale

- **Semnarea actului constitutiv** de către asociați reprezintă etapa consensuală, care produce efecte între părțile semnatare.
- **Autorizarea legalității** constituirii unei societăți comerciale revine judecătorului delegat. Acesta autoriza constituirea comerciantului, persoană juridică și dispune înregistrarea în registrul comerțului.
- **Înregistrarea (înmatricularea) societății comerciale** în registrul comerțului are rol constitutiv. De la data înregistrării în registrul comerțului societatea a dobândit personalitate juridică.
- **Publicarea în Monitorul Oficial** a încheierii judecătorului delegat produce efecte față de terți.
- **Autorizarea funcționarii** este în competența instituțiilor publice abilitate. De la data obținerii autorizației, comerciantul poate începe activitatea economică pentru care a fost autorizat.

IV. Actele normative care reglementează materia înregistrării și autorizării funcționarii comercianților

- **Ordonanța de urgență** a Guvernului nr. 76 din 24 mai 2001 privind simplificarea unor formalități administrative pentru înregistrarea și autorizarea funcționarea comercianților (M. Of. nr. 283 din 31 mai 2001)
- Legea nr. 26 din 5 noiembrie 1990 privind registrul comerțului, republicată, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 49 din 4 februarie 1998)
- Legea nr. 133 din 20 iulie 1999 privind stimularea întreprinzătorilor privați pentru înființarea și dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 349 din 23 iulie 1999)
- Normele metodologice nr. P/608-773 din 15/21 aprilie 1998 privind modul de tinere a registrelor comerțului și de efectuare a înregistrărilor, emise de Camera de Comerț și Industrie a României împreună cu Ministerul Justiției (M. Of. nr. 176 din 11 mai 1998)
- Hotărârea Guvernului nr. 599 din 21 iunie 2001 pentru stabilirea modelului și conținutului cererii de înregistrare și ale certificatului de înregistrare a comerciantului (M. Of. 358 din 4 iulie 2001)
- Hotărârea Guvernului nr. 616 din 27 iunie 2001 privind aprobarea taxelor percepute pentru publicarea în Monitorul Oficial al României, Partea a IV-a, a încheierii judecătorului delegat la înregistrarea comercianților și a actului constitutiv, vizat de judecătorul delegat (M. Of. nr. 373 din 10 iulie 2001)
- Ordonanța Guvernului nr. 82 din 25 august 1998 privind înregistrarea fiscală a plătitorilor de impozite și taxe, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 313 din 27 august 1998)
- Ordinul ministrului finanțelor nr. 2116 din 9 noiembrie 1998 privind aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Ordonanței Guvernului nr. 82/1998 privind înregistrarea fiscală a plătitorilor de impozite și taxe (M. Of. nr. 485 din 17 decembrie 1998)
- Hotărârea Guvernului nr. 625 din 6 iulie 2001 pentru aprobarea procedurilor de autorizare a funcționarii comercianților (M. Of. nr. 383 din 13 iulie 2001)
- Ordonanța Guvernului nr. 60 din 28 august 1997 privind apărarea împotriva incendiilor (M. Of. nr. 225 din 30 august 1997, cu modificările și completările ulterioare)

- Ordinul ministrului de interne nr. 791 din 2 septembrie 1998 pentru aprobarea Normelor metodologice de avizare și autorizare privind prevenirea și stingerea incendiilor (M. Of. nr. 384 din 9 octombrie 1998)
- Ordinul ministrului sănătății nr. 331 din 19 mai 1999 pentru aprobarea Normelor de avizare sanitară a proiectelor obiectivelor și de autorizare sanitară a obiectivelor cu impact asupra sănătății publice, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 276 din 16 iunie 1999)
- Ordinul ministrului agriculturii și alimentației nr. 103 din 6 noiembrie 1998 pentru aprobarea Normei sanitare veterinare privind condițiile sanitare veterinare și procedura de autorizare sanitară veterinară de funcționare a unităților supuse controlului sanitar veterinar și privind aprobarea efectuării de activități de export cu produse de origine animală și cu alte produse supuse controlului sanitar veterinar, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 499 din 23 decembrie 1998)
- Ordinul ministrului muncii și protecției sociale nr. 388 din 10 septembrie 1996 privind aprobarea normelor metodologice în aplicarea prevederilor Legii protecției muncii nr. 90/1996 (M. Of. nr. 249 din 15 octombrie 1996)
- Ordinul ministrului apelor, pădurilor și protecției mediului nr. 125 din 19 martie 1996 pentru aprobarea Procedurii de reglementare a activităților economice și sociale cu impact asupra mediului înconjurător, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 73 din 11 aprilie 1996)
- Legea nr. 31 din 16 noiembrie 1990 privind societățile comerciale, republicată, cu modificările și completările ulterioare (M. Of. nr. 33 din 29 ianuarie 1998)

Precizare

Noile reglementări prevăd simplificarea procedurii de autorizare a funcționării prin introducerea, în anumite situații expres prevăzute de lege, a *Declarației pe proprie răspundere* în condițiile extinderii activităților CAEN pentru care se aplică această procedură. Totodată, se prevede simplificarea conținutului cererii de înregistrare și autorizare, precum și reducerea cuantumurilor taxelor și tarifelor aferente înregistrării. Efectul imediat al acestor modificări, la care se adaugă trecerea la sistemul de lucru cu verificarea dosarelor, pe loc, este de reducere a timpului consumat de comerciant pentru solicitarea înregistrării și, în același timp, de reducere a termenului de eliberare a certificatului de înregistrare cu anexele aferente la mai puțin de 20 zile.

Adrese utile pentru București

Camera de Comerț și Industrie a României

Str. Octavian GOGA, Nr. 2, sector 3, BUCUREȘTI

Tel.: 021-322.95.35, 322.95.36, 322.95.37, 322.95.38, 322.95.39

Biroul Unic - București

ROMEXPO SA, Bd. Expoziției nr. 4, pavilioanele nr. 23, 24, 25, 36 și 37, Poarta C

Informațiile au fost furnizate de Camera de Comerț și Industrie a României și Biroul Unic.

3 întrebări despre:

Planul de afaceri . . .

și mai multe răspunsuri pentru întemeiatorul unei firme

Pentru a putea aborda problematica (aparent teoretică și formală) a planului de afaceri, prezentul capitol este structurat în cadrul a 3 întrebări simple, la care răspunsurile încearcă să convingă întreprinzătorului întemeiator al unei firme cu privire la utilitatea acestui plan de afacere ca instrument viu de conducere a propriei sale afaceri. Întrebările sunt:

CE este un plan de afaceri ?

DE CE este nevoie de un plan de afaceri ?

CARE este conținutul unui plan de afaceri ?

1. Prima întrebare: Ce este un plan de afaceri?

Pentru a înțelege ce este un plan de afaceri, trebuie definit întâi conceptul de „afacere”. O definiție neconvențională a acestui concept poate fi:

O afacere reprezintă

intenția unei persoane (fizice sau juridice)

de **a face/a întreprinde** în mod intenționat anume activități

în scopul obținerii unui profit

O afacere trebuie așadar bine pregătită, **din timp** exact așa cum atunci când îți construiești o casă, trebuie ca înainte de a te apuca de construcția efectivă, să pui pe hârtie, sub forma unui proiect **gândurile și calculele** tale.

Acest proiect **este** planul de afaceri: proiectul afacerii tale. Și evident o afacere bună necesită un plan de afaceri bine gândit.

Un plan de afaceri se bazează pe următoarele elemente:

- un întreprinzător (**omul de afaceri**), care își asumă conștient anumite riscuri și care vrea să obțină un anumit profit;
- mai multe activități care consumă resurse și care generează profit (**ideea de afacere**)
- un mediu în care se desfășoară aceste activități (**mediul de afaceri**)

2. a doua întrebare: DE CE este nevoie de un plan de afaceri?

Înainte ca zidurile halei de fabricație sau orice alte spații ale firmei tale să fie construite, firma oricărui întreprinzător se naște în mintea acestuia și parcurge câteva etape:

- ☐ la început a fost **ideea** ta de afacere
- ☐ apoi din idee s-a născut **viziunea** ta
- ☐ la care pentru a ajunge ai nevoie de o **strategie**

- ☐ și în fine pentru a aplica strategie ta ai nevoie de **planul afacerii tale**.

Iată de ce acest plan reprezintă pe de o parte **instrumentul intern** prin care tu poți conduce și controla, pentru tine, întregul proces de demarare a firmei tale.

În egală măsură planul de afaceri reprezintă și un **instrument extern**: - fiind și un instrument excelent de comunicare cu mediul economic. El spune tuturor celor din jurul tău, clienți, furnizori, parteneri strategici, finanțatori, acționari, că tu știi cu certitudine ce ai de făcut. Iar într-o economie de piață funcțională, partenerii tăi de afaceri serioși apreciază acest lucru și te vor percepe ca pe un actor pertinent al mediului economic.

3. A treia întrebare **CARE este conținutul unui plan de afaceri ?**

Nu există două afaceri la fel. Nu există două organizații la fel. Și de asemenea nu există formule magice pentru elaborarea planurilor de afaceri.

Planul de afaceri trebuie să fie un instrument de lucru, simplu, sugestiv și pragmatic.

Anumite aspecte tipice este bine să fie atinse în elaborarea planului de afaceri. Prin abordarea acestora întreprinzătorul demonstrează că are o percepție globală asupra afacerii, că înțelege toate aspectele ei, atât tehnice dar și cele financiare sau de resurse umane. Demonstrează mediului exterior (dar și celui interior) că stăpânește situația.

Un model exemplificativ de plan de afaceri este prezentat în anexă.

Principalele aspecte care pot fi avute în vedere în cadrul unui plan de afaceri sunt:

- a. Viziune, strategie
- b. Istoric, management, resurse umane
- c. Analiza pieței
- d. Analiza costurilor de operare
- e. Investiții necesare
- f. Proiecții financiare
- g. Anexe

a. Viziune. Strategie.

Cuvinte pretențioase, dar în esență atât de simple.

Totul pleacă de la viziune.

Fiecare întreprinzător are o viziune.

„Vreau să produc subansamble auto care să le vând Uzinei Dacia”

„Vreau să fabric confecții pentru copii”

„Vreau să produc și să comercializez sucuri din fructe de pădure”

„Vreau să înființez o rețea de Internet cafe”

„Vreau, vreau, vreau . . . ”

„Vreau - iată o viziune. Această viziune e de fapt obiectivul final către care vrei să te îndrepti prin afacerea ta. Calea pe care ai hotărât să pornești pentru a atinge și împlini viziunea este strategia firmei tale.

Pentru a clarifica noțiunea de strategie trebuie să răspunzi la următoarele întrebări:

- Care este esența afacerii tale. ? Ce anume va genera bani și profit ?

- Cum vrei să arate produsele / serviciile tale ?
- Ai deja un model sau un prototip ?
- Cine vor fi clienții tăi ?
- Există o ofertă comparabilă pe piață ?
- Unde vrei să ajungi într-un interval de 5 ani. Fixează-ți obiective cuantificabile !
- Care este punctul tău tare care te determină să crezi că vei avea succes ?
- Există un consens între asociați / acționari referitor la problemele mai sus menționate ?

b. Istoric. Management. Resurse Umane

Istoricul unei afaceri este foarte important pentru a înțelege afacerea în sine, afacerea din prezent. Iar afacerile nu se nasc din neant. Ele se nasc în jurul voinței unui / unor oameni, iar apoi se dezvoltă și funcționează conduse de acei oameni. Parafrazând zicala populară “omul sfințește locul” putem fără îndoială afirma că “managerul sfințește afacerea”. Managerul sau viitorul manager ar trebuie să-și pună întrebări de genul:

- ☒ Ce experiență practică aduci în afacere ?
- ☒ De ce cunoștințe teoretice dispui ?
- ☒ Ce referințe poți prezenta ?
- ☒ Este familia ta dispusă să te sprijine ?
- ☒ Dispui de mijloace financiare pentru a întreține familia în perioada dificilă de început a afacerii ?
- ☒ Dispui de mijloace financiare pentru a sprijini afacerea ?
- ☒ Dispui de aport în natură pentru a sprijini afacerea ?
- ☒ Cunoștințele / experiența ta sau a partenerului tău acoperă domeniile cheie ale afacerii ?
- ☒ De câți angajați ai nevoie ?
- ☒ Ce calificări trebuie să aibă angajații ?
- ☒ Ce nivel de salariu trebuie prevăzut ?
- ☒ Poți găsi pe piața muncii specializările necesare ?
- ☒ Ai schițat o structură organizatorică ?

O întrebare specială cu o semnificație deosebită se referă la

- ☒ Unde vei localiza sediul organizației ?

Pentru a putea avea în vedere toate criteriile ce privesc alegerea amplasamentului (locația) afacerii tale, în capitolul „anexe” este prezentat un chestionar care detaliază aceste aspecte.

c. Analiza pieței

De ce există o afacere ? Ca să vândă anume produse/servicii către piață. O analiză a pieței, a modului în care a evoluat în trecut și a modului în care se anticipează pe viitor evoluția ei sunt piloni fundamentali pentru determinarea veniturilor viitoare pe care afacerea le va genera.

Este important să răspundem la întrebări de genul:

Clienții noștri:

- ☒ Cine sunt clienții tăi
- ☒ Firme sau persoane fizice ?
- ☒ Cum se poate segmenta piața ta ?
- ☒ Cum este piața potențială împărțită din punct de vedere geografic ?
- ☒ Știi cât de mare este volumul pieței potențiale ?
- ☒ Ai un plan de acțiune pentru câștigarea clienților ?

Concurența

- ☒ Ce știi despre concurență ?
- ☒ Câți angajați au ? Ce forță de vânzare ?
- ☒ Ce cote de piață au ?
- ☒ Ce avantaje competitive au comparativ cu tine ?
- ☒ Ce strategii de preț are concurența ?
- ☒ Dar strategii de comunicare / reclamă ?

Piața

- ☒ Cum apreciezi că vor evolua vânzările ?
- ☒ Care este prognoza cererii ?

Politici de marketing

- ☒ Ai o strategie de produs ?
- ☒ Ai stabilit o politică de distribuție ?
- ☒ Ai o politică de preț și de condiții de plată ?
- ☒ Te ai gândit la o politică de imagine, de comunicare cu piața ?

Activitățile de marketing și politicile de marketing sunt prezentate pe larg în capitolul “Despre marketing în faza de lansare a unei afaceri”.

d. Analiza costurilor de operare

Acest capitol este dedicat înțelegerii și evidențierii costurilor de funcționare curentă a activității.

Realizarea lui demonstrează deopotrivă înțelegerea aspectelor tehnologice și economice, manageriale ale activității curente. Demonstrează că înțelegem fluxul tehnologic, că știm de ce infrastructură de utilități avem nevoie, câți oameni trebuie să angajăm și în ce structură trebuie să îi dispunem.

Este bine să avem în vedere și să nu omitem costuri ca de exemplu:

Costuri de înființare a firmei:

- Autorizații
- Registrul Comerțului

Costuri curente:

- Materii prime
- Materiale consumabile, materiale auxiliare,
- Costuri de personal (salariu, costuri sociale), salarii management, prime și bonusuri
- Costuri de training și formare personal
- Impozite și taxe locale
- Servicii externe
 - Contabilitate
 - Consultanță fiscală
 - Consultanță juridică
 - Consultanță în management
 - Consultanță IT
 - Consultant PR
- Costuri de spațiu
 - Spațiu de birouri
 - Spațiu de producție
 - Spațiu de vânzări
 - Spațiu de depozitare
- Cheltuiel de încălzire, gaz, curent, curățenie, reparații asigurare, apă/canal, colectare gunoi.
- Costuri cu echipamentele
 - Reparații
 - Întreținere
- Costuri cu mijloacele de transport
 - Combustibil
 - Revizie
 - Întreținere / Reparații
 - Asigurare de răspundere civilă & asigurare toate riscurile
 - Impozite
- Costuri legate de procesul de vânzare
 - Deplasări
 - Materiale de prezentare
 - Participări la târguri
- Costuri administrative
 - Deplasare
 - Materiale de birou
 - Comunicații: telefon, fax, mobil, e-mail

- Copiator
- Evidență primară și calculul salariilor
- Abonamente (ex. reviste, legislație, întreținere echipamente birou, etc.)
- Literatură de specialitate
- Impozite

e. Investiții necesare

De foarte multe ori planul de afaceri este necesar la începutul unei noi activități. Și, de cele mai multe ori, o nouă activitate presupune o investiție nouă. Din acest motiv, în acest capitol trebuie să fundamentăm în mod pragmatic, onest și realist investiția. A diminua sau a ignora aspecte conexe investiției (de. ex. infrastructura de utilități) sau de a o supradimensiona nejustificat (introducerea unor echipamente foarte scumpe, de lux) sunt greșeli frecvente care ridică imediat semne de întrebare (justificate) în mintea acționarilor, partenerilor, finanțatorilor.

Costuri de investiții:

- ➔ clădiri
- ➔ echipamente
- ➔ mașini
- ➔ alte bunuri de capital

Costuri conexe investiției:

- ➔ infrastructura
- ➔ apă
- ➔ gaz
- ➔ curent
- ➔ canalizare
- ➔ drum de acces
- ➔ reabilitări
- ➔ amenajări
- ➔ asigurarea normelor de protecția muncii, de protecția mediului

Alte costuri

- ➔ Cheltuieli de proiect / investment management
- ➔ Cheltuieli de training cu noile echipamente
- ➔ Cheltuieli pentru probe tehnologice

f. Proiecții financiare

Proiecțiile financiare nu sunt altceva decât anticipări / planificări ale situațiilor financiare ale afacerii pe viitor. Proiecțiile financiare sunt modelări matematice viitoare ale bilanțului, contului de profit și pierdere și a calculului de lichidități (cash-flow-ului) pe baza cărora se calculează eventual și anumite rate de profitabilitate a afacerii.

Proiecțiile sunt indisolubil legate de punctele c, d și e de mai sus. Aceste puncte furnizează datele de intrare în modelul matematic și dacă aceste date sunt eronate rezultatele modelului matematic al proiecțiilor financiare nu poate fi decât tot eronat și deci complet inutil.

g. Alte anexe

Evident că nu pot fi propuse formate-cadru, limitative, pentru planul de afaceri. Tu ca manager – întreprinzător trebuie să-ți alcătuești planul afacerii TALE. Poți introduce acele materiale care te pot ajuta să-ți prezinți mai bine afacerea ca de exemplu: certificate de studii/calificări ale managementului și ale resurselor umane, certificate de calitate, aprecieri de la clienți, aprecieri de la bancă, detalii tehnologice sau constructive și orice alte materiale sau documente pe care managerul - întreprinzătorul le consideră relevante în prezentarea propriei afaceri.

5. Despre marketing în faza de lansare a unei afaceri

1. Ce este marketingul ?

Un întreprinzător aflat la început de drum trebuie să conștientizeze că, din momentul începerii afacerii sale, clienții săi vor trebui să reprezinte centrul preocupărilor sale. Într-adevăr, nici o afacere nu poate supraviețui fără clienți – ei reprezintă principala sursă de finanțare a activităților organizației – orice afacere va exista atâta timp cât vor exista clienți.

Astfel, *Marketingul este procesul de management responsabil pentru anticiparea, identificarea și satisfacerea necesităților clientului, în mod profitabil.*

Acest deziderat de satisfacere a clienților este însăși rațiunea de existență a afacerii. Iar aceasta trebuie realizată mod profitabil – altfel nu mai este vorba de o afacere, ci de o acțiune instituție caritabilă.

Activitatea de marketing este o activitate importantă, reprezentând o investiție în dezvoltarea viitoare a afacerii. Dacă în prima fază, a începutului, ne vom stabili probabil singuri strategia de marketing, după ce trecem de greutățile startului trebuie să avem în vedere a apela la un profesionist, la un consultant în management.

2. Care sunt cele mai la îndemână instrumente de marketing ?

În cadrul activității de marketing, cel mai uzual se constată combinarea a 4 politici principale:

- ➔ Politica de produs
- ➔ Politica de promovare
- ➔ Politica de preț și condiții de preț
- ➔ Politica de distribuție

2.1 Politica de produs

Cea mai importantă idee a politicii de produs este **orientarea către client**. Produsul trebuie astfel conceput încât să satisfacă cât mai bine necesitățile clientului. Înainte de a concepe orice produs este esențial să știm dacă există o cerere pentru acest produs. Apoi, este important să aflăm dacă produsul respectă cerințele existente din punct de vedere tehnic, al siguranței în exploatare sau cerințele legale.

Tehnicile cele mai utilizate în cadrul politicii de produs sunt:

- analiza ciclului de viață al produsului
- analiza gamei de produse
- marca / numele produsului
- ambalarea produsului

2.2. Politica de promovare

Este totalitatea acelor acțiuni prin care mesajele noastre, referitoare la propriul produs, sunt transmise pieței țintă

Denumirea firmei ca element al politicii de promovare

„Totul începe cu numele firmei”.

Numele firmei este prima informație pe care potențialul nostru client o aude despre firma noastră. Pentru ca această primă impresie să fie și una favorabilă, numele firmei trebuie ales cu grijă și cu mult discernământ. Unele recomandări pot fi avute în vedere:

- ☐ utilizarea unor expresii străine poate constitui uneori un dezavantaj, prin dificultățile de pronunțare a numelui firmei mai ales în cazul comunicării prin telefon;
- ☐ numele firmei trebuie să fie pe cât posibil concis, sugestiv, ușor de ținut minte și mai ales original
- ☐ este important să alegem un nume cu identitate proprie, ușor de scris sau pronunțat în limba română dar și ușor de scris și pronunțat în limbi străine – dacă anticipăm că vom avea relații de afaceri cu străinii. În acest sens este bine de evitat prezența diacriticelor în nume – caractere dificil de citit sau scris pentru un străin.
- ☐ Totodată, este bine să știm că legea societăților comerciale face anumite precizări referitoare la numele firmei: de exemplu în cazul societăților cu răspundere limitată numele trebuie să conțină o referire directă la obiectul de activitate al firmei.
- ☐ Este bine să alegem 2 sau 3 variante de nume, pentru a avea o rezervă în caz că numele ales de noi este deja înmatriculat sau rezervat la Registrul Comerțului.

Politica de comunicare începe cu numele firmei, cu numele produselor, cu tot ce înseamnă identitate grafică a firmei (logo, hârtie cu antet, cărți de vizită, oferte ale firmei) și continuă cu materialele de prezentare a firmei și cu modul de ambalare al produselor.

Desigur, în funcție de posibilitățile financiare ale firmei pot fi realizate și diverse materiale de reclamă sau obiecte promoționale.

Totodată, participarea la târguri, seminare sau prezentări, implicarea în diferite manifestări științifice, de cercetare sau chiar sponsorizarea unor acțiuni cu caracter cultural, social, sportiv, etc pot constitui modalități subtile dar deseori foarte eficiente de comunicare cu piața țintă.

Ce este important de reținut este că mesajul conținut de materialele de promovare trebuie să sugereze (mai subtil sau mai explicit) clientului utilitatea produsului / serviciului Dvs. și, poate și mai important, prin ce vă diferențiați Dvs. față de concurență.

2.3. Politica de preț și de condiții de plată

Există trei mari categorii de metode de stabilire a prețului unui produs:

Prețul în funcție de costuri

În funcție de costuri: există mai multe metode de a calcula costul unui produs sau global, a unei game de produse. Peste acest cost se adaugă o marjă de profit și acesta este prețul pieței.

Prețul în funcție de cerere

O altă metodă este de a fixa prețul produsului la o valoare pe care eu consider că piața (cererea) o va accepta. Evident lucrul acesta necesită o bună cunoaștere a pieței și a prețurilor acceptabile pentru diferitele segmente ale pieței. Aceasta nu înseamnă neapărat că prețul trebuie să fie mic – comercianții de produse de lux stabilesc prețuri mari pentru că se adresează unei piețe care este dispusă (și chiar vrea) să plătească prețuri foarte mari, aceste prețuri dându-le clienților sentimentul că au achiziționat produse de foarte bună calitate, la care nu oricine are acces (accesul fiind restricționat prin prețul prohibitiv).

O altă strategie de fixare a prețului care are la bază comportamentul psihologic al cererii este cea în care prețurile se stabilesc de genul 199.000 lei, dând psihologic senzația că prețul se încadrează într-o categorie de prețuri *sub 200.000 lei*, în cazul nostru. O altă strategie psihologică este și cea în care un discount de 20% este prezentat sub forma: la patru produse cumpărate primiți unul gratuit !

Prețul în funcție de concurență

Categoric că este important să ținem seama și de acțiunile concurenței. Astfel, putem aborda prețuri similare sau ușor mai mari ca ale concurenței (știm deja că pe acestea piața le acceptă) și să comunicăm pieței avantajele competitive ale produsului nostru.

Putem totodată, mai ales în fazele de început ale afacerii, să oferim reduceri semnificative (mai mici cu 30% decât concurența) pentru a atrage cote de piață. Este recomandabil ca acest lucru să se realizeze însă numai pentru perioade limitate, pentru a nu periclita echilibrul financiar al firmei și pentru a nu da pieței percepția că produsul nostru este „ieftin” și deci probabil slab calitativ și cu utilitate redusă.

Condițiile de preț

Acestea reprezintă o altă latură fundamentală a politici de preț. Un termen de plată îndelungat poate echivala cu un reducere semnificativă, pentru că numerarul costă. Și la Dvs. în organizație, lipsa numerarului la un moment dat poate necesita apelarea la un credit pe termen scurt, operație care diminuează categoric profitul. Pot fi imaginate diferite modalități de plată care pot stimula piața să apeleze la produsele/serviciile noastre.

2.4. Politica de distribuție

Reprezintă locul și modalitatea fizică prin care produsul este vândut, de exemplu prin vânzare directă, prin comerțul en-gros sau prin comerțul en-detail.

Specificul produsului, respectiv bun de larg consum, bun de investiții, serviciu, etc. determină foarte mult alegerea canalului de distribuție.

De exemplu, bunurile de larg consum cu diferențiere redusă se pretează comerțului en-gros; pe măsură ce specializarea bunurilor crește ne vom îndrepta către comerțul en-detail iar când produsul este extrem de specializat clientului (de exemplu un soft dedicat, sau un produs de consultanță în management sau o poliță de asigurări) atunci canalul de distribuție este de cele mai multe ori vânzarea directă. O astfel de modalitate este valabilă la produsele sau serviciile personalizate, cum este cazul bunurilor industriale destinate investițiilor de exemplu.

3. Recomandări pentru IMM în faza de înființare a unei firme

- alegeți-vă un produs, o activitate pe care o stăpâniți perfect din punct de vedere tehnic
- începeți o activitate numai după ce aveți câțiva clienți siguri pentru produsul / serviciul Dvs. și anticipați că mai există și alți clienți potențiali
- Concepeți-vă produsele / serviciile după necesitățile anticipate ale clientului sau încercați să identificați clienți pentru produsele / serviciile în care dețineți avantaje competitive
- Alegeți-vă numele firmei cu atenție
- Investiți puțin timp într-o imagine grafică a firmei Dvs.
- Alegeți-vă mijloace de promovare specifice activității Dvs.
- Aveți în vedere toate cele trei politici de preț la stabilirea prețului
- Atenție la condițiile de plată – un bun management al numerarului înseamnă maximizarea cumpărărilor pe credit și minimizarea vânzărilor pe credit
- Condițiile de plată pot fi o pârgă pentru atragerea unor clienți strategici

Elemente de legislație fiscală

are la bază legislația în vigoare în septembrie 2002

1. O primă lege care reglementează modul de organizare a întreprinderilor este: **Lege nr. 31/16 noiembrie 1990 privind societățile comerciale**, care prezintă formele de organizare.

„Dispoziții generale

Art. 1. - În vederea efectuării de acte de comerț, persoanele fizice și persoanele juridice se pot asocia și constitui societăți comerciale, cu respectarea dispozițiilor prezentei legi. Societățile comerciale cu sediul în România sunt persoane juridice române.

Art. 2. - Societățile comerciale se vor constitui în una din următoarele forme:

- a) societate în nume colectiv, ale cărei obligații sociale sunt garantate cu patrimoniul social și cu răspunderea nelimitată și solidară a tuturor asociaților;
- b) societate în comandită simplă, ale cărei obligații sociale sunt garantate cu patrimoniul social și cu răspunderea nelimitată și solidară a asociaților comanditați; comanditarii răspund numai până la concurența aportului lor;
- c) societate în comandită pe acțiuni, al cărei capital social este împărțit în acțiuni, iar obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social și cu răspunderea nelimitată și solidară a asociaților comanditați; comanditarii sunt obligați numai la plata acțiunilor lor;
- d) societatea pe acțiuni, ale cărei obligații sociale sunt garantate cu patrimoniul social; acționarii sunt obligați numai la plata acțiunilor lor;
- e) societate cu răspundere limitată, ale cărei obligații sociale sunt garantate cu patrimoniul social; asociații sunt obligați numai la plata părților sociale.”

2. Altă lege cu importanță în organizarea unei firme este: **Lege nr. 133/ 20 iulie 1999 privind stimularea întreprinzătorilor privați pentru înființarea și dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii**

„**Art. 2. –** În sensul prezentei legi, întreprinzătorul este o persoană fizică autorizată sau o persoană juridică care, în mod individual sau în asociere cu alte persoane fizice autorizate sau cu persoane juridice, organizează o societate comercială, denumită în continuare întreprindere, în vederea desfășurării unor fapte și acte de comerț conform prevederilor art. 3.

„**Art. 3. -** Prin întreprindere se înțelege orice formă de organizare a unei activități economice, autonomă patrimonial și autorizată potrivit legilor în vigoare să facă acte și fapte de comerț, în scopul obținerii de profit prin realizarea de bunuri materiale, respectiv prestări de servicii, din vânzarea acestora pe piață, în condiții de concurență.

Art. 4. - (1) Întreprinderile mici și mijlocii care își desfășoară activitatea în sfera producției de bunuri materiale și servicii se definesc, în funcție de numărul mediu scriptic anual de personal, după cum urmează:

- a) până la 9 salariați - microîntreprinderi;
- b) între 10 și 49 de salariați - întreprinderi mici;
- c) între 50 și 249 de salariați - întreprinderi mijlocii.

(2) Nu se încadrează în prevederile prezentei legi societățile bancare, societățile de asigurare și reasigurare, societățile de administrare a fondurilor financiare de investiții, societățile de valori mobiliare și societățile cu activitate exclusivă de comerț exterior.

(3) Nu beneficiază de prevederile prezentei legi societățile comerciale care au ca acționar sau asociat persoane juridice care îndeplinesc cumulativ următoarele două condiții:

- a) au peste 250 de angajați;
- b) dețin peste 25% din capitalul social.

(4) Beneficiază de prevederile prezentei legi întreprinderile mici și mijlocii care realizează o cifră de afaceri anuală echivalentă cu până la 8 milioane EURO.”

.....
Art. 10. - (1) Pentru a stimula înființarea și dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii se introduce o procedură simplificată privind obținerea avizelor, autorizațiilor și licențelor de funcționare, centralizată prin camerele de comerț și industrie - birourile de asistență pentru constituirea și dezvoltarea societăților comerciale.

După ce ai găsit forma ideală pentru viitoarea ta societate comercială, ce mai trebuie să știi?

Ce impozite trebuie să plătești ...

3. Conform **Legii 414/26 iunie 2002** privind **impozitul pe profit**:

„**Art. 1. - (1)** Sunt obligate la plata impozitului pe profit, în condițiile prezentei legi, și denumite în continuare contribuabili:

- a) persoanele juridice române, pentru profitul impozabil obținut din orice sursă, atât din România, cât și din străinătate;
- b) persoanele juridice străine care desfășoară activități printr-un sediu permanent în România, pentru profitul impozabil aferent aceluși sediu permanent;
- c) persoanele juridice sau fizice nerezidente care desfășoară activități în România ca beneficiari ori parteneri împreună cu o persoană juridică română într-o asocierie sau o altă entitate ce nu dă naștere unei persoane juridice, pentru profitul realizat în România;
- d) persoanele juridice române și persoanele fizice rezidente, pentru veniturile realizate atât în România, cât și în străinătate din asocieri care nu dau naștere unei persoane juridice. În acest caz impozitul datorat de persoana fizică se calculează, se reține și se varsă de către persoana juridică;
- e) persoanele juridice străine care obțin veniturile prevăzute la art. 16, pentru profitul impozabil aferent acestor venituri.

Art. 2. - (1) Cota de impozit pe profit este de 25%, cu excepțiile prevăzute de prezenta lege.

Art. 4. - (1) Anul fiscal al fiecărui contribuabil este anul calendaristic.

Art. 7. - (1) Profitul impozabil se calculează ca diferență între veniturile realizate din orice sursă și cheltuielile efectuate pentru realizarea acestora, dintr-un an fiscal, din care se scad *veniturile neimpozabile* și se adaugă *cheltuielile nedeductibile*.

Art. 20. - (1) Plata impozitului pe profit se efectuează trimestrial, până la data de 25 inclusiv a primei luni din trimestrul următor. În acest scop profitul și impozitul pe profit se calculează și se evidențiază trimestrial, cumulat de la începutul anului.

Art. 21. - (1) În cursul anului fiscal contribuabilii au obligația de a depune declarația de impunere până la termenul de plată a impozitului inclusiv, urmând ca, după definitivarea impozitului pe profit pe baza datelor din bilanțul contabil anual, să depună declarația de impunere pentru anul fiscal expirat, până la termenul prevăzut pentru depunerea situațiilor financiare.

.....

(3) Contribuabilii sunt răspunzători pentru calculul impozitelor declarate și pentru depunerea în termen a declarației de impunere.

(4) Declarația de impunere se semnează de către administrator sau de orice altă persoană autorizată, potrivit legii, să îl reprezinte pe contribuabil.”

Conform **Ordonanței Guvernului nr. 24/2001** privind impunerea microîntreprinderilor, acestea beneficiază de alt regim de impozitare: nu plătesc impozit pe profit ci impozit pe venit.

4. Ordonanță nr. 3 din 27 iulie 1992 privind **taxa pe valoarea adăugată**

„**Art. 1.** - Taxa pe valoarea adăugată este un impozit indirect, care se stabilește asupra operațiunilor privind transferul proprietății bunurilor, precum și asupra celor privind prestările de servicii.

Valoarea adăugată, în sensul prezentei ordonanțe, este echivalentă cu diferența dintre vânzările și cumpărările aceluiași stadiu al circuitului economic. Taxa se aplică asupra valorii adăugate la fiecare stadiu al circuitului economic și reprezintă un venit al bugetului de stat.

Art. 2. - În sfera de aplicare a taxei pe valoarea adăugată se cuprind operațiunile cu plata, precum și cele asimilate acestora, potrivit prezentei ordonanțe, efectuate de o manieră independentă de către persoane fizice sau juridice, privind:

- a) livrări de bunuri mobile și prestări de servicii efectuate în cadrul exercitării activității profesionale;
- b) transferul proprietății bunurilor imobiliare între agenții economici, precum și între aceștia și instituții publice sau persoane fizice;
- c) importul de bunuri și servicii.”

Ordonanță de urgență nr. 17 din 14 martie 2000 privind **taxa pe valoarea adăugată**:

„**Art. 17.** - În România se aplică următoarele cote:

- A. Cota de 19% pentru operațiunile privind livrările de bunuri mobile și transferurile proprietății bunurilor imobile efectuate în țară, prestările de servicii, precum și importul de bunuri”

5. Foarte importante de asemenea sunt **impozitele și taxele aferente salariilor**, care sunt reglementate prin următoarele legi:

- Decret-lege nr. 54 din 5 februarie 1990 în care sunt precizate aspecte importante cu privire la **impozitul pe salarii**:

Art. 5 Încadrarea salariaților în întreprinderi mici se face pe bază de contract de muncă, cu respectarea prevederilor Codului muncii. Salarizarea se stabilește prin liberul acord al părților.

Salariații întreprinderilor mici beneficiază de drepturile de asigurări sociale ale personalului unităților de stat. Contribuția la asigurări sociale, contribuția pentru pensia suplimentară, ca și impozitul pe salarii, se plătesc de întreprindere, în condițiile prevăzute de lege pentru unitățile de stat.”

- Legea 1/ 8 ianuarie 1991 privind **Constituirea și utilizarea fondului pentru plata ajutorului de șomaj**

„**Art. 21.** - Fondul necesar pentru plata ajutorului de șomaj și a alocației de sprijin se constituie din următoarele surse:

- a) o cota de 5% aplicată asupra fondului de salarii realizat lunar, în valoare brută, de persoanele fizice și juridice române și străine cu sediul în România care angajează personal roman, precum și din veniturile realizate de persoanele fizice autorizate să presteze o activitate individuală și asociațiile familiale care își desfășoară activitatea în temeiul Decretului-lege nr. 54/1990;
- b) o contribuție de 1% din salariul de bază lunar de încadrare brut, plătită de salariații persoanelor fizice și juridice prevăzute la lit. a);
- c) o contribuție de 1% din venitul lunar în valoare brută, obținut din munca prestată de către membrii cooperăției”

- Legea 49 din 25 mai 1992 privind **modificarea și completarea unor reglementări din legislația de asigurări sociale**

Art. 2 Decretul nr.389/1972 cu privire la contribuția pentru asigurările sociale de stat se modifică și se completează după cum urmează:

Pentru persoanele fizice și juridice care folosesc personal salariat, contribuția asigurărilor sociale de stat se stabilește diferențiat, astfel:

- a) 35% asupra câștigului brut realizat de salariații încadrați în grupa I de muncă
- b) 30% asupra câștigului brut realizat de salariații încadrați în grupa a II-a de muncă
- c) 25% asupra câștigului brut realizat de celelalte categorii de salariați
- d) 15% asupra salariului brut primit, dar nu mai puțin decât salariul minim brut pe țară, în cazul personalului casnic angajat de persoane fizice pentru îngrijirea persoanelor în vârstă, handicapaților și a copiilor"

- Legea 53 din 1 iunie 1992 privind **Fondul de risc și accident:**

Art. 13. - La data intrării în vigoare a prezentei legi se constituie "Fondul de risc și de accident", din următoarele surse:

- a) cotă de 1% aplicată asupra fondului de salarii realizat lunar de regii autonome, societăți comerciale, organizații cooperatiste, de organizații economice străine cu sediul în România, de reprezentanțele din România ale societăților străine care angajează personal român și de persoanele fizice care utilizează munca salariată;
- b) donații ale persoanelor fizice și juridice din țară și străinătate, cu respectarea destinațiilor stabilite de donator;
- c) subvenție de la bugetul de stat din fondul de rezervă bugetară la dispoziția Guvernului, pentru completarea fondului în situația în care, prin sursele de la lit. a) și b), nu este acoperitor.

- Legea 145/24 iulie 1997 privind **contribuțiile la asigurările sociale de sănătate:**

„Art. 51. - Fondul Casei Naționale de Asigurări de Sănătate și fondurile caselor de asigurări de sănătate județene și a municipiului București se formează din:

- a) contribuții ale persoanelor fizice și juridice, în părți egale;
- b) subvenții de la bugetul de stat și de la bugetele locale;
- c) alte venituri.

Art. 52. - (1) Persoana asigurată are obligația plății unei contribuții bănești lunare pentru asigurările sociale de sănătate

(2) Quantumul contribuției bănești lunare a persoanei asigurate se stabilește sub forma unei cote de 7% și se aplică la venitul brut.

Art. 53. - (1) Persoanele juridice sau fizice care angajează personal salariat au obligația să rețină și să vireze casei de asigurări de sănătate teritoriale contribuția pentru sănătate datorată pentru asigurarea sănătății personalului din unitatea respectivă; acestea au obligația să anunțe casei de asigurări de sănătate orice schimbare care are loc în nivelul veniturilor.

(2) Persoanele fizice și juridice care angajează personal salariat au obligația plății contribuției pentru asigurările sociale de sănătate de 7%, raportat la fondul de salarii"

Pe lângă aceste impozitele enumerate se pot adăuga și o serie de alte taxe și impozite locale, care sunt stabilite în funcție de necesitățile locale.

Cum se poate finanța afacerea mea

Pentru determinarea surselor de finanțare adecvate afacerii pornind de la necesarul determinat în baza planului de afaceri, trebuie avute în vedere următoarele surse de finanțare:

1. Capitalul propriu
2. Creditul bancar
3. Finanțări obținute prin programe de promovare a IMM-urilor
4. Fonduri de capital de risc
5. Leasing
6. Credite de la furnizori și de la clienți
7. Credite pe efecte de comerț (factoringul și scontarea)

1. Capitalul propriu

În această categorie sunt incluse resursele proprii sau cele atrase de la parteneri privați, altele decât instituțiile financiare.

2. Creditul bancar

Pentru firmele nou înființate, băncile sunt reticente în a acorda credite. Banca are nevoie de siguranța că va primi înapoi banii acordați drept credit, și firmele nou-înființate nu oferă această garanție, din diferite motive (nu au istoric, nu au experiență, nu au foarte multe elemente care să facă din aceste firme elemente stabile în cadrul economiei).

Cu toate acestea (sau poate tocmai din acest motiv) prezentarea unei firme nou-înființate la o bancă trebuie să se facă astfel încât firma să fie pusă în cea mai bună lumină posibilă în fața băncii.

Pregătirea pentru accesarea unui credit bancar:

1. Informarea aspra liniilor de finanțare existente la instituțiile financiare (bănci, agenții de microcredite, organizații non-guvernamentale, etc.) MIMMC pune la dispoziția celor interesați broșura „Programe de finanțare IMM 2002 – 2003”, disponibilă și pe site-ul www.mimmc.ro
2. Alegerea instituției și liniei de credit în funcție de condițiile de finanțare
3. Elaborarea planului de afaceri, eventual prin apelarea la servicii de consultanță (v. Capitolul respectiv din prezenta broșură)
4. Pregătirea documentelor solicitate la bancă
5. Evaluarea corectă a garanțiilor disponibile

Greșeli frecvente la solicitarea unui credit

De foarte multe ori, la prezentarea firmei în fața băncii, întreprinzătorii fac foarte multe greșeli, unele ușor de evitat. O scurtă listă a acestor greșeli este următoarea:

1. Supradimensionarea creditului față de necesitățile afacerii
2. Supradimensionarea creditului față de posibilitățile firmei
3. Lipsa documentației necesare pentru acordarea creditului
4. Lipsa garanțiilor necesare pentru acordarea creditului

Garanții

Evident, pentru obținerea de la bancă a unei finanțări, întreprinzătorul trebuie să ofere băncii anumite garanții reale pentru rambursarea creditului.

Garanțiile reale sunt reprezentate de imobilele, echipamentele, automobilele pe care întreprinzătorul sau firma sa le au în posesie și pe care sunt dispuse să le ipotecheze sau gajeze în favoarea băncii în vederea acordării creditului.

Prin Legea Bancară nr. 58 / 1998, băncile nu pot oferi credite rambursabile fără a-și securiza investițiile. Așadar, băncile solicită garanții (de preferință imobiliare) care să acopere aproximativ 120% din valoarea creditului plus dobânda. Găsirea acestor garanții, în special pentru firmele tinere, aflate pe piață de doi – trei ani este practic imposibilă, dacă firma nu are în patrimoniul său astfel de garanții.

Pe de altă parte, băncile doresc o garanție cât mai lichidă și exigibilă, pentru că nu doresc să se transforme în agenții imobiliare.

Pentru oferirea altor tipuri de garanții decât cele imobiliare există diverse formule (fonduri de garantare, re-garantare, scrisori de garanție din partea altor bănci, etc.).

Cele mai cunoscute sunt **fondurile de garantare de credite**. Aceste fonduri garantează prin scrisori de garanție firmele care doresc să obțină un credit rambursabil.

În România, există trei fonduri de garantare sunt:

- Fondul Național de Garantare a Creditelor pentru IMM: acest fond s-a înființat în vederea acordării de garanții pentru a facilita accesul IMM-urilor la sursele de finanțare. Garanțiile pentru IMM-uri se acordă în valoare de maxim 75% din valoarea creditului și poate garanta o sumă de maxim 300.000 €. (*puteți citi o prezentare detaliată a acestui fond în Anexă*)
- Fondul Român de Garantare a Creditului
- Fondul de Garantare a Creditului Rural.

3. Finanțări obținute prin programe de promovare a IMM-urilor

Cunoscându-se reticența băncilor în a acorda credite firmelor noi, există programe de finanțări, mai ales nerambursabile care se adresează exact sectorului de întreprinderi nou-înființate.

Fiind finanțări nerambursabile, există un model foarte clar de documentație care trebuie întocmit. Documentația astfel realizată intră într-un proces de competiție cu alte documentații ale altor firme nou-înființate și cele mai bune proiecte primesc finanțare.

Aceste tipuri de programe suport pentru IMM-uri sunt atât finanțări rambursabile cât și finanțări nerambursabile.

Finanțările rambursabile constau în finanțarea anumitor bănci din banii publici, iar banca refinanțează IMM-urile. În acest caz, dobânda este mai scăzută decât dobânda pieței.

Finanțările nerambursabile reprezintă ajutoare financiare acordate IMM-urilor, ajutoare care provin în principal din două surse:

1. Bugetul de Stat
2. Uniunea Europeană sau alte organizații internaționale

Detalii suplimentare puteți găsi în broșura editată de MIMMC, „Programe de finanțare IMM 2002 – 2003”, disponibilă și pe site-ul www.mimmc.ro

4. Fondurile de capital de risc

Prin sistemul fondurilor de capital de risc, întreprinzătorul primește un partener în afacere, care aduce o sumă importantă de bani ca aport la capitalul social al societății. În general, fondul dorește să fie acționar minoritar la societate și să-și retragă participarea în aproximativ cinci ani.

Acest tip de asociere cu un fond de capital de risc prezintă un mare inconvenient: întreprinzătorul trebuie să participe cu o sumă mai mare decât a fondului, pentru ca fondul să-și păstreze poziția de acționar minoritar.

În afară de acest lucru, în România, fondurile de capital de risc nu sunt destinate în special IMM-urilor, ci mai ales firmelor mari care doresc o infuzie de capital pentru o anumită perioadă. Evident, există posibilitatea ca un fond de risc să dorească să fie partener și cu o firmă nou-înființată.

În cazul în care un întreprinzător convinge un fond de capital de risc să i se alăture într-o afacere, atunci firma respectivă are trei mari avantaje:

1. Primește o infuzie de capital pe o perioadă îndelungată, timp în care nu trebuie să plătească dobânzi
2. Această infuzie de capital nu figurează în evidențele firmei ca datorii ci ca surse financiare proprii (este aport la capitalul social)
3. Odată cu banii, fondul aduce și specialiștii săi care vor asista întreprinzătorul la managementul firmei.
- 4.

5. Leasingul

Leasingul (crédit-bail) este o formă specială de realizare a operației de creditare pe termen mediu și lung pentru procurarea de echipament industrial.

Leasingul se poate realiza prin societățile de leasing unde solicitantul de echipament industrial poate apela la această formă de creditare. Echipamentul se cumpără de către societatea de leasing și se închiriază ulterior solicitantului. De multe ori, solicitantul însuși este mandatat în numele societății de leasing să cumpere echipamentul de care are nevoie. Contractul de leasing se va încheia apoi între societatea de leasing și solicitant și prin acest contract solicitantul primește în folosință echipamentul. Această formă de leasing se mai numește și leasing comercial, și reprezintă forma principală de leasing.

Alte forme de leasing sunt **lease-back** și **time-sharing**.

1. În forma de **lease-back**, posesorul echipamentului se confundă cu solicitantul care are nevoie urgentă de bani. În acest caz, el vinde utilajul unei societăți de leasing, închiriindu-l apoi de la aceasta.
2. În forma de **time-sharing** sunt mai mulți solicitanți care vor să utilizeze același echipament, dar fiecare îl folosește o anumită perioadă de timp. De exemplu, trei societăți vor să construiască fiecare câte o hală de producție. Pentru aceasta nu vor cumpăra fiecare câte o macara, ci vor închiria toate trei o singură macara urmând să o folosească cu rândul.

Indiferent de forma în care se face leasingul, la sfârșitul perioadei, solicitantul are opțiuni:

1. încetarea contractului;
2. continuarea lui pentru o nouă perioadă de timp;
3. cumpărarea utilajului la prețul prestabilit.

Leasingul se face de către bancă sau de către o societate specializată de credit. Documentele care se vor prezenta vor fi cererea de creditare, ultimele două bilanțuri, ultimele două balanțe, factura pro-formă a obiectului leasingului, extrasele de cont. Societatea de leasing va cumpăra pe numele său obiectul leasingului prin contract de vânzare-cumpărare, și apoi îl va închiria societății creditoare prin contract de închiriere.

6. Credite de la furnizori și de la clienți

Finanțarea prin această metodă este numai pe termen scurt, și este una din cele mai ieftine finanțări.

Un cumpărător cumpără un produs de la un furnizor, și se obligă să-l plătească peste o perioadă de timp. În tot acest timp, el folosește în interesul firmei proprii banii pe care ar fi trebuit să-i achite furnizorului. Invers, un cumpărător achită unui furnizor o sumă de bani, iar acesta livrează bunul sau prestează serviciul la o dată ulterioară. În toată această perioadă, furnizorul poate să folosească banii clientului în interesul firmei proprii. Aceste forme de credit se numesc credite reale. Acest tip de finanțări reciproce este foarte răspândit în Europa și cunoaște extindere și în România, datorită mecanismelor economiei de piață.

Evident, acest tip de finanțare reciprocă se face între parteneri de afaceri care prezintă încredere unul pentru celălalt, iar sumele care se vehiculează nu sunt foarte mari, dar sunt suficiente pentru a optimiza fluxul de numerar al unei firme pentru o perioadă scurtă de timp.

Creditele pe efecte de comerț (factoringul și scontarea)

Ce este factoringul

Factoringul reprezintă o formă de creditare pe termen scurt acordată de bănci comerciale prin compensarea creditului furnizor. Creditul se garantează cu o factură înainte de scadență. Factura apare dintr-un contract de vânzare - cumpărare între un furnizor și un cumpărător.

De fapt, din punct de vedere juridic factoringul reprezintă un contract încheiat între bancă (factor) și client (aderent) prin care factorul (banca) se obligă să plătească la prezentarea documentelor care atestă o creanță comercială o anumită sumă de bani în schimbul unui comision.

Suma de bani pe care o plătește banca la prezentarea facturilor poartă denumirea de finanțare imediată sau factoring disponibil. Suma de bani pe care banca o achită în momentul încasării facturilor poartă denumirea de finanțare la încasare sau factoring indisponibil.

În cazul în care există o factură achitabilă la scadență, dar necesitatea de bani apare înainte de scadență, atunci factura va fi achitată de către bancă la un preț mai mic decât cel înscris pe factură, urmând ca banca să încaseze prețul total. Din diferența între prețul plătit de bancă și cel încasat de ea la scadența facturii, banca își acoperă cheltuielile și se formează profitul ei. Banca va cumpăra, practic, factura la un preț mai mic.

Ce este scontarea

Scontarea reprezintă o formă de creditare pe termen scurt acordată de bănci comerciale prin achitarea înainte de scadență a unor efecte comerciale (trate, bilete la ordin, etc.).

Scontarea reprezintă o operațiune de cumpărare de către bănci a efectelor de comerț deținute de clienții lor în schimbul acordării creditului de scont și reținerii de către bancă a unei sume denumită *agio* formată din valoarea scontului adunată cu comisioanele. Ca orice operațiune de creditare, scontarea presupune depunerea unei garanții stabilite de comun acord și concretizate printr-un procent aplicat la valoarea nominală a efectelor scontate.

Un efect comercial reprezintă un angajament pe care un trăgător îl ia în numele unui tras în favoarea unui beneficiar. De exemplu, un plătitor (trăgător), depune banii la o bancă comercială (trasul) și emite un cec (efectul comercial) către un furnizor (beneficiarul), urmând ca furnizorul (beneficiarul) să recupereze banii de la banca comercială (trasul) la scadență prin prezentarea cecului (efectul comercial). În cazul în care beneficiarul are nevoie de bani înainte de scadență, el poate sconta efectul comercial respectiv la o bancă comercială, urmând ca banca să-l onoreze la o sumă mai mică decât cea înscrisă pe efectul comercial, și să recupereze la scadență banii de la tras, sau să resconteze efectul comercial înainte de scadență la altă bancă sau chiar la Banca Națională.

Scontarea, rescontarea și factoringul se fac din rațiuni financiare (un leu pe care îl avem astăzi, valorează mai mult în valoare actuală decât cinci lei peste doi ani, chiar dacă nu sunt erodați de inflație).

Totuși, care este cea mai bună sursă de finanțare

În momentul înființării unei firme, cel mai bun lucru posibil este startul prin forțe proprii. De aceea, este recomandat un început, posibil mai modest, dar care să fie continuat printr-o dezvoltare susținută a activității firmei.

Indicatori financiari ai unei afaceri

Care poate fi și afacerea ta

Atunci când mergem la doctor, doctorul ne evaluează starea sănătății spunându-ne o serie de „indicatori” (tensiunea, temperatura, greutatea, numărul de globule albe, roșii, etc).

La fel ca indicatorii de sănătate pe care doctorul ni-i prezintă, firma are o „sănătate financiară”. Această sănătate financiară poate fi exprimată printr-o serie de indicatori simpli și pe care oricine și-i poate calcula. Evident, lista de indicatori care urmează nu-și propune să fie exhaustivă, oricând acești indicatori pot fi combinați într-o infinitate de moduri, în funcție de aspectul pe care dorim să-l evidențiem.

Se pune întrebarea „ce relevanță au acești indicatori în cazul unei firme aflată în faza de elaborare a planului de afaceri?” Iar răspunsul poate fi „foarte mare, pot face diferența dintre succes și faliment”.

În faza de plan de afaceri, după ce toate previziunile au fost realizate, indicatorii importanți ce trebuie calculați sunt în principal doi:

1. Venitul net actualizat total (VNAT)

2. Rata internă de rentabilitate (RIR)

Înainte de prezentarea acestor indicatori trebuie explicat ce importanță are elementul timp într-o afacere.

În momentul în care ai întocmit planul de afaceri, ai stabilit anumite fluxuri de bani (fluxuri de plăți și fluxuri de încasări). Aceste fluxuri au loc la momente diferite, în timp (faci anumite plăți la începutul anului, pentru a cumpăra un utilaj și încasezi la mijlocul sau la sfârșitul anului valoarea produselor realizate cu acel utilaj). În planul de afaceri, când ai calculat aceste fluxuri, le-ai calculat la valoarea pe care o vor avea atunci (la începutul, mijlocul, respectiv sfârșitul anului).

Din punct de vedere economic este foarte util compararea fluxurilor apărute în diferite momente în timp. Dar, pentru o ca această comparație trebuie să fie utilă, trebuie ca toate fluxurile monetare (plăți sau încasări) să fie estimate în același moment, în timp. Luarea în calcul a timpului pentru fluxurile financiare se numește „actualizare” (aducerea la momentul actual al fluxurilor financiare). Actualizarea constă în „dotarea” fiecărui flux monetar cu un coeficient de actualizare pentru a se putea ține cont de momentul în care el se execută efectiv. Un flux monetar viitor în sumă „ F ” este depreciat în raport cu un flux precedent de aceeași sumă. Deprecierea apare în virtutea faptului că o încasare obținută mai târziu privează beneficiarul de posibilitatea de utilizare pe care i le-ar permite o utilizare imediată.

Pentru un flux monetar vom avea următoarea relație:

$$F_n = F_0 \times (1+i)^n$$

$$F_0 = \frac{F_n}{(1+i)^n} = F_n \times (1+i)^{-n}$$

$$\frac{1}{(1+i)^n} = (1+i)^{-n} = a = \text{coeficient de actualizare (măsoară deprecierea fluxului monetar);}$$

F_n = fluxul neactualizat

F_0 = fluxul actualizat

n = număr de unități de timp;

i = rata de actualizare (mai mare cu 1-2% decât costul capitalurilor pe termen lung, la piața financiară, la resursele plasate și permanent mai mare decât rata inflației)

Pentru înțelegerea actualizării, vom folosi următorul exemplu:

Firma ABC SRL calculează valoarea actualizată a unui flux financiar (vom considera că este încasare) în valoare de 1.000.000 de lei, flux ce va apare peste 5 luni.

Pentru a calcula coeficientul de actualizare, firma folosește pentru i o valoare anuală de 40%, ceea ce înseamnă o valoare lunară de 3,33%, respectiv de 16,66% pentru 5 luni

$$\text{Astfel, } a = \left(1 + \frac{16,66}{100}\right)^{-5} = 0,462$$

Fluxul actualizat este: $F_0 = 1.000.000 \times 0,462 = 462.664,37 \text{ lei}$

Iată cum, un flux în valoare de 1.000.000 de lei pe care îl voi încasa peste 5 luni, valorează în acest moment numai 462.664 de lei, pentru o rată a capitalurilor de 40%. Altfel spus, dacă soliciți plata sumei de 1.000.000 de lei cu cinci luni înainte, ai dreptul să primești suma de 462.664 lei. Orice leu în plus peste această sumă este profit, orice leu sub această sumă este pierdere.

Venitul net actualizat total (VNAT)

Venitul net actualizat total adună matematic toate plățile și încasările estimate, actualizate la momentul efectuării investiției. Pentru calcularea venitului net actualizat total se scade investiția (mai întâi investești banii) și se adună încasările realizate.

Pentru exemplificare, vom considera aceeași firmă ABC SRL.

Datele pentru acest exemplu sunt:

1. Prima investiție este de 750.000 lei și se face cu două luni înainte de momentul actual
2. A doua investiție este de 250.000 de lei și se face la momentul actual
3. Prima încasare este de 1.000.000 lei și se face după 3 luni
4. A doua încasare este de 500.000 lei și se face după 6 luni (alte 3 luni după prima încasare).
5. Costul capitalurilor este de 40% anual, ceea ce înseamnă 3,33% lunar

Datele de mai sus sunt prezentate în tabelul următor:

Moment în timp	Activitate	Actualizări	Comentarii
n-1	Prima investiție	- 853.333,33	Este mai mare la valoare actualizată pentru că este investiție și a fost făcută înainte de momentul actual; dacă ai fi investit cei 750.000 de lei cu 40% anual la o bancă, asta este suma pe care ai fi obținut-o.
n	A doua investiție	- 250.000	este la momentul actual
n+1	Prima încasare	+ 751.314,80	câștigi mai puțin, de fapt, din cauza mecanismului prezentat anterior
n+2	A doua încasare	+ 167.448,99	
	VNAT	-184.569,54	NEGATIV!

Cele patru fluxuri sunt calculate după metoda descrisă anterior. VNAT este calculată ca fiind suma algebrică a tuturor valorilor.

Exemplul demonstrează cum o afacere care la prima vedere părea foarte rentabilă, de fapt, se va încheia cu pierdere.

Semnificația economică a VNAT este următoarea:

1. În cazul în care **VNAT > 0**, se reconstituie fondurile inițiale și se degajă un surplus. Proiectul exercită o influență favorabilă asupra societății și trebuie acceptat.
2. În cazul în care **VNAT = 0**, se reconstituie fondurile inițiale, dar nu se degajă surplus.
3. În cazul în care **VNAT < 0**, nu se reconstituie fondurile inițiale, și proiectul trebuie respins.

Privind exemplul de mai sus, înțelegem cum un proiect care la prima vedere părea că aduce un profit de 50% din investiție, de fapt, se va încheia cu pierdere.

Aplicarea acestui indicator are două dificultăți:

1. Previzionarea cash-flow-urilor în viitor este foarte dificilă în lipsa contractelor ferme de desfacere. Sunt necesare atunci, studii tehnice și comerciale.
2. Alegerea ratei de actualizare i (costul capitalurilor) este foarte dificilă și se modifică la rândul ei, iar VNAT este foarte sensibilă la actualizare. În cazul în care avem două proiecte, fiecare poate fi mai bun decât celălalt, pentru două rate de actualizare diferite. Este posibil să ajungem chiar la rezultate contradictorii. Rata de actualizare care se constituie în costul resurselor apare sub formă de dividende plătite acționarilor, în cazul resurselor proprii, și ca dobândă plătită creditorilor, în cazul resurselor împrumutate.

VNAT se poate calcula pentru perioade indiferent cât de mari sau scurte, dar alegerea i este foarte dificilă, pentru că i se poate modifica de-a lungul timpului, influențând în mod decisiv valoarea VNAT.

Rata internă de rentabilitate (RIR)

Rata internă de rentabilitate este acea valoare a lui i pentru care VNAT este 0. Altfel spus, rata internă de rentabilitate este costul maxim pe care întreprinderea ar putea să-l suporte pentru finanțarea unei investiții. Pentru aflarea ratei interne de rentabilitate se vor calcula două valori ale valorii nete actualizate totale în funcție de două rate de actualizare astfel încât cele două valori ale valorii nete actualizate totale să fie de semn opus și la o diferență de cel mult 5%. Apoi se va aplica următoarea formulă de calcul:

$$RIR = i_{\min} + (i_{\max} - i_{\min}) \times \frac{VNAT_{(+)}}{VNAT_{(+)} - VNAT_{(-)}}$$

Această formulă de calcul este prezentată doar cu titlu informativ, pentru că există foarte multe programe informatice care calculează această rată foarte rapid, oferind datele necesare pentru calculul VNAT.

Rata internă de rentabilitate trebuie să fie comparată cu costul mediu ponderat al resurselor de finanțare ale investiției (dobânzi, comisioane bancare, etc.) – CMPR.

Rata internă de rentabilitate are următoarele semnificații:

În cazul în care $RIR > CMPR$ înseamnă că investiția este justificată întrucât se compensează costurile de finanțare.

În cazul în care $RIR \leq CMPR$ înseamnă că investiția este dezavantajoasă pentru societate, pentru că nu permite costuri de finanțare.

Este util, având în vedere incertitudinea din mediul economic, să calculezi atât VNAT cât și RIR folosind diferite rate de actualizare și diferiți timpi de efectuare a investițiilor și de realizare a încasărilor. Atât rata de actualizare cât și timpii de plată sau încasare influențează VNAT, care, la rândul ei, influențează RIR.

Valoarea netă actualizată totală și rata internă de rentabilitate aduc informații foarte precise, dar parțiale. Concluziile evaluării financiare nu decid singure oportunitatea investiției, sunt necesare studii de piață, studii tehnice, etc.

După începerea investiției, sunt foarte mulți indicatori care trebuie să fie calculați.

Cei mai importanți sunt indicatorii de

3. Lichiditate
4. Solvabilitate
5. Rentabilitate.

3. Rata de lichiditate totală și rata de lichiditate imediată

Rata de lichiditate totală reprezintă pur și simplu raportul dintre activele bilanțiere lichide sau ușor de transformat în bani și obligațiile de plată pe termen scurt:

$$L_t = \frac{A_{pl}}{P_E}$$

A_{pl} = activele patrimoniale bilanțiere lichide (se vor lua în calcul conturile 531, 512, titluri de credite, etc.) sau care pot fi transformate în scurt timp în bani lichizi (se vor lua conturile 300, 301, 331, 332, 361, 371, 411);

P_E = pasive bilanțiere, care reprezintă obligații de plată pe termene scurte: credite pe termen scurt și ratele aferente creditelor pe termen lung și mediu scadente în cursul anului, dobânzi, datorii, împrumuturi, furnizori, salarii, impozite asimilate, etc.

Când calculăm lichiditatea totală nu se vor lua în calcul următoarele active:

1. valoarea materiilor prime, materiale, producția netă semnificativ inutilizabilă și fără posibilități certe de valorificare (comenzi sistate, contracte reziliate, etc.)
2. valoarea producției finite fără comenzi sau contracte, care nu au desfacerea asigurată, servicii, bunuri, producție facturată, mărfuri cu caracter litigios și fără posibilități certe de încasare.
3. debitori litigioși, greu de încasat.

Lichiditatea totală arată capacitatea economică a clientului de a acoperi obligațiile de plată exigibile sau cu scadență imediată prin mijloacele sale bănești sau/și prin elementele patrimoniale active care se pot transforma, de regulă, până la 12 luni în mijloace bănești.

Lichiditatea totală trebuie să fie de minimum 100 %.

Rata de lichiditate imediată reprezintă raportul dintre activele bilanțiere lichide și obligațiile de plată pe termen scurt. Diferența față de rata de lichiditate generală o reprezintă faptul că aici nu se mai iau în calcul activele ce pot fi transformate în bani.

Pentru firmele care au pierderi, valoarea activelor luate în calcul se va diminua cu valoarea pierderilor înregistrate.

Valoarea optimă a lichidității imediate trebuie să fie minim 90%, dar trebuie să tindă spre 100%.

4. Solvabilitatea patrimonială

Solvabilitatea patrimonială arată gradul în care capitalul social și rezervele firmei asigură acoperirea creditelor și împrumuturilor.

$$S.P. = \frac{C.S.+R.}{(C.S.+R.) + C.I.} \times 100$$

$S.P.$ = indicatorul solvabilității patrimoniale;

$C.S.$ = capitalul social vărsat;

R = rezerve;

$C.I.$ = volumul total al creditelor pe termen scurt, mediu și lung și al datoriilor asimilate.

Valoarea optimă a solvabilității patrimoniale trebuie să fie cuprinsă între 40% și 60%.

5. Rentabilitatea

Acest indicator se va calcula în două etape: rentabilitatea capitalului social și rentabilitatea în funcție de cifra de afaceri.

Rentabilitatea capitalului social și rezervelor

Rentabilitatea capitalului social exprimă rata profitului net de exploatare în raport cu capitalul social și rezervele utilizate. Se consideră necesară luarea în calcul a profitului net estimat pe un an.

$$R_{cs} = \frac{PN}{CS + R} \times 100$$

R_{cs} = indicatorul ratei rentabilității capitalului social;

PN = profitul net din exploatare;
 CS = capitalul social;
 R = rezerve.

Rentabilitatea în funcție de cifra de afaceri

Rentabilitatea în funcție de cifra de afaceri reprezintă capacitatea firmei să obțină un anumit nivel de profit la un anumit nivel de vânzări (marja de profit la vânzări), în funcție de condițiile concrete de producție (tehnice, organizatorice, management).

$$R_r = \frac{PN}{CA} \times 100$$

R_r = indicatorul ratei rentabilității în funcție de cifra de afaceri;
 PN = profitul net de exploatare;
 CA = cifra de afaceri.

Un nivel bun al rentabilității depășește în ambele cazuri valoare de 10 %.

Nivelul diferit al rentabilității clienților în cadrul aceleiași ramuri impune cunoașterea poziției lor în cadrul ramurii, se face utilă compararea rezultatelor obținute cu indicatorul mediu pe ramură, dacă acesta se cunoaște.

Indicatorii prezentați la punctele 3 – 5 sunt cei mai frecvent utilizați, dar trebuie aplicați într-o manieră selectivă și nu automată. Folosirea acestor indicatori nu are decât o utilizare limitată dacă nu este însoțită de interpretări și observații asupra lor. Administratorul firmei, care reprezintă decidentul într-o afacere, trebuie să știe că acești indicatori trebuie analizați și evaluați în lumina caracteristicilor sectorului de activitate în care firma lucrează, tipul proiectului analizat și conjuncturii economice la momentul respectiv.

Evident, că toți indicatorii sunt foarte sensibili la micile greșeli; de aceea, este foarte util ca pentru calcularea acestor indicatori, să apelați la specialiști. Aceste firme, pot realiza pentru afacerea ta și diferite analize de sensibilitate, care arată cum se va comporta firma ta, în cazul în care apar schimbări în mediul economic (schimbări inerente și independente de voința noastră). Așadar, astfel vei putea fi pregătit pentru orice.

Calculația costurilor și bugetarea – instrumente de conducere pentru IMM

1. Calculația costurilor

Costurile reprezintă consumuri de resurse determinate de activitățile firmei, exprimate monetar. Aceste resurse pot fi de materii prime, personal, capacități de producție, etc și sunt exprimate în mod sintetic prin aceeași unitate de măsură – leul.

Tipuri de costuri

Costuri directe - indirecte

În funcție de legătura cu produsul final costurile se împart în:

Costuri directe (sunt costuri care pot fi regăsite în totalitate în produsul finit sau în serviciul prestat) Ex. materii prime, manoperă, energie.

Costuri indirecte (sunt costuri care apar în procesul de realizare a produsului dar nu se regăsesc direct și complet în produsul finit / serviciul oferit)
Ex. salarii management, cheltuielile biroului,

Costuri variabile - fixe

În funcție de variația relativ la volumul producției costurile se împart în:

Costuri variabile: variază direct proporțional cu volumul producției
(materii prime, materiale, manoperă)

Costuri fixe: rămân relativ fixe odată cu modificarea volumului producției
(chirie spații, amortizare echipamente)

Costurile, calculația și controlul costurilor fac obiectul unei ramuri a managementului, contabilitatea managerială sau, utilizând terminologia de proveniență franceză, contabilitate de gestiune.

În România, contabilitatea de gestiune este reglementată potrivit legii 82/1991, republicată în 2002 :

Art. 1. - (1) Societățile comerciale, societățile/companiile naționale, regiile autonome, institutele naționale de cercetare-dezvoltare, societățile cooperatiste și celelalte persoane juridice cu scop lucrativ au obligația să organizeze și să conducă contabilitatea proprie, respectiv contabilitatea financiară, potrivit prezentei legi, și contabilitatea de gestiune adaptată la specificul activității.

Deci contabilitatea de gestiune este o obligație a fiecărui agent economic, în principal în scopul determinării valorii stocurilor de producție finită sau neterminată, date pe care contabilitatea de gestiune le furnizează către contabilitatea financiară, dar și în scopul furnizării de informații către managementul firmei în ceea ce privește rentabilitatea unui produs sau a unei activități.

Totodată, conform regulamentului de aplicare a legii 82/1991,

Contabilitatea de gestiune se organizează de către fiecare unitate patrimonială în funcție de specificul activității și necesitățile proprii, având ca obiective principale următoarele: calcularea costurilor, stabilirea rezultatelor și a rentabilității produselor, lucrărilor și serviciilor executate; întocmirea bugetului de venituri și cheltuieli pe feluri de activități, urmărirea și controlul executării acestora în scopul cunoașterii rezultatelor și furnizării datelor necesare fundamentării deciziilor privind gestiunea unității patrimoniale și altele.

Metode de calculație a costurilor

În mod curent, pe plan internațional, se utilizează 3 metode majore de calculație a costurilor:

- metoda absorbției
- metoda costurilor directe
- metoda ABC (costurilor în funcție de activități)

Aceste trei metode prezintă fiecare avantaje și dezavantaje, alegerea uneia dintre metode fiind determinată de specificul activității firmei. Este recomandabil ca pentru proiectarea sistemului potrivit de contabilitate managerială și eventual a sistemului informatic adecvat să se apeleze la un consultant în management.

2. Bugetarea

Realizarea unui **buget** reprezintă o planificare a firmei, pentru o perioadă viitoare (cel mai curent un an), exprimată în termeni monetari.

Realizarea bugetului este utilă pentru că:

- ➔ permite cuantificarea obiectivelor viitoare ale organizației în expresii monetare
- ➔ Obligă managementul proiecteze evoluția organizației în viitor
- ➔ Este un mecanism de alocare a resurselor existente
- ➔ Asigură un cadru de control

Există două metode principale de a realiza un buget:

Metoda incrementală

Este metoda tradițională de a realiza un buget. Ea se bazează pe volumul de cheltuieli din anul curent care se ajustează în funcție de creșterea / descreșterea prevăzută a activităților firmei sau se corectează cu indicele inflației.

Aceasta este o metodă rezonabilă, atâta timp cât cheltuielile din exercițiul curent sunt făcute cu maximum de eficiență. Este o metodă adecvată pentru a bugeta de exemplu volumul salariilor din anul viitor, care pot fi estimate pornind de la salariile curente ajustate cu inflația și cu eventualele mărimi pe care le preconizăm în anul viitor.

În general este o metodă inefficientă, deoarece stimulează cheltuirea unor bani chiar dacă nu este nevoie, doar *pentru a ne încadra în buget*. Iar inefficientele din trecut sunt perpetuate pentru că nivelele de costuri nu se schimbă de la un an la altul.

Din acest motive au fost dezvoltate și alte metode de bugetare:

Metoda „în care pornim de la 0”

În cadrul acestei metode pornim de la o cheltuială de bază egală cu 0. Fiecare element de cheltuială din buget trebuie justificat în întregime pentru a fi prins în bugetul viitor.

În realitate nu este totdeauna nevoie să pornim de la 0, ci putem porni de la nivelul curent al cheltuielilor și ne putem întreba „ce s-ar întâmpla dacă respectivul element de buget ar fi modificat: scăzut, mărit sau eliminat?”. În acest fel fiecare element de buget este evaluat prin prisma costului sau beneficiului care-l generează.

Implementarea unui sistem de „bugetare pornind de la 0” implică mai mulți pași – este recomandabil să apelezi la un profesionist în cazul în care activitatea Dvs. este complexă. Important este că această metodă de bugetare vă va determina ca, în procesul de realizare a bugetului viitor, să vă puneți întrebări de genul:

- Activitatea respectivă este necesară în realitate ?
- Care ar fi consecințele dacă activitatea nu ar fi derulată ?
- Nivelul curent de cheltuieli este suficient ?
- Există alte modalități de a derula / finanța activitatea ?

- Oare cât ar trebui să coste în realitate activitatea ?
- Cheltuială induce un beneficiu într-adevăr valoros ?

3. De ce este necesară calculația costurilor și bugetarea

Evident atâta timp cât calculația costurilor (contabilitatea managerială sau de gestiune) nu este menționată în mod expres ca fiind obligatorie pentru o întreprindere și la fel nici bugetarea, o întreprindere fie ea mică și mijlocie, aparent se poate lipsi de aceste activități. Ele implică oarecare costuri: de personal, de echipamente de calcul, de achiziție a unui soft. Iar atunci a nu le realiza poate fi aparent o sursă de economie.

O astfel de concepție sau de mentalitate este extrem de dăunătoare. Iată câteva exemple de posibile implicațiile negative ce se manifestă în cazul unui IMM care ignoră aceste instrumente de conducere:

- ☐ nu am nici o fundamentare asupra costurilor cu care realizez produsele sau serviciile mele; ca urmare fie le vând pe piață cu un preț care nu-mi acoperă cheltuielile și atunci nu am profit, fie refuz un client și sunt lipsit de o încasare în cazul în care consider în mod empiric și cel mai adesea greșit că prețul propus de client nu este acceptabil;
- ☐ nu am un control riguros asupra consumului de resurse, fie că este vorba de salariați, de materii prime sau de alte categorii de resurse (de ex. amortizarea echipamentelor)
- ☐ nu pot diferenția, pe ansamblul firmei mele, compartimentele, activitățile sau persoanele care lucrează eficient de cele care irosc în mod ineficient resursele; ce poate fi mai dăunător pentru profitabilitatea unei organizații decât lipsa unei motivații pentru a lucra eficient în folosul organizației și al individului;
- ☐ fără un buget de venituri și cheltuieli pe o anumită perioadă (de exemplu un an) pur și simplu ca întreprinzător sunt lipsit de instrumentul elementar de control al profitabilității afacerii mele;

dacă în ultimul timp ai constatat că profitul realizat este prea mic sau chiar inexistent,

dacă ai remarcat o scădere a profitabilității și productivității pe ansamblul afacerii tale,

dacă ai constatat că nu reușești să găsești clienți pe o piață pe care concurența totuși îi găsește

dacă nu poți să-ți returnezi creditele

dacă dividendele tale sunt sub așteptări

atunci înainte de a afirma în mod fatalist că te paște ghinionul

încearcă să reflectezi asupra necesității introducerii în firma ta a unui sistem de calculație a costurilor și de bugetare

pe înțelesul tuturor . . .

Bilanțul, Contul de profit și pierderi și Fluxul de numerar

1. O întrebare: Un întreprinzător trebuie să știe contabilitate?

La această întrebare pot exista mai multe răspunsuri pe care le delimităm între următoarele extreme:

- ❑ **întreprinzătorul „expeditiv”**
pe mine nu mă interesează ce scrie în aceste hârtii pe care le semnez „ca primarul”. Asta e treaba contabilului meu! De aia îl plătesc, ca să le facă, la timp și să mi le pună sub nas să le semnez. Eu am alte treburile mai importante!
- ❑ **întreprinzătorul „super-meticulos”**
toate rapoartele contabile, fie că e vorba de bilanț sau de altele, le fac eu cu mâna mea. Trebuie să știu tot ce scrie în ele. În definitiv e afacerea mea, nu a contabilului!

Desigur că nici una dintre cele 2 situații extreme nu este de recomandat. Pentru un întreprinzător este util să cunoască esența acestor rapoarte contabile, nu fiindcă legea îl obligă să le întocmească, ci fiindcă prin ele poate lua pulsul propriei sale afaceri. În cele ce urmează se prezintă sintetic, pe înțelesul tuturor, într-o formulă simplificată cele 3 tipuri de rapoarte care sunt relevante pentru oricare întreprinzător și anume:

- Bilanț
- Cont de profit și pierdere
- Calculul lichidităților

2. Bilanțul

- reprezintă situația patrimonială a întreprinderii
- arată sursele de finanțare ale firmei pe de o parte (PASIV) și pe de altă parte modul în care acestea au fost utilizate (ACTIV)

În ce scop s-au cheltuit banii firmei tale?	De unde provin banii firmei tale?
ACTIV	PASIV
Active imobilizate <ul style="list-style-type: none"> – Imobilizări necorporale – Imobilizări corporale – Imobilizări financiare 	Capital propriu <ul style="list-style-type: none"> – Capital social – Rezultatul exercițiului – Rezerve
Active circulante <ul style="list-style-type: none"> – Stocuri – Creanțe – Disponibilități 	Provizioane pentru riscuri și cheltuieli
Conturi de regularizare - activ	Datorii totale <ul style="list-style-type: none"> – Datorii pe termen lung – Datorii pe termen scurt
Prime privind rambursarea obligațiilor	Conturi de regularizare - pasiv

PASIVUL reprezintă acea parte a bilanțului care arată sursele de finanțare ale firmei. Ordinea de așezare în bilanț este de la sursele permanente și pe termen lung la cele pe termen scurt.

Capitalul propriu, format din:

- Capital social
- Rezultatul exercițiului
- Rezerve

Reprezintă cea mai stabilă sursă de finanțare: sunt banii proprietarilor, care se presupune că se vor retrage ultimii „din afacere”.

Provizioane pentru riscuri și cheltuieli: rezerve ale firmei pentru posibile viitoare pierderi: „bani albi pentru zile negre”.

Datoriile sunt grupate în două categorii:

- Datorii pe termen lung (credite de la bănci)
- Datorii pe termen scurt (credite pe termen scurt, datoriile către furnizori, etc).

Conturile de regularizare: reflectă regularizările contabile care apar pe parcursul unui exercițiu financiar.

ACTIVUL reprezintă acea parte a bilanțului care arată cum au fost consumate resursele atrase de firmă.

Active imobilizate

- Imobilizări necorporale
- Imobilizări corporale
- Imobilizări financiare

= sunt reflectate toate investițiile pe termen lung pe care le-a făcut firma: de la clădiri, utilaje, mijloace de transport, până la licențele și brevetele pe care le deține.

Active circulante

- Stocuri
- Creanțe
- Disponibilități

= fondul circulant al firmei care se schimbă de la un an la altul, în funcție de procesul de producție. În general, activitatea firmei este reflectată în această poziție bilanțieră.

Conturile de regularizare: reflectă regularizările contabile care apar pe parcursul unui exercițiu financiar.

Prime privind rambursarea obligațiunilor: este poziție bilanțieră care apare doar în cadrul societăților care emit obligațiuni.

3. Contul de profit și pierderi

Formular Cont de profit și pierderi simplificat

(+) Venituri din exploatare

- **Venituri din vânzarea mărfurilor**
- Producția exercițiului
- Alte cheltuieli de exploatare

(-) Cheltuieli pentru exploatare

- **Cheltuieli privind mărfurile**
- Cheltuieli materiale
- Cheltuieli cu servicii
- Cheltuieli cu personalul
- Cheltuieli cu amortizările
- Alte cheltuieli de exploatare

(=) REZULTATUL DIN EXPLOATARE

(+) Venituri financiare

(-) Cheltuieli financiare

(=) REZULTATUL FINANCIAR

REZULTATUL CURENT AL EXERCITIULUI

= REZULTATUL DIN EXPLOATARE + REZULTATUL FINANCIAR

(+) Venituri excepționale

(-) Cheltuieli excepționale

(=) REZULTATUL EXCEPȚIONAL

REZULTATUL BRUT

= REZULTATUL DIN EXPLOATARE + REZULTATUL FINANCIAR
+ REZULTATUL EXCEPȚIONAL

(-) Impozit pe profit

REZULTATUL NET

Contul de profit și pierderi reflectă situația fiscală a firmei. Acesta este împărțit în cele trei capitole importante ale activității firmei:

1. activitatea de producție (exploatare)
2. activitatea financiară
3. activitatea excepțională (evenimente care apar în mod excepțional în exercițiul financiar respectiv)

4. Calcul de lichidități

Prezentarea celor două formule:

a) Metoda directă

Fluxuri de numerar din activități de exploatare:

- încasările în numerar din vânzarea de bunuri și prestarea de servicii;
- încasările în numerar provenite din redevențe, onorarii, comisioane și alte venituri;
- plățile în numerar către furnizorii de bunuri și servicii;
- plățile în numerar către și în numele angajaților;
- plățile în numerar sau restituiri de impozit pe profit, doar dacă nu pot fi identificate în mod specific cu activitățile de investiții și de finanțare.

Fluxuri de numerar din activități de investiții:

- plățile în numerar pentru achiziționarea de terenuri și mijloace fixe, active necorporale și alte active pe termen lung
- încasările de numerar din vânzarea de terenuri și clădiri, instalații și echipamente, active necorporale și alte active pe termen lung;
- plățile în numerar pentru achiziția de instrumente de capital propriu și de creanță ale altor întreprinderi;
- încasările în numerar din vânzarea de instrumente de capital propriu și de creanță ale altor întreprinderi;
- avansurile în numerar și împrumuturile efectuate către alte părți;
- încasările în numerar din rambursarea avansurilor și împrumuturilor efectuate către alte părți.

Fluxuri de numerar din activități de finanțare:

- veniturile în numerar din emisiunea de acțiuni și alte instrumente de capital propriu;
- plățile în numerar către acționari pentru a achiziționa sau a răscumpăra acțiunile întreprinderii;
- veniturile în numerar din emisiunea de obligațiuni, credite, ipoteci și alte împrumuturi;
- rambursările în numerar ale unor sume împrumutate;
- plățile în numerar ale locatarului pentru reducerea obligațiilor legate de o operațiune de leasing financiar.

Fluxuri de numerar - total

Numerar la începutul perioadei

Numerar la finele perioadei

b) Metoda indirectă

Fluxuri de numerar din activități de exploatare:

- rezultat net;
- modificările pe parcursul perioadei ale capitalului circulant;
- ajustări pentru elementele nemonetare și alte elemente incluse la activitățile de investiții sau de finanțare.

Fluxuri de numerar din activități de investiții:

- plățile în numerar pentru achiziționarea de terenuri și mijloace fixe, active necorporale și alte active pe termen lung;
- încasările de numerar din vânzarea de terenuri și clădiri, instalații și echipamente, active necorporale și alte active pe termen lung;
- plățile în numerar pentru achiziția de instrumente de capital propriu și de creanță ale altor întreprinderi;
- încasările în numerar din vânzarea de instrumente de capital propriu și de creanță ale altor întreprinderi;
- avansurile în numerar și împrumuturile efectuate către alte părți;
- încasările în numerar din rambursarea avansurilor și împrumuturilor efectuate către alte părți.

Fluxuri de numerar din activități de finanțare:

- veniturile în numerar din emisiunea de acțiuni și alte instrumente de capital propriu;
- plățile în numerar către acționari pentru a achiziționa sau a răscumpăra acțiunile întreprinderii;
- veniturile în numerar din emisiunea de obligațiuni, credite, ipoteci și alte împrumuturi;
- rambursările în numerar ale unor sume împrumutate;
- plățile în numerar ale locatarului pentru reducerea obligațiilor legate de o operațiune de leasing financiar.

Fluxuri de numerar - total

Numerar la începutul perioadei

Numerar la finele perioadei

Contul de profit și pierderi reprezintă situația fiscală a firmei în timp ce *Fluxul de lichidități* reprezintă situația financiară al firmei.

5. Exemplu

Pentru o mai bună înțelegere ilustrăm cele spuse cu un exemplu:

Societatea comercială ABC IMPEX SRL s-a constituit la 15.01.2XXX prin aportul unicului asociat, în valoare de 5.000.000 lei.

La 17.01.2XXX firma a achiziționat un utilaj în valoare de 2.500.000 lei, stocuri de materii prime de 1.000.000 lei, restul banilor de 1.500.000 lei fiind în bancă.

De asemenea, firma a contractat un credit pe termen scurt în valoare de 1.000.000 lei, din care a achiziționat o licență de fabricație.

La 31.12.2XXX, bilanțul firmei se prezenta astfel

ACTIV		PASIV	
Active imobilizate		Capital propriu	
– licență fabricație	1.000.000	– Capital social	5.000.000
– utilaj	2.500.000		
Active circulante		Provizioane pentru riscuri și cheltuieli	
– Stocuri materii prime	1.000.000		
– Disponibilități	1.500.000		
Conturi de regularizare - activ		Datorii totale	
		– Credit pe termen scurt	1.000.000
Prime privind rambursarea obligațiunilor		Conturi de regularizare – pasiv	
TOTAL	6.000.000	TOTAL	6.000.000

Societatea ABC IMPEX SRL, în luna februarie, a avut următoarele operații:

- a cumpărat materiale în valoare de 500.000 lei,

- a plătit salarii în valoare de 350.000 lei,
- a plătit dobânzi la bancă în valoare de 10.000 lei
- a înregistrat amortizări în valoare de 5.000 lei
- a vândut produsele realizate cu lei
- a încasat dobândă pentru lichiditățile din bancă 8.000 lei

În această situație *Contul de profit și pierderi* și *Fluxul de numerar* se prezintă astfel:

Contul de profit și pierderi

(+) Venituri din exploatare	
– produse	1.200.000
(-) Cheltuieli exploatare	
– materiale	500.000
– salarii	350.000
– amortizări	5.000
REZULTAT EXPLOATARE	345.000
(+) Venituri financiare	
– dobânzi încasate	8.000
(-) Cheltuieli financiare	
– dobânzi plătite	10.000
REZULTATUL FINANCIAR	-2.000
REZULTATUL CURENT	343.000
REZULTATUL EXCEPȚIONAL	0
REZULTATUL BRUT	343.000
- impozit pe profit (25%)	85.750
REZULTATUL NET	257.250

Notă:

Dacă societatea comercială ABC IMPEX SRL era microîntreprindere, atunci impozitul pe profit era:
 $(1.200.000 + 8.000) \times 1,5\% = 18.120$ lei

Fluxul de numerar:

SOLD INIȚIAL	0
Încasări din vânzarea produselor	1.200.000
Încasări din dobânzi bancare	8.000
TOTAL ÎNCASĂRI	1.208.000
Plăți materiale	500.000
Plăți salarii	350.000
Plăți dobânzi	10.000
Plăți impozit pe profit	85.750
TOTAL PLĂȚI	945.750
SOLD LUNĂ	262.250
SOLD FINAL (Sold inițial + Încasări – Plăți)	262.250

După cum se poate observa rezultatul exercițiului nu este același cu soldul final al Fluxului de numerar. O parte dintre cheltuieli (cum ar fi amortizarea) nu reprezintă și o plată.

Cu alte cuvinte: ce este pe hârtie, nu este și în buzunar!

Organizații suport pentru IMM-uri

Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii,
CNIPMMR

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Alba-Iulia)

Marius ROTAR, Președinte

Str. Tudor Vladimirescu nr. 78, cod poștal 2500, Alba Iulia
Telefon: 0040258 813765, 0040528 810700, 0040258 810766,
0040258 8137657
E-mail: info-ab@abx.logicnet.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Pitești

Eugen TITU, Președinte

Str. Depozitelor, nr. 29, cod 0300, jud. Argeș, Pitești
Telefon: 0040248 634843; Fax: 0040248 214-910

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Arad

Florin Gavril Valer POPESCU, Președinte

Str. Poetului, nr. 105-107, cod 2900, Arad
Telefon/Fax: 0040257 241667 / 0040257 289893

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Bistrița

Valer SAMIHAIAN, Președinte

Str. Petru Rareș, nr.7 cod 4400, Bistrița
Telefon: 0040263 231-803 Fax: 0040263 232260
e-mail: patronat@bistrita.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Brăila

Gheorghe CARUZ

Str. Baldovinești, nr. 36 cod 6100, Brăila
Telefon: 0040239 611544, Fax: 0040239 614441
e-mail: caruz991@xnet.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Brașov

Valentin DRĂGOI, Președinte

Str. Școlii, nr. 6 cod 2200, Brașov
Telefon: 0040268 474299 /Fax: 0040268 476229
E-mail: corona@xnet.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – București

Mihai ERBAȘU, Președinte

Str. Mendeleev, nr. 36-38, parter, sector 1, cod 70169, București
Telefon: 004021 2323545, 2127544 ; Fax : 004021 2323540
E-mail: cnipmmr@mediafax.ro.153

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Buzău

Nicolae VASILESCU, Președinte

Str. Plevnei, nr.5 cod 5100, Buzău
Telefon: 0040238 710282 Fax: 0040238 710021

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Oradea

Ioan MINTAȘ, Președinte

Str. Bela Brainer, nr. 27, cod 3700, jud. Bihor, Oradea
Telefon:0040259 433004; Fax: 0040259 417312
E-mail: ciac@roetco.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Bacău

Ioan Viorel RATI, Președinte

Str. Romanului, nr. 237, cod 5500, Bacău
Telefon: 0040234 111664 , Fax: 0040234 13451

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Botoșani

Dumitru BRÎNZEI, Președinte

Str. Doboșari, nr. 14-16, cod 6800, Botoșani
Telefon: 0040231516931; Fax: 0040231 515053
E-mail: interfarm@mail.elsaco.com

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Reșița

Dumitru BANDASILA, Președinte

Str. Mihai Viteazu, nr 10, cod 1700, Reșița
Telefon: 0040255 210952; Fax: 0040255 212102
E-mail: silvanus@mail.dnttm.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Reșița

Ioan PURA, Președinte

telefon: 0040264 191475, 0040264 193723, 0040264 185857;
Fax: 0040264

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Constanța

PARC Hotel, Resort MAMAIA, cod 8700, Constanța
Telefon: 0040241 831720; Fax: 0040241 831198

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Sf. Gheorghe

Nicu RĂDULESCU, Președinte

Str. 1 Decembrie, nr.1, BOBOC Hotel, cod 4000, Sf. Gheorghe
Telefon: 0040267 311292; Fax: 0040267 351787

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Călărași

Nicolae SÂMBETEAN, Președinte

Str. Slobozia, nr. 23, cod 8500, Călărași
Telefon: 0040242 315344

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Târgoviște

Tudor PÂRVU, Președinte

Str. Unirii, nr. 18, cod 0200, Târgoviște
Telefon: 0040245 217676, 0040264 217649; Fax: 0040264 217649

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Craiova

Adrian BACLESEANU, Președinte

Calea Bucureștilor, bl. P1, etaj 1, cod 1100, Craiova
Telefon/Fax: 0040251 163150
E-mail: office@sme.ro ; immcv@sme.ro ; crisbal@icnet.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Galați

Marian FILIMON, Președinte

Str. A.I.Cuza, Bl. Cristal, sc.4, ap.2-3, cod 6200, Galați
Telefon: 0040236 310-917; Fax: 0040236 460650
E-mail: consiliu@xnet.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Giurgiu

Gheorghe CIREAP, Președinte

Depozit Frățești, Com. Frățești, cod 8375, Giurgiu
T: 0040246 234213; Fax: 0040246 234213
E-mail: cireapl@isp.acorp.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii – Tg. Jiu

Gheorghe MAGDAN, Președinte

Str. Termocentralei, nr. 2, camera 153, cod 1400, Târgu Jiu
Telefon: 0040253 210047and 212054, Fax: 0040253 210031
E-mail: marsat@eltop.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Petroșani

Lucian MOLDOVAN, Președinte

Str. M.Kogălniceanu, nr. 4, et.3, camera 28, cod 2700, Deva

Telefon/Fax: 0040254 232135

E-mail : lexim@toptech.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Miercurea Ciuc

Tibisor MIRON, Președinte

Str. George Coșbuc, nr. 14 cod 4100,

Miercurea Ciuc

Telefon: 0040266 171077; Fax: 0040266 171236

E-mail: astra@nexta.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Slobozia

Eugen APOSTOIU, Președinte

Str. Amara, nr. 2bis, cod 8400, Slobozia

Telefon/Fax: 0040243 230708

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Iași

Traian DOBRE, Președinte

Str. Grigore Ioan, nr. 17, cod 6600, Iași

Telefon: 0040232 142480 Fax: 0040232 157261

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Ilfov

Alberto BOLBOAȘĂ, Președinte

Str. M.Eminescu, nr. 6, cod 78910, Buftea

Telefon: 004021 2255706, Fax: 004021 2255706

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–București

Mihai ERBAȘU, Președinte

Str. Mendeleev, nr. 36-38, parter, sector 1,

București

Telefon: 004021 2323545 ; 004021 2127544, Fax : 004021 2323540

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Drobeta Turnu-Severin

Constantin CREJESCU, Președinte

Str. Gh.I.Sinești, nr. 71, bl.3, sc.4, ap.6,

cod 1500, Dr.Turnu Severin

Telefon: 0040252 222848

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Consiliul Local al IMM – Tg. Mureș

Radu BALANEANU, Președinte

Str. Tineretului, nr. 2, etaj 2, cod 4300, Tg. Mureș

Telefon: 0040265 167777; Fax: 0040265 166665

E-mail: radu@carrel.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Consiliul Local al IMM – Reghin

Alexandru KELEMEN, Președinte

Str. Piața Petru Maior, nr. 1, cod 4225, Reghin

Telefon: 0040265 537685; Fax: 0040265 523435

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Consiliul Local al IMM – Sighișoara

Ștefan SCHULLER, Președinte

Str. Muzeului, nr. 7, cod 3050, Sighișoara

Telefon: 0040265 771165; Fax: 0040265 771165

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Baia Mare

Arpad DARNAI, Președinte

Str. Independenței, nr. 4, cod poștal 4800, Baia Mare

Telefon: 0040262 422301, 0040262 276781, 0040262 276789

Fax: 0040262 422301, 0040262 276781

E-mail: climm@radiogalaxia.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Piatra-Neamț

Elena IONESCU, Manager General; Lucia MUJ

Str. Cuza Vodă, nr. 46, cod 5600, Piatra Neamț

Telefon: 0040233 210308; Fax: 0040233 210308

E-mail: plantavorel@csc.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Slatina

Emil MARINESCU, Președinte

Str. Basarabilor, nr. 2, bl. 16A, sc. B, et. 2, ap. 6, cod 0500, Slatina

Telefon: 0040249 415832, Fax: 0040249 415832

Consiliul Local al IMM–Ploiești

Paraschiv IONESCU, Președinte

C.P.224, O.P.1, cod 2000, Ploiești

Telefon: 0040244 121347 ; 0040244 118120

Fax: 0040244 123053

E-mail : climmploiesti@home.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Sinaia

Virgil HARABAGIU, Președinte

Str. Walter Mărăcineanu, nr. 1-3, cod 2180, Sinaia

Telefon: 0040244 315505

E-mail : aoa_sinaia@hotmail.com

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Zalău

Augustin PRECUP, Președinte

Piața Iului Maniu, nr. 9, cod 4700, Zalău

Telefon: 0040260 662065; Fax: 0040260 661351

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Suceava

Geniloni SFECLĂ, Președinte

Calea Unirii – Bazar, cod 5800, Suceava

Telefon: 0040230 532241

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Satu Mare

Tiberiu KOVARI, Președinte

Str. Corvinilor, nr. 3, cod 3900, Satu Mare

Telefon: 0040261 768875, Fax: 0040261 768870

E-mail: svm@nova.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Alexandria

Alexandru RĂDULESCU, Președinte

Str. Dunării, nr. 208, Bl. Patria, sc.A, ap.5, cod 0700,

Alexandria

Telefon: 0040247 315594

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Timișoara

Ioana DĂRĂU, Președinte

Piața Victoriei, nr. 4, cod 1900, Timișoara

Telefon: 0040256 192064, Fax: 0040256 435681

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Tulcea

Constantin GAVENEA, Președinte

Str. Mică, nr. 1, cod 8800, Tulcea

Telefon: 0040251 512229, Fax: 0040251 516649

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii –Focșani

Roman ION, Președinte

Str. Brăilei, nr. 9, cod 5300, Focșani

Telefon: 0040237 616493, Fax: 0040237 231500

E-mail: vntour@qutro.ro

CNIPMMR Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii–Vaslui

Ovidiu COPACINSCHI, Președinte

Str. Spiru Haret, nr. 273, cod 6500, Vaslui

Telefon: 0040235 321751, Fax: 0040235 321751

Agenții de Dezvoltare Regională

Agenția de Dezvoltare Regională Centru

Simion CREȚU, Director
Str. Decebal nr. 12, cod 2500, Alba Iulia
Telefon: 0040258 817436, Fax: 0040258 818613
E-mail: adcentru@abx.logicnet.ro

Agenția de Dezvoltare Regională Sud -Est

Luminița MIHAILOV, Director
Str. Piața Independenței, nr.1, et.5, cod 6100, Brăila
Telefon: 0040239 611086; Fax: 0040239 623403

Agenția de dezvoltare Regională Sud -Muntenia

Ion Manole, Director
Str. 1 Decembrie 1918, nr.1, cod 8500, Călărași
Telefon: 0040242 331769, Fax: 0040242 313167
E-mail: adr3sud@nex.ro

Agenția de dezvoltare Regională Nord -Vest

Claudiu COSIER, Director
Str. Sextil Pușcariu, nr. 2, cod 3400, Cluj-Napoca
Telefon: 0040264 431550, Fax: 0040264 439222
E-mail: adrvn@mail.dntcj.ro

Agenția de dezvoltare Regională Sud -Vest Oltenia

Marilena BOGHIANU, Director
Str. Unirii, nr. 19, Craiova
Telefon: 0040251 418240, Fax: 0040251 413891
E-mail: adr4@rdslink.ro

Agenția de dezvoltare Regională București Ilfov

Dan NICULA, Director
Calea Victoriei, nr. 16-20, sc.A, et. 2, sector 3, București
Telefon: 00402 3159659, Fax: 00402 3159665
E-mail: adrb@home.ro

Agenția de Dezvoltare Regională Nord-Est

Constantin APOSTOL, Director
Str. Alexandru cel Bun, nr. 27, cod 5600, Piatra Neamț
Telefon: 0040233 218071, Fax: 0040233 218071
E-mail: adnorddest@adnorddest.ro

Agenția de Dezvoltare Regională Vest

Sorin MAXIM, Director
Str. Proclamația de la Timișoara, nr. 5, cod 1900, Timișoara
Telefon: 0040256 191923 Fax: 0040256 191981
E-mail: office@adr5vest.ro

Fundații pentru promovarea IMM-urilor**Fundația pentru Sprijinirea Dezvoltării Întreprinderilor Private**

Str. Încoronării nr. 10, Alba-Iulia
Telefon: 0040258 830358 Fax: 0040258 812-352

Fundația "Centrul de Dezvoltare pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii-ARGES"

Tudor IONESCU, Președint, Cecilia CORNĂȚEANU, Director
Str. Vasile Milea, nr. 1, cod 0300, jud. Argeș, Pitești
Telefon: 0040248 216602 Fax: 0040248 210-909
E-mail: cdimmag@network.fiman.ro

Fundația Româno – Germană –ARAD

Emilia ZAHARIA, Director; Sorin Munteanu
Str. Gării, nr. 9, jud. Arad, Vladimirescu (Arad)
Telefon: 0040257 251-870 Fax: 0040257 216-512
E-mail: vladi@net.ro

Fundația „Centru pentru Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii” ROM-ITA-BISTRIȚA

Doina IGNAT, Președinte; Voichița CIOTMONDA
Str. Dornei, nr. 10, cod 4400 jud. Bistrița Năsăud, Bistrița
Telefon/Fax: 0040263 232-404, 230867
E-mail: romita@elcom.ro

Fundația "Centrul de Dezvoltare pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii –BRĂILA)

Lucia CURCUMELI; Gabriel IOAN
Str. Plevnei, bl. A8, sc.1, ap.1, Brăila
Telefon: 004 239 612142, Fax: 0040239 616696

Fundația Internațională de Management –FIMAN

Str. Vasile Lascăr, nr. 42-44, Apt. 5/7, cod 70212 București
Telefon: 004021 210 5636, 210 5669, 211 1945, 211 1949
Fax 004021 211 1937
E-mail: office@fiman.ro

CRIMM, Fundatia "Centrul Roman pentru Intreprinderi Mici si Mijlocii" CRIMM)

Bogdan Teodoru, Președinte; Cristian Marandei, Director general
Str. Ion Câmpineanu nr. 20, et. 3 sector 1, cod70709, București
Phone: 004021 3111995 and 3111996 Fax: 004021 3126966
E-mail: crimm@imm.ro

Fundația pentru Asistența Întreprinzătorilor din România - FAIR

Maria MITU, Director
Str. Știrbei Vodă, nr.20, Sector 1, București
Telefon/Fax: 004021 1344446

Fundația pentru Promovarea Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii –BUZĂU

Alexandru Valentin UNGUREANU, Președinte; Cornelia BAR, Director
Str. Mioritei, nr.5, cod 5100, jud. Buzău, Buzău
Telefon: 0040238 710-851 Fax: 0040238 446-853

Fundația pentru Promovarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii Private CONSTANȚA

Gabi BĂRBULESCU, TIGANETEA Silvia, Director
Str. Traian, nr. 36, bl. C1, sc.C, camera 31, Constanța
Telefon/Fax: 0040241 618617; 614379
E-mail: ct.fair@impromex.ro

Fundația pentru Promovarea Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii –DMBOVIȚA

Marius MIHLACHIOIU, Președinte, Elvira DEGERATU, Director
Str. Mihai Bravu, nr. 5, jud. Dâmbovița, Târgoviște
Telefon/Fax: 0040245 611202

Fundația pentru Promovarea Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii –GALAȚI)

Dan GOGONCEA, Președinte
Str. Eroilor, nr. 13, cod 6200, jud. Galați, Galați
Telefon/Fax: 0040236 460302; 460029

Fundația Centrul pentru Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii ROM-ITA Gorj

Dan MOREGA, Președinte
Str. Ecaterina Teodoroiu, nr. 99, parter, Târgu Jiu
Telefon/Fax: 0040253 219260, 228160 ; 0040744 703052

Fundația pentru Promovarea Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii –IAȘI

Eduard COSTIN, Președinte, Adrian PIEPTU, Director
Str. Sărării, nr. 16, etaj 4, camera 46, cod 6600, Iași
Telefon/Fax: 0040232 214680

Fundația pentru Sprijinirea Dezvoltării Întreprinderilor Private – Turnu Severin

Bd. Republicii, nr. 73, Turnu-Severin
Telefon/Fax: 0040252 212294

Fundația de Afaceri MUREȘ

Silvia POP, Director
Str. Gheorghe Doja, nr. 36, cod 4300, jud. Mureș, Târgu Mureș
Telefon: 0040265 169600 Fax: 0040265 169444

Fundația "Centrul de Dezvoltare pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii MARAMUREȘ")

Nicolae DĂSCĂLESCU, Președinte
 Blvd. Unirii, 13/201, cod 4800, jud.
 Maramureș, Baia Mare
 Telefon/Fax: 0040262 437870, 221380

Fundația pentru Dezvoltare Economică- EURODEC PLOIEȘTI)

Horia TOMA, Președinte,
 Mihail Alexandru GEAMĂNU, Director Executiv;
 Gabriela DRĂGHICI
 Bd. Independenței, nr. 15, cod 2000, Ploiești
 Telefon/Fax: 0040244 113464

Fundația Centrul de Dezvoltare pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii –CDIMM-SATU-MARE

Francisc PECSI, Președinte, Gabriella MULLER, Director Executiv

Str. Piața 25 Octombrie, nr.1, etaj 5,
 camerele 1,2, cod 3900, OP1-CP82, jud. Satu
 Mare, Satu Mare
 Telefon/Fax: 0040261 717812 ; 717813
 E-mail: cdimmsm@p5net.ro

Fundația "Centrul de Dezvoltare pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii -TELEORMAN"

Ștefan NEAGOE, Președinte, Andrei VIDRIGHIN, Director
 Str. Dunării, nr. 178, jud. Teleorman, Alexandria
 Telefon/Fax: (+40-47) 311-787 Telefon: (+40-92) 223-198
 E-mail: Cdimmr@fx.ro

Fundația pentru promovarea întreprinderilor mici și mijlocii-TULCEA)

Mădălina PLATANOV, Director, Silvia STEPANOV
 Str. Babadag, nr. 163, cod 8800, Tulcea
 Telefon: (+40-40) 525-789 Fax: (+40-40) 521-284.172

Fundația pentru Inițierea și Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii)

Emil POPA, Director
 Str. Călugăreni, nr. 14, cod 6500, Vaslui
 Telefon/Fax: 0040235 315-657

Fundația pentru promovarea întreprinderilor mici și mijlocii -VRANCEA

Marlena COJOCARU
 Bd. Dimitrie Cantemir, nr. 1B, cod 5300, Focșani
 Telefon/Fax: (+40-37) 616-309 ; 616-857

Centre și instituții de consultanță și afaceri

Centrul de Afaceri Transilvania Alba-Iulia–CAT ALBA-IULIA

Cosmin Nicolae CLIT, Director General
Aurelia Maria CLIT, Relații Publice, Doru Ioan BĂDILĂ, Consultant

Str. Regina Maria, nr. 3, cod 2500, jud.
 Alba, Alba Iulia
 Telefon: 0040258 818-987, Fax : 0040258 818 016
 E-mail: catalba@apulum.ro

Centrul pentru Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii - Arad

GRUBEI Alexandru, Director
 Str. Blajului, nr. 3, cod 2900, Arad
 Telefon/Fax: 0040257 254-743

SVASTA Consult

Iulian SVASTA, Director General

Str. Piața Amzei, nr. 7-9 sc. C, apt. 6, etaj
 2, sector 1, cod 70174, București
 Telefon /fax: 004021 3152500, 2128546
 E-mail: svasta@svasta.ro; www.svasta.ro

IRIS CENTER România

Adelina VESTEMEAN, Director
 Str. Londra, nr. 25, sector 1, București
 Telefon/Fax: 00402 2313293, 00402 2301113
 E-mail: Adelina@iriscenter.ro

Centrul ONU pentru Promovarea Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii

Viorel NIȚU, Director
 Str. Modrogan, nr. 3, sector 1, PO BOX 1-701, București
 Telefon: 004021 2307627, 2303254, 2122614 Fax: 004021 2307628

Centrul Româno -American pentru Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii

Ioan URSACHE, Director
 Str. Intrarea Amzei, nr. 1-3 etaj 2, sector
 1, București
 Telefon: 004021 6594975, 312-9698

Centrul pentru Implementarea Managementului Performant -CIMP

Ioan Valentin TIGOIANU, Director
 Bd. Iuliu Maniu, nr. 1-3, sector 6, cod
 77202, București
 Telefon: 004021 4100173, 4106530 Fax: 004021 4111813;
 4113090
 E-mail: cimp@servent.cimp.pub.ro

Centrul de Consultanță Româno -American pentru Încurajarea Inițiativei Particulare

Ioan URSACHE, Director; Dana MĂRGINEAN, Manager
 Intrarea Amzei, nr. 1-3, etaj 2, Sector 1, București
 Telefon/Fax: 004021 3129698
 E-mail: cdimmase@network.fiman.ro

Centrul de Afaceri Transilvania –CAT

Radu Adrian MLESNITA, Președinte
 Bd. Nicolae Titulescu, nr. 4, cod 3400, Cluj-Napoca
 Telefon: 0040264 433768; Fax: 0040264 414160
 E-mail: cat@codec.ro
<http://cat.twf.ro>

Centrul de Afaceri Transilvania Deva–CAT DEVA

Flavia Isabela ARSOL, Director Executiv
 Str. 22 Decembrie, nr. 37A, etaj 2, cod 2700, Deva
 Telefon/Fax: 0040254 218111
 E-mail: cat@deva.iiruc.ro

Centrul Româno -American de Dezvoltare a Întreprinderilor Private–CRADIP

Dumitru OPREA, Director Executiv, Ecaterina TARGHIR
 Str. Bld. Copou, nr. 22, cod 6600, jud. Iași, Iași
 Telefon/Fax: 0040232 212131
 E-mail: doprea@mail.cccis.ro

Centrul de Consultanță pentru Micii Întreprinzători

Mircea FACAȘ, Director
 Str. Mihai Eminescu, bloc M9, parter, cod 5675, Târgu Neamț
 Telefon/Fax: (+40-33) 662-043.168

Centrul de Afaceri Transilvania Sălaj –CAT SĂLAJ

Ioan MUREȘAN, Director General, Elisabeta DENEȘ
 Str. Iuliu Maniu, nr. 9, cod 4700, Zalău
 Telefon: 0040260 661037; Fax: 0040260 617221
 E-mail: catzalau@gx.logicnet.ro

Centrul de Asistență în Afaceri Filticeni

Gabriel Lucian GRIGORIU
 Str. Republicii, nr. 1, Camera de Comerț și Industrie Fălticeni,
 Telefon/Fax: 0040230 444959

Centrul Româno -American pentru Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii

Anca DRĂGOI, Director

Str. Alexandru Lazăr, nr. 4, etaj 4, cod
1900, jud. Timiș, Timișoara
Telefon/Fax: 0040256 197136

Centrul de Consultanță Româno -American pentru Dezvoltarea Inițiativei Private)

Anca DRĂGOI, Director, Simona IOVĂNUȚ
Str. Alexandru Lazăr, nr. 6, cod 1900, Timișoara
Telefon /Fax: 0040256 193251
E-mail: euoinfo@ccit.sorostm.ro

Centrul Româno -German Timișoara

Calea Arcului, nr. 56, Timișoara
Telefon/Fax: 0040256 126731

Institutul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii din România)

Ioan PITUDESCU, Vicepreședinte, Simona CAZACU
Str. Lipscani, nr. 18-20, etaj 2, sector 3, București
Telefon: 004021 3126893 Fax: 004021 312-6608
E-mail: cnipmmr@mediafax.ro

Institutul de Management și Marketing București

Ovidiu NICOLESCU, Director
Str. Anghel Saligni, nr. 6, sector 5, București
Telefon: 004021 3110575 Fax: 004021 313-0036
E-mail: manager@pcnet.ro.154

Institutul Român de Management –IROMA

Dumitru MAXIM, Director; Mihail DUMITRESCU, Consultant
Str. Povernei, nr. 6-8, sector 1, cod 71124,
București
Telefon: 004021 3126891 Fax: 004021 3127094
E-mail: iroma@snspsa.snspsa.ro

Asociația Agenților Economici cu Capital Privat–Brăila

Gheorghe CARUZ, Președinte
Str. Vapoarelor, nr. 1, cod 6100, Brăila
Telefon: 00239 611-544, 613-532 Fax: 004239 614-441

Uniunea generală a Industriașilor din România filiala București

Aura VASILE, Președinte
Telefon: 004021 3351350

Uniunea generală a Industriașilor din România filiala Brăila

Gheorghe VOICULEȚ, Președinte
Bd. Cuza-Voda, nr. 164, cod 6100, Brăila
Telefon: 00239 622528

Uniunea generală a Industriașilor din România UGIR 1903, filiala Dîmbovița

Ioan FERARIU, Președinte
Str. Găilești, nr. 8-11, cod 0200, Târgoviște
Telefon: 0040245 614321; Fax: 0040245 614582; 004021 3111115

Uniunea generală a Industriașilor din România UGIR, filiala Olt

Ion BALUTA, Președinte
Slatina, cod 0500, Telefon/Fax: 0040249 450823

Confederația Întreprinzătorilor Particulari din Județul Timiș

Radu NICOSEVICI, Președinte
Str. Gen. Praporgescu, nr. 2, cod 1900, Timișoara
Telefon/Fax: 0040256 221426.171

Asociația Întreprinzătorilor Particulari, Sibiu -AIP SIBIU

Virgil POPA, Președinte; Marina BĂDILĂ
P-ta Mare, nr. 11, cod 2400, Sibiu
Telefon: 0040269 217931 Fax: 00402692 210885

Asociația Târgul Fermierilor –ATF

Anatolie SOCOLOVSKI, Director Executiv
Anca Cornelia SOCOLOVSKI
Str. Basarabilor, nr. 25, cod 0450, Curtea de Argeș

Telefon: 0040248 721709, 215500, 00402722 203-467
Fax: 0040248 215500, 712809, E-mail: tgf@pitesti.ro

Asociația Femeilor Întreprinzătoare –AFI Agenția PRO-FAMILIA

Ioana Doina IGNAT, Președinte, Voichița CIOTMONDA
Nicoleta SABO
Str. Gheorghe Pop de Băsești, nr. 1 cod 4400, Bistrița
Telefon/Fax: 0040263) 233101, E-mail: romita@elcom.ro

Asociația Fermierilor din România –AFR

Adrian RĂDULESCU, Președinte, Adelina POPESCU
Bd. Carol I, nr. 17, sector 2, București
Telefon: (+40-1) 312-5947

Clubul Oamenilor de Afaceri “TAMIS CLUB”

Str. Gen. Praporgescu, nr. 2, cod 1900, Timișoara
Telefon: (+40-56) 221-426

Asociația Oportunități de Afaceri pentru Femei

Elena LASLU, Președinte
Str. G. Enescu, nr. 27-29, București, Telefon: 0722670943

Asociația Femeilor Manager din Timișoara

Maria Ladany HORGOS, Președinte
Piața Huniade, nr. 1, complex Modex, et. 2, Timișoara

Asociația Femeilor Manager din Brașov

Luana POPA, Președinte
Str. Traian, nr. 81, cod 2200, Brașov
Telefon/Fax: 0040268 331709
E-mail: c2design@rdsbv.ro

Asociația Femeilor Întreprinzător din România

Cristina GRIGORESCU, Președinte
Str. Mendeleev, nr. 36-38, et.3, cam. 47, București
Telefon: 004021 2420060
E-mail: cgrigorescu@kasta.com

Asociația Oamenilor de Afaceri

Florin POGONARU, Președinte
Bd. Mircea Eliade, nr. 1, sector 1, București
Telefon: 004021 2221541, 004021 2221542

Incubatoare de afaceri și parcuri tehnologice

Asociația Incubator de Afaceri INCAF Brăila

Mircea BĂLAN, Director General
Str. Galați, nr. 346, corp C, Brăila, Jud. Brăila
Telefon/Fax: 0040239 616555

Centrul de Transfer Tehnologic, Inovare și Afaceri Prahova S.A

Str. București, nr. 39, cod 2000, Ploiești
Telefon/Fax: 0040244 176541, E-mail: adr@csd.univ.ploiesti.ro

Centrul Incubator Tehnologic și de Afaceri CITAF

Ioan PITUDESCU, Director
Sos. Olteniței, nr. 103, sector 4, București
Telefon: 004021) 3323195; Fax: 004021 3323195
E-mail: pituresc@mec.ictcm.ro

Centrul Regional de Inovare, Implementare și Aplicare a Invențiilor-Craiova

Gheorghe MANOLEA, Director
Str. Libertății, nr. 15, cod 1100, Craiova
Telefon/Fax: 0040251 134880
E-mail : gmanolea@administrativ.ncv.ro

Centrul Regional de Inovare, Implementare și Aplicare a Invențiilor -Miercurea-Ciuc

Berta BENEDEK, Director General
Str. Harghita, nr. 98, cod 4100, Miercurea Ciuc
Telefon: 0040266 172237 Fax: 0040266 110491
E-mail: biichr@topnet.ro

Centrul Regional de Inovare, Implementare și Aplicare a Invențiilor -Iași

Eftimie NIȚESCU, Director
Str. Elena Doamna, nr. 37, cod 6600, Iași
Telefon/Fax: 0040232 117562

Centrul Regional de Inovare, Implementare și Aplicare a Invențiilor -Tg. Mureș

Octavian PLEȘA, Director
Str. Zorilor, nr. 1, cod 4300, Târgu-Mureș
Telefon: 0040265 125754 ; Fax : 0040265 136471

Centrul Regional de Inovare, Implementare și Aplicare a Invențiilor -Sibiu

Ștefan SOIMAN, Director General
Str. Tractorului, nr. 14, jud. Sibiu, Sibiu
Telefon: 0040269 231130 Fax: 0040269 231191
E-mail: cipasib@magicnet.ro

Centrul de Tehnologii, Inovare și Afaceri

Ovidiu GARTING, Președinte
Bd. Eroilor, nr. 2, Brașov
Telefon: 0040272112921, Fax: 0040272 150274

Fundația SIDES - INCAF Slobozia

Doinița PLOPIAN, Președinte
Calea București, nr. 28, Urziceni
Telefon: 0040243 256126, Fax: 0040243 256126
E-mail: doina@sides.ro

Institutul Național de Inventică Iași

Vitalie BELOUSOV, Director
Bd. Copou, nr. 1, Iași
Telefon: 0040232 214863; Fax: 0040232 214764

Centrul de Inovare și Incubare, Timișoara

Corina DRAGOMIRESCU, Director
Str. Republicii, nr. 21, Timișoara
Telefon: 0040256 199808; Fax: 0040256 199808

Instituții responsabile pentru dezvoltarea calității**Organisme Ac acreditate pentru Certificarea Sistemelor Calității****Asociația de Ac acreditate Română – RENAR**

Str. Gral. Berthlot, nr. 24, sector 1, București
Telefon: 004021 3101291; Fax: 004021 3101390
E-mail: renar@renar.ro

AEROQ

Șos. Vergului, nr. 57, sector 2, București
Telefon : 0745.010.108; 004021 2555167; Fax : 0745.731.010;
004021 2555167
E-mail: aeroq@mb.roknet.ro; www.aeroq.ro

SRAC - Societatea Română pentru Asigurarea Calității

Str. Th. Buranda, nr. 6, Sector 1, București
Telefon: 004021 313.63.35; Fax: 004021 313.23.80
E-mail: srac@dnt.ro; www.srac.ro

Registrul Auto Român Organismul de Certificare Sisteme de Management -RAR – OCS

Calea Griviței, nr. 391, sector 1, București
Telefon: 004021 224.13.86; Fax : 004021 224.13.86
E-mail: ocs@rarom.ro; www.rarom.ro

ORGANISMUL DE CERTIFICARE SA

Bdul Basarabia , nr. 250, Sector 3 București
Telefon: 004021 2554834; 004021 255.16.36; Fax: 004021 2554834, Mobil: 094.368.707
E-mail: simtex-oc@simtex.ro; www.simtex.ro

Autoritatea Feroviară Română AFER OCS

Calea Griviței, nr. 393, sector 1, București
Telefon: 004021 224.19.60; 004021 2241172; Fax:004021 2241832; 004021 224.05.97
E-mail: ocs.af@ro; www.af@ro

SC QUALITAS SA

Str. Spătaru Preda, nr 20, bl. 97A, sc. 1, et. 1, ap. 6, Sect. 5, București
Telefon: 004021 4244800; 004021 4244801; Fax : 004021 4244800; 004021 4244801
E-mail: qualitas@rol.ro; qualitassa@yahoo.com;
<http://www.angelfire.com/super2/qualitas>

MOODY INTERNAȚIONAL SRL

Bdul Unirii, nr.71, bl. G2C, sc. 2, ap. 37, Sect. 3, București
Telefon: 004021 3237956; 004021 3224450; Fax: 0040213274826
E-mail: moody@moody.ro; www.moody.ro

SGS ROMÂNIA SA

Calea Șerban Vodă, nr.38, Sector 4, București
Telefon: 004021 3354683; Fax: 004021 3354618
E-mail: ovidiu_mantho@sgs.ro

SC CERTROM SA

Str. Atomistilor, nr.111, Măgurele, București
Telefon: 004021 4930075; Fax: 004021 4930075

SC QUALITY CERT SA

Str. Panduri, nr. 94, Sector 5, București
Telefon/Fax: 00421 4117151; Telefon: 004021 4107720

Organisme Ac acreditate Pentru Certificarea Produselor**AEROQ**

Șos. Vergului, nr. 57, Sector 2, București
Telefon: 004021 2555167; Fax: 004021 2555167
E-mail: aeroq@mb.roknet.ro; www.aeroq.ro

Institutul Național de Cercetare Dezvoltare pentru Mașini și Instalații destinate Agriculturii și Industriei Alimentare

Str. Ion Ionescu de la Brad, nr. 6, Sector 1, București
Telefon: 004021 2307858; 00421 2300165; 004021 2300160;
004021230.97.52; Fax :004021 2307858,
E-mail: icsit@sunu.rnc.ro; www.inma.ro

SC QUALITAS SA

Str. Spătaru Preda, nr. 20, bl. 97A, sc. 1, et.1, ap. 6, Sect 5, București,
Telefon: 004021 4244800;004021 4244801; Fax : 004021 4244800; 004021 4244801
E-mail: qualitas@rol.ro; qualitassa@yahoo.com;
<http://www.angelfire.com/super2/qualitas>

Institutul de Cecetare pentru Electrotehnică -SC ICPE SA

Splaiul Unirii, nr. 313, Sector 3, București
Telefon: 004021 3467265, 004021 3467268; Fax: 004021 3467265, 004021 3467268

SRAC CERTSERV

Str. Ion Slavici, nr. 9, Sector 1 București,
Telefon: 004021 3100825, 004021 3111967, 004021 3136335;
Fax : 004021 3132380
E-mail :srac@dnt.ro
www.srac.ro

INSCERT SRL

Str. Mihail Kogălniceanu, Bl. C3, Sc. A, Et. 2, Ap. 4, Ploiești,
Telefon/Fax: 00402044 135694

CNIEP – LAREX LAREXCERT

Șos. Vitan – Bârzești, nr. 1, sector 4, București
Telefon: 004021 3347865; 004021 3345702; Fax: 004021 3345142
E-mail: larex@dia.kappa.ro

Institutul Național pentru Cercetare Dezvoltare Măsurători pentru Ingineria Electrică ICMET CERT

Calea București, nr. 14, Craiova
 Telefon: 0040251 437795, 0040251 436866; Fax : 0040251 416726, 0040251 415482
 E-mail: cert@icmet.ro; www.icmet.ro

SC QUALITY CERT

Șos. Panduri, nr. 94, Sector 5, București
 Telefon/Fax: 004021 4117151

ROMCONTROL – SA

Bd. Nicolae Bălcescu, nr. 22, sector 1, București
 Telefon: 004021 3141487

Organisme Acreditare pentru Certificarea Sistemelor de Management de Mediu
SRAC - Societatea Română pentru Asigurarea Calității

Str. Th. Buranda, nr. 6, Sector 1, București
 Telefon: 004021 3136335; Fax : 004021 3132380
 E-mail: srac@dnt.ro; www.srac.ro

Instituții financiare, bănci:
BĂNCI:**Banca Comercială Română BCR**

Bd. Regina Elisabeta, nr. 5, sector 3, București
 Telefon: 004021 3111902 or 004021 3122096

Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare EBRD

Salvatore CANDIDO
 Str. J.L. Calderon, nr. 38, Sector 2
 București
 Telefon: 004021 2027120 or 2027110

Banca Reiffeisen

Steven Cornelius Van Groningen, President
 Bd. Unirii, nr. 74, București
 Telefon: 004021 3020000 or 3262209

Banca Română pentru Dezvoltare BRD- Societe General

Bogdan BALTAZAR, Președinte
 Str. Doamnei, nr. 4, sector 3, București
 Telefon: 004021 3133200 or 3121562

Banca Comercială “Ion Tiriac”

Antony J.J.M. Van Der Heijden, Președinte
 Str. Nerva Traian, nr. 3, bl.M101, sector 3, București
 Telefon: 004021 3025600 or 3025805

Casa de Economii și Consemnațiuni C.E.C.

Constantin TECULESCU, Președinte
 Calea Victoriei, nr. 13, sector 3, București
 Telefon: 0040213121604 or 3125425

Banca Mondială

Bd. Dacia, nr 83, sector 2, București
 Telefon: 004021 2101804
 Fax: 004021 2102021

Banca pentru Mica Industrie și Libera Inițiativă MINDBANK

Ioan PRUNDUȘ, Președinte
 Calea Griviței, nr. 24, sector 1, București
 Telefon: 0040213030700 or 3030732

EXIMBANK Banca de Export Import a României

Mariana DIACONESCU, Președinte
 Splaiul Unirii, nr. 15, sector 5, București
 Telefon: 0040213366162 or 3366176

BANC POST

Elena PETCULESCU, Președinte

Str. Libertății, nr. 18, bl.104, sector 5, București
 Telefon : 004021 336.11.25, or 3361124

Banca Românească S.A.

Petru RAREȘ, Președinte
 Telefon : 004021 3213624 or 3211601

Banca TRANSILVANIA

Iosif POP, Președinte
 Bd. Eroilor, nr. 36, cod 3400, Cluj-Napoca
 Telefon: 0040264 198833 or 198832

Banca Comercială ROBANK S.A.

Mustafa AYAN, Președinte
 Bd. Unirii, nr. 59, sector 3, București
 Telefon: 004021 3225700 or 3226885

Banca Națională a României BNR

Mugur ISĂRESCU, Guvernator
 Str. Lipscani, nr. 25, sector 3, București,
 Telefon: 004021 3130410 or 31016030

Alpha Bank Romania

Eleftherios IOANNOU, Președinte
 Bd. Unirii, nr. 68, sector 3, București
 Telefon: 004021 2092100 or 2316574

Volksbank România

Str. Colțea, nr. 8, sector 3, București
 Telefon: 004021 3039380/81

Banca Comercială “CARPATICA”

Calea Plevnei, nr. 98, bl.108, sector 1, București
 Telefon: 004021 2221300 or 2221301

HVB Bank Romania

Str. Grigore Mora, nr. 37, sector 1, București

Fonduri de garantare a creditelor
Fondul Național de Garantare a Creditelor pentru IMM – FNGCMM

Aurel ȘARAMET, Președinte
 Calea Victoriei, nr. 155, tronson 5, bl. D1, et. 6, sector 1, București
 Telefon : 004021 3101937 ; Fax : 004021 3101857

Fondul de Garantare a Creditelor pentru Întreprinzătorii Privati

Sorin COCLITU, Președinte
 Str. Mătășari, nr. 46, Sector 2, București
 Telefon: 004021 2503220 Fax: 004021 2503318
 E-mail: frgc@arexim.ro

Fondul Rural de Garantare a Creditelor

Veronica TOMCEA, General Director
 Str. Occidentului, nr. 5, sector 1, București
 Telefon: 004021 3125463

Instituții de microcredite
Fondul Româno -American Pentru Investiții

John KLIPPER, Președinte
 Str. Vasile Contra, nr. 4, Sector 2, cod 70138, București
 Telefon: 0040212100701; Fax: 0040212100713

Fondul Român Post Privatizare

Rober M. LUKE, Director
 Str. Frumoasa, nr. 42A, sector 2, București
 Telefon: 004021 2224810; Fax: 004021 2224829
 E-mail: ged@com.pcn.ro

Fondul România & Moldova

C. Richard HARD, Director

Calea Victoriei, nr. 222 Clădirea RomPetroil, et.2, cam.204
Telefon/Fax : 004021 214.07.03

ADVENT CENTRAL AND EASTERN EUROPE II

Gelu TUDOSE și Emanuela POPA-RADU , Manageri de programe

Telefon/Fax : 004021 211.16.02

E-mail : Gtudose@romania.adventinternational.com

Fonduri de capital de risc**ORES Venture SA**

Cornel MARIAN, Persoană de contact

Str. Popa Savu, nr. 24, sector 1, București

Telefon : 004021 2234245 or 2221877

Fax : 004021 2221807

Program de credite nerambursabile pentru IMM-uri**Programul PHARE 2000- B2 Component**

Web site: www.infoeuropa.ro

Programul RICOP

Program de Reconstrucție Industrială și Reconversie Profesională – Componenta Finanțare IMM

web site : www.ricop-imm.ro

Public Finance Ministry Unit for Implementation RICOP Programme

Telefon: 004021 3368524, Fax: 004021 3124284

Delegația Comisiei Europene în România, București

Telefon: 00421 2035400

Fax: 00421 2302453

Programul SAPARD

Program Special de Pre -Aderare pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală – SAPARD

Telefon/Fax: 004021 3124444

E-mail: danasuteu@k.ro

DEG, Societatea Germană de Investiții și Dezvoltare

Departamentul –Finanțare Programe

Postfach 450340

D – 50878 Koln

Telefon: 0049 0 221 4986-476

Fax: 0049 0 221 4986-176

E-mail: ppp@deginvest.de

Alte instituții financiare**Cooperativa Ecumenică de Dezvoltare**

Str. Anastasie Panu, nr. 3C, bl. A16, sc.A, ap.2, București

Telefon: 004021 3325221 or 3235216

Centrul de Dezvoltare Economică CDE

Str. Bastiliei, nr. 33, sector 1, București

Telefon: 004021 2120730 or 2120731 or 2121101

Fax: 004121 2120729

Fundația FAER

Telefon: 0042065 524851 or 511446

E-mail: faems@orizont.net

Fundația LAM

Str. Principală, nr. 222, Comuna Ilieni, Jud. Covasna

Telefon/Fax : 0040267 314974

Societatea Sogelease – 100% capital al BRD – Societe Generale

Rodica CLARU, Contact PERSONAL

Str. Doamnei, nr. 4, sector 3, București

Telefon: 00421 3133200/1430

Kreditanstalt fur Wiederaufbau (KfW) Germania

5-9, Palmengartenstr

D – 60325 Frankfurt am Main

Telefon: 0049 0 697431-0, Fax: 0049 0 697431-2944

Fondul Internațional pentru Dezvoltare Agricolă

Telefon/Fax : 0040258 835343

Agentia Națională pentru Dezvoltare și Reconstrucție a Zonelor Miniere – ANDIPRZM

Cornelia Popescu, persoană de contact

Telefon: 004021 3100660

E-mail: pc.and@yahoo.com

Puncte de contact pentru vânzări, export-import și Joint -Venture**Camera de Comerț și Industrie a României și a Municipiului București**

Blvd. Octavian Goga, nr. 2, București

Telefon: 004021 3229535 or 3229536

Fax: 004021 3229502 or 3229549

E-mail: crotaru@ccir.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură ALBA

Str. Frederic Mistral, nr. 3, Alba-Iulia

Telefon: 058-81.27.99, 81.17.72

Fax: 058-81.17.71

E-mail: cciaalba@apulm.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură ARAD

Str. Cloșca, nr. 5, Arad 2900

Telefon: 057-20.88.00-49 , Fax: 057-25.42.00, 25.22.12

E-mail: ccia@ccia-arad.ro

Website: www.ccia-arad.ro

Camera de Comerț și Industrie ARGES

Str. General Vasile Milea, nr. 1, Pitesti 0300

Telefon: 048-21.92.00, 21.26.50, 22.28.50

Fax: 048-21.26.50, 21.92.00

E-mail: ccia@geostar.ro

Web-site: www.geostar.ro/ccia

Cimpulung: Phone/fax: 048-83.10.47

Curtea de Argeș: Phone/fax: 048-72.22.98

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură BACĂU

Str. Libertatii, nr. 1, Bacău 5500

Telefon: 034-17.02.23, 17.00.10, 17.01.79, 17.10.71

Fax: 034-17.10.70, 17.04.00, 17.60.11

E-mail: camerabc@cciabc.ro

Camera de Comerț și Industrie BIHOR Str. Roman

Ciorogariu, nr. 65, Oradea 3700

Telefon: 059-41.78.07; 059-13.50.17, Fax: 059-47.00.15

E-mail: secretariat@ccibh.ro

Website: www.ccibh.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură BOTOȘANI

Str. Dragoș Vodă, nr. 7, Botoșani 6800

Telefon: 031-51.36.30, 51.35.84, 51.35.91, Fax: 031-51.75.32

E-mail: ccia@petar.warpnet.ro

Website: www.petar.ro/cciabt

Camera de Comerț și Industrie BRAȘOV

Bd. M. Kogălniceanu, nr. 18-20, bl.1K, Brașov 2200

Telefon: 068-41.23.57, 092-52.57.95, 092-52.57.96

Mobil: 098-60.25.60, 098-60.25.61 , Fax: 068-47.73.33

Website: www.ccibv.ro

E-mail: ccibv@ccibv.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură BRĂILA

Str. Pensionatului, nr. 3, Brăila 6100

Telefon: 039-61.43.24, 61.37.16, 61.31.72

Fax: 039-61.37.16, 61.31.72

E-mail: cciabr@brx.ssibr.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură BUZĂU

Bd. Unirii, bloc 10 BCD, parter, Buzău 5100

Telefon: 038-41.47.19, 42.43.79, 43.42.39, Fax: 038-42.45.71
E-mail: interne@buzau.ro
Trade Register Office: cci@buzau.ro

Camera de Comerț și Industrie CARAȘ-SEVERIN

Str. Petru Maior, nr. 71, Resița 1700
Telefon: 055-21.13.16, 21.58.29, 21.51.13, Fax: 055-22.01.14
E-mail: ccia@cs.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură CĂLĂRAȘI

Str. Progresului, bloc B.B.B., et. 3, Călărași 8500
Telefon: 042-31.11.61, 31.69.06, 31.19.67, Fax: 042-31.89.40
E-mail: cciacl@satline.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură CLUJ

Str. Horea, nr. 3, Cluj-Napoca 3400
Telefon: 064-43.22.29, 43.22.20, 43.23.95, Fax: 064-43.28.00
E-mail: office@ccicj.ro, Website: www.ccicj.ro

Camera de Comerț, Industrie, Agricultură și Navigație CONSTANȚA

Str. Micea cel Batrân, nr. 84, bl.MF 1, mezanin Constanța 8700
Telefon: 041-61.98.54, 61.83.48, 61.39.07, Fax: 041-61.94.54
Str. Lahovari nr. 98, Constanța
Telefon: 041-69.46.64, 69.46.07, Fax: 041-69.46.83
E-mail: office@ccina.ro, Website: www.ccina.ro

Camera de Comerț și Industrie COVASNA

Str. Oltului, nr. 17, Sf. Gheorghe 4000
Telefon: 067-35.16.77, 31.63.58, Fax: 068-31.03.55
E-mail: ccicov@cosys.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură DÂMBOVIȚA

Str. Câmpulung, nr. 6A, Târgoviște 0200
Telefon: 045-21.03.18, 21.09.15, Fax: 045-21.12.02
E-mail: ccidb@starnets.ro

Camera de Comerț și Industrie DOLJ

Str. Brestei, nr. 21, Craiova 1100
Telefon: 051-41.44.37, 41.23.79, 41.88.76; 051-41.88.76
Fax: 051-41.26.52, 41.16.28
E-mail: ccidj@ccidj.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură GALAȚI

Str. Mihai Bravu, nr. 46, Galați 6200
Telefon: 036-46.05.45, 46.03.12, 46.11.88, Fax: 036-46.06.50
E-mail: camcomin@xnet.ro, cciagal@xnet.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură GIURGIU

Bd. CFR, nr. 58, Giurgiu 8375
Telefon: 046-21.54.44, 21.30.94, Fax: 046-21.37.32
E-mail: cciaqr@intercomp.ro

Camera de Comerț și Industrie GORJ

Str. Eroilor, nr. 36, Tg. Jiu 1400
Telefon: 053-21.34.14, 21.43.87, 21.43.91, Fax: 053-21.77.79
E-mail: cciqj@intergorj.ro

Camera de Comerț și Industrie HARGHITA

Str. Libertății, nr. 15, Miercurea-Ciuc 4100
Telefon: 066-17.18.02, 17.22.53, 17.11.07, 17.15.91
Fax: 066-17.19.35, 17.14.83
E-mail: office@ccihir.ro; orc@ccihir.ro; Website: www.ccihr.ro

Camera de Comerț și Industrie HUNEDOARA

Str. 1 Decembrie, nr. 23, Deva 2700
Telefon: 054-21.29.24, 21.67.92; 054-21.47.98, 21.48.65
Fax: 054-21.89.73
E-mail: ccihd@mail.recep.ro
Website: <http://www.ccihd.recep.ro/cadru.htm>

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură IALOMIȚA

Str. Cuza -Vodă, nr. 2, Slobozia 8400

Telefon: 043-23.13.52, 23.54.51, 23.13.53

Fax: 043-23.01.05, 23.13.53

E-mail: cciail@xnet.ro

Camera de Comerț și Industrie IAȘI

Bd. Carol I, nr 27, Iași 6600
Telefon: 032-21.45.20, 11.77.57/101, 21.27.55
Fax: 032-21.45.30
E-mail: cciais@mail.dntis.ro; Website: www.cciasi.dntis.ro

Camera de Comerț și Industrie ILFOV

Str. Walter Mărăcineanu, nr. 1-3, sector 1, scara 5, etaj 4 București
Telefon: (40)1-310.21.73, 313.91.97
Fax: (40)1-310.21.73, 313.91.97
E-mail: ccilfov@isp2.acorp.ro, ccilfov@starnet.ro

Camera de Comerț și Industrie MARAMUREȘ

Bd. Unirii, nr. 16, Baia Mare 4800
Telefon: 062-22.50.12, 22.15.10, 22.17.03, Fax: 062-22.57.94
E-mail: cci@sintec.ro; Website: www.ccimm.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură MEHEDINȚI

Str. Smârdan, nr. 29, Drobeta - Tr. Severin 1500
Telefon: 052-31.02.82, 31.02.81, 31.27.76, Fax: 052-31.27.36
E-mail: secretariat@ccia.mehedinti.ro;
Website: www.ccia.mehedinti.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură MUREȘ

Str. Primăriei, nr.1, Tg. Mureș 4300
Telefon: 065-16.92.18, 16.70.13, Fax: 065-16.92.19
E-mail: office@cciams.ro

Camera de Comerț și Industrie NEAMȚ

Str. Decebal, nr. 33, Piatra – Neamț 5600
Telefon: 033-21.66.63, 23.20.10, 23.20.20, 094-60.68.38
Fax: 033-21.66.57, 23.20.70
E-mail: ccint@csc.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură OLT

Str. Nicolae Titulescu, nr. 49, Slatina 0500
Telefon: 049-43.91.07, 43.10.80, Fax: 049-43.91.09
E-mail: cciaolt@slatina.ro

Camera de Comerț și Industrie Prahova

Str. Cuza Voda nr. 8, Ploiești, cod poștal 2000
Telefon: 044-11.74.22, 14.34.27, 11.45.30, 12.63.31
Fax: 044-11.25.52, 11.45.30
E-mail: cciph@interplus.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Satu-Mare

Str. Decebal nr. 4, Satu Mare, cod poștal: 3900
Telefon: 061-71.07.90, 71.40.37, Fax: 061-71.07.90
E-mail: cci@cciasm.ro

Camera de Comerț și Industrie SALAJ

Str. Corneliu Coposu, nr. 3, Zalău 4700
Telefon: 060-61.46.12, 66.10.30, Fax: 060-61.41.95
E-mail: ccisalaj@ccisalaj.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură SIBIU

Str. Telefoanelor, nr. 1, Sibiu 2400
Telefon: 069-21.05.03, 21.70.04, 21.78.93, Fax: 069-21.18.31
E-mail: cciasb@cciasb.ro

Camera de Comerț și Industrie SUCEAVA

Str. Universității, nr. 15-17, Suceava 5800
Telefon: 030-52.15.06, 52.29.37, Fax: 030-52.00.99, 52.15.06
E-mail: cci@suceava.iiruc.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură TELEORMAN

Str. Ion Creangă, nr 57, Alexandria 0700
Telefon: 047-31.61.92, 31.02.19, Fax: 047-31.02.19
E-mail: cciatr@cictelnet.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură TIMIȘ

Calea Victoriei, nr. 3, Timișoara 1900
Telefon: 056-19.07.66, 19.07.69, 19.07.71, 19.33.22, 19.33.86,
19.07.72, Fax: 056-19.03.11, 19.92.11
E-mail: cciat@cciat.ro; Website: www.cciat.ro

Str. Cpt. Av. Alexandru Șerbănescu, nr. 50 sector 1, cod
715151, București
Tel: 004021 303 6122, Fax: 004021 3036547
E-mail: infopublic@apaps.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură TULCEA

Str. Mica, nr. 1, Tulcea 8800
Telefon: 040-53.24.45, 53.24.46, 095-59.48.99, Fax: 040-
53.24.44
E-mail: cciatl2@x3m.ro

Camera de Comerț și Industrie VASLUI

Str. Nicolae Iorga, nr. 82, Vaslui 6500
Telefon: 035-36.10.40, 31.14.42, 31.16.86, Fax: 035-36.10.39
E-mail: ccivs@mail.quantum.ro
Website: www.quantum.ro/~ccivs/index.htm

Camera de Comerț și Industrie VÂLCEA

Str. Regina Maria, nr. 39, Râmnicu-Vâlcea 1000
Telefon: 050-73.42.00, 73.92.63, 73.45.56, Fax: 050-73.28.36
E-mail: ccivl@ccivl.ro; Website: www.ccivl.ro

Camera de Comerț, Industrie și Agricultură VRANCEA

Str. Cuza Vodă, nr. 14, Focșani 5300
Telefon: 037-21.32.10, 21.33.99, Fax: 037-21.32.10, 21.33.39
E-mail: mark2@ccia-vn.bbs.ro; Website: <http://cciavn.bbs.ro>

Balkan Centre for Cooperation among SMEs

Adrian MUSTAȚĂ

Str. Poterași, nr. 11, sector 4, București
Telefon: 004021 3362171; Fax: 004021 3361843
www.mimmc.ro/bcsme; E-mail: Adrian.mustata@mimmc.ro

Autoritatea pentru și Administrarea Participațiilor Statului Privatizare (APAPS)

MODEL DE PLAN DE AFACERI

A. DATE DE IDENTIFICARE A AGENTULUI ECONOMIC

1. Numele firmei	<input type="text"/>	2. Numărul și data înregistrării la Registrul Comerțului	<input type="text"/>
3. Forma juridică de constituire	<input type="text"/>	4. Tipul activității curente	<input type="text"/>
5. Natura capitalului:	Particular	Stat	Străin
- Proportia (%):	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
6. Valoarea	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
7. Adresa, telefon/fax, e-mail :			
8. Contul bancar este deschis la:			
Banca		Numar cont	
Banca		Numar cont	
9. Asociați, acționari principali:			

Numele	Data nașterii	Adresa (sediul)	Telefon	Capital %

B. CONDUCEREA ȘI PERSONALUL FIRMEI

B.1. Conducerea

(se vor completa pentru fiecare poziție tabelele următoare)

Funcția	Nume și prenume	Studii

Vârsta	Vechime în profesie	Specializare

Locuri de muncă anterioare	Funcția deținută	De la data de	La data de

Principalele responsabilități în cadrul firmei :

B.2. Personalul angajat

Număr total de salariați din care, direct productivi:
 (Organigrama poate fi atașată, dacă e cazul)

C. DESCRIEREA ACTIVITĂȚII CURENTE

1. Produsele / serviciile actuale :

(descrieți tipul de produse/servicii și caracteristici, procentul din cifra de afaceri, preț vânzare)

2. Principalii furnizori de materii prime și materiale:

Denumire materie primă	Numele și adresa furnizorului	Pondere în total aprovizionări	Forma de proprietate

Pondere materii prime importate (%) în total materii prime

3. Descrierea sumară a procesului tehnologic actual:

4. Date tehnice cu privire la principalele mașini, utilaje și mijloace de transport aflate în proprietatea agentului economic:

Mijloc fix	Date tehnice	An fabricație	Valoare

5. Imobile:

Denumire	Destinație	Proprietate		Închiriate	
		Valoare	Ipoteci	Val. chirie	Perioada

Prezentați locul unde firma își desfășoară activitatea și cum sunt asigurate utilitățile necesare (energie electrică, apă, canal) asigurate.

NOTĂ : S-a anexat în copie actul de proprietate/contractul de închiriere, lista de inventar, facturi de achiziție, etc.

D. PIAȚA ACTUALĂ

1. Principalii clienți:

1.1 Interni:

Nume	Adresa	Forma de proprietate	Tip de produs	Pondere în total vânzări

1.2 Externi:

Nume	Adresa	Forma de proprietate	Tip de produs	Pondere în total vânzări

2. Principalii concurenți :

Nume	Adresa	Forma de proprietate	Tip de produs

3. Poziția produselor / serviciilor societății comparativ cu cele ale concurenților:

Produs/Servicii	Preț			Calitate		
	leftin	Comparabil	Scump	Inferioară	Comparabilă	Superioară

(Descrieți principalele avantaje ale produselor/serviciilor d-voastră comparativ cu cele oferite de concurență).

E. DESCRIEREA PROIECTULUI PROPUS

(Descrieți proiectul, cum a fost generată ideea, ce obiective pe termen scurt, mediu și lung v-ați propus să realizați)

1. Produsele noi :

(descrieți tipul de produse/servicii și caracteristici, procentul din total vânzări, preț vânzare)

1. Principalii furnizori de materii prime :

Materie primă/serviciu	Nume și adresă furnizor	Forma de proprietate	Valoarea anuală a achizițiilor (mii lei)

(Descrieți cum v-ați propus să faceți aprovizionarea, cine va asigura transportul, etc.)

Anexați oferte de la furnizorii de materii prime principale.**3. Descrierea pe scurt a procesului tehnologic:**

(Descrieți pe scurt procesul tehnologic și îmbunătățirea adusă prin proiect dacă e cazul)

3.1. Impactul asupra mediului:

(Descrieți cum poate proiectul afecta mediul, și ce soluții ați gândit pentru eliminarea acestor efecte)

(Studiu de impact se atașează dacă e cazul)

3.2. Modul de asigurare cu utilități:

(Unde va fi implementat proiectul, adresa, descrieți spațiul și cum sunt asigurate utilitățile necesare)

(O schiță de amplasare a mijloacelor fixe achiziționate se va atașa)

4. Descrierea investiției propuse în contextul procesului tehnologic descris anterior

Obiectul investiției	Furnizor	Valoarea estimată	Durata de amortizare (ani)
TOTAL :			

(Se vor anexa oferte de la principalii furnizori, precum și proiectul și autorizațiile și avizele necesare după caz.)

5. Graficul de realizare a investiției:

Activitate	Durata de implementare			
	Luna 1	Luna 2	Luna 3	Luna ...

6. Modificările necesare la echipamentele, clădirile existente:**7. Modificările necesare în structura și numărul personalului angajat:**

(Prezentați numărul de posturi create, tipul, postului, calificări necesare, salariul lunar propus, inclusiv taxele. Descrieți cum intenționați să recrutați personalul necesar și cum îl veți pregăti pentru postul respectiv, precum și ce program de pregătire gândiți în viitor și cum vă propuneți să motivați personalul).

(Noua organigramă va fi atașată, dacă e cazul)

8. Cheltuieli de producție anuale :

(Detaliați cheltuielile directe și indirecte anuale ale activității ce se va desfășura în urma implementării proiectului la capacitatea maximă)

9 Venituri anuale preconizate :

(Detaliați volumul vânzărilor anuale pentru fiecare categorie de produs/servicii oferite prin implementarea proiectului la capacitatea maximă a echipamentelor)

F. DATE PRIVIND PIAȚA ȘI PROMOVAREA NOULUI PRODUS / SERVICIU:**1. Clienți potențiali:**

(Descrieți ce strategii de marketing ați gândit să aplicați, cum ați identificat clienții potențiali, cum veți extinde piața sau identifica noi piețe, etc.)

1.1 Interni:

Nume	Adresa	Forma de proprietate	Tip de produs	Pondere în total vânzări

1.2 Externi:

Nume	Adresa	Forma de proprietate	Tip de produs	Pondere în total vânzări

(Studii de cercetare de piață sau statistici la care se face referire, precum și cereri de ofertă de la potențialii clienți se vor atașa)

2. Concurenți potențiali:

Nume	Adresa	Forma de proprietate	Tip de produs

3. Principalele avantaje ale noilor produse / servicii oferite:

Preț

Calitate

Caracteristici noi

Servicii post-vânzare

Alte avantaje :

4. Reacția previzibilă a concurenței la apariția de noi oferte pe piață:**5. Cum se va realiza desfacerea produselor:**

Forma de desfacere	Ponderea în total vânzări (%)
<input type="text"/>	<input type="text"/>

6. Activități de promovare a vânzărilor :

Publicitate
Lansare oficială
Pliante, broșuri
Plata în rate
Altele

<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>

(Descrieți care este strategia de promovare pentru lansarea produselor/serviciilor și după aceea estimați costurile anuale de promovare)

Cheltuieli anuale de promovare

G. INFORMAȚIILE FINANCIARE PRIVIND ACTIVITATEA TRECUTĂ A SOCIETĂȚII:

	Anul		
	1998	1999	2000
Rata curentă a lichidității	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Rata rapidă a lichidității	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Rata de recuperare a creanțelor	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Rata de plată a debitorilor	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Serviciul datoriei	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Rata profitului	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Rata solvabilității	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

(Bilanțurile contabile pe ultimii trei ani și pe ultimul semestru vor fi atașate. Situațiile financiare pe ultimul trimestru vor fi atașate).

H. PLANUL DE FINANȚARE A INVESTIȚIEI ȘI PROIECȚIILE FINANCIARE PENTRU URMĂTORII 5 ANI DUPĂ PRIMIREA ASISTENȚEI FINANCIARE

Sursele de finanțare s-au asigurat din:

	Suma	%
Credite bancare	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Capital propriu	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Alte surse (alte credite)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
TOTAL	<input type="text"/>	100,00

La planul de afaceri se anexează următoarele:

Fluxul de numerar previzionat

- pe proiect

<input type="text"/>
<input type="text"/>

- pe total activitate

Situația veniturilor și cheltuielilor previzionate

- pe proiect

<input type="text"/>
<input type="text"/>

- pe total activitate

(Fluxul de numerar va fi calculat pe 5 ani, lunar pentru primul an de activitate. Situația de venituri și cheltuieli va fi calculată pe 5 ani, trimestrial pentru primul an de activitate)

I. INFORMAȚIILE FINANCIARE PRIVIND ACTIVITATEA VIITOARE A SOCIETĂȚII

1. Rata internă de rentabilitate a proiectului	%
2. Rata curentă de lichiditate	<input type="text"/>
3. Rata rapidă a lichidității	<input type="text"/>
4. Serviciul datoriei	<input type="text"/>

FONDUL NAȚIONAL DE GARANTARE A CREDITELOR PENTRU ÎNTREPRINDERILE MICI ȘI MIJLOCII

<i>Beneficiarii garanției</i>	Societăți comerciale mici și mijlocii, persoane juridice române organizate conform Legii 31/1990, republicată, persoane fizice sau asociații familiale române autorizate prin Decretul lege nr. 54/1990 care îndeplinesc condițiile prevăzute de Legea nr.133/1999 și care desfășoară activități în domeniul industrial, comercial, al construcțiilor, transporturilor, turismului, prestărilor de servicii, etc
<i>Zonele de acordare a garanțiilor</i>	Toată țara.
<i>Tipuri de garanții</i>	Acordarea de garanții băncilor comerciale/instituții finanțatoare pentru solicitanții de credite în lei sau valută, IMM, persoane fizice/asociații familiale (așa cum au fost definite la beneficiarii garanției), respectiv: <ul style="list-style-type: none"> • Credite pe termen scurt, mediu și lung destinate finanțării proiectelor de investiții* sau finanțării ciclului de producție (inclusiv capital de lucru) • Scrisori de garanție bancară • Contracte de leasing (maxim 3 rate consecutive) • Linii de credit
<i>Moneda în care se garantează</i>	LEI
<i>Suma maximă garantată:</i>	Persoane juridice: <ul style="list-style-type: none"> • Investiții, contracte de leasing, scrisori de garanție: 300 000 EURO (echivalent în lei) • Finanțarea capitalului de lucru, linii de credit: 150 000 EURO (echivalent în lei) Persoane fizice autorizate: <ul style="list-style-type: none"> • Investiții, contracte de leasing, scrisori de garanție: 75 000 EURO (echivalent în lei) • Finanțarea capitalului de lucru, linii de credit: 40 000 EURO (echivalent în lei) Fondul poate emite garanții în următoarele procente: <ol style="list-style-type: none"> a) pentru beneficiarii (așa cum au fost definiți) deja constituiți: <ul style="list-style-type: none"> • 75% din valoarea creditelor pentru finanțarea unui proiect de investiții, scrisorilor de garanție bancară, ratelor de leasing cu termen de rambursare mai mare de 12 luni • 60% din valoarea unui credit/linii de credit pentru finanțarea nevoilor de fond de rulment ale întreprinzătorilor, scrisori de garanție bancară, cu termen de rambursare mai mic de 12 luni b) pentru beneficiarii (așa cum au fost definiți) societăți nou înființate: <ul style="list-style-type: none"> • 80% din valoarea creditelor pentru investiții, scrisorilor de garanție bancară, contractelor de leasing cu termen de rambursare mai mare de 12 luni • 70% din valoarea creditelor pentru investiții, capital de lucru, linii de credit, contractelor de leasing cu termen de rambursare mai mic de 12 luni
<i>Procentul de garantare:</i>	Se consideră societate nou înființată societatea comercială care a fost înmatriculată în Registrul Comerțului cel mult de 6 luni, perioada în care nu a desfășurat nici o activitate. Pentru societățile nou înființate (start-up) se solicită participarea cu fonduri proprii, minim 25% din valoarea proiectului de investiții. Pentru diferența de până la 100% din valoarea finanțării, negarantată de Fond este necesară prezentarea altor garanții potrivit normelor proprii ale băncii finanțatoare.
<i>Comisioane percepute:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 1,5% din valoarea garanției aferentă creditelor, scrisorilor de garanții bancare, contractelor de leasing la care termenul de rambursare este de cel mult 12 luni • 2,5% pe an din soldul garanției aferentă creditelor, scrisorilor de garanții bancare, contractelor de leasing la care termenul de rambursare este mai mare de 12 luni
<i>Documentele pentru obținerea garanției</i>	<ul style="list-style-type: none"> • solicitare de garantare din partea unităților teritoriale a băncii/instituției finanțatoare • dosarul de credite întocmit conform normelor băncii/instituției finanțatoare solicitante • declarația clientului În cazul operațiunilor de leasing: <ul style="list-style-type: none"> • solicitarea de garantare • dosarul de finanțare • declarația utilizatorului
<i>Bănci partenere</i>	Băncile cu care FNGCMM are convenții de împărțire a riscului sunt: Banca Comercială Română, BRD-GSG, Banca Românească, Banca Comercială Carpatica, Raiffeisen Bank, CEC, Bank Post, EXIMBANK În viitor: <ul style="list-style-type: none"> • Bănci cu care FNGCMM va avea convenții de împărțire a riscului: Demir Bank, Alpha Bank • Societăți de leasing: Demir Romlease, Internațional Leasing, Alpha Leasing România, Leasing Co. SA

Informații suplimentare:

FNGCMM

Calea Victoriei 155, Tronson 5, etaj 6, Sector 1 – București

Tel.: 021/310 18 74

Fax: 021/310 18 57

* Sunt considerate investiții realizarea de noi obiective și/sau capacități de producție, dezvoltarea, modernizarea și/sau re tehnologizarea obiectivelor de investiții, a capacităților de producție, utilajelor și mașinilor, instalațiilor, a clădirilor și construcțiilor existente, procurarea de mașini și utilaje, mijloace de transport, inclusiv achiziții de produse în sistem leasing.

20 de întrebări pentru amplasarea afacerii tale

Criterii de analiză și alegere a amplasamentului		Nu este impor- tant	Impor- tanță redușă	Impor- tanță medie	Impor- tanță mare	Impor- tanță deosebit de mare
1.	Posibilități de angajare de personal cu calificare corespunzătoare					
2.	Accesul la materii prime					
3.	Distanța față de piețele de desfacere					
4.	Puterea de cumpărare în zonă					
5.	Servicii tehnice accesibile					
6.	Starea căilor rutiere (acces la autostradă)					
7.	Comunicații (poștă, telefon, servicii de curierat, internet, etc.)					
8.	Alte servicii pentru întreprinderi (bănci, alte instituții financiare)					
9.	Aglomerarea de firme similare					
10.	Posibilități de reclamă din partea instituțiilor publice					
11.	Factori de mediu (climă, topografie etc.)					
12.	Condiții speciale pentru clădiri (ex. seismicitate, regim de înălțime)					
13.	Compatibilitatea cu planul de urbanism la zonei					
14.	Implicații juridice (regim de proprietate, norme și taxe pentru obținerea autorizațiilor de construcție/amenajare)					
15.	Acces la alimentarea cu energie electrică					
16.	Posibilități de alimentare cu apă					
17.	Acces la rețeaua de canalizare, epurarea apelor uzate					
18.	Transport public (autobuz, cale ferată)					
19.	Aspecte de „imagine” a zonei					
20.	Posibilități de dezvoltare în viitor					

Prezentul ghid a fost realizat de:
MINISTERUL PENTRU ÎNTREPRINDERILE MICI ȘI MIJLOCII ȘI COOPERATIE

Cu sprijinul firmelor de consultanță:
H 3000 Development Consult, Viena
Österreichisches Institut für Gewerbe und Handelsforschung (IfGH), Viena
SVASTA Romania

în cadrul programului de asistență acordată de Guvernul Austriac
pentru dezvoltarea sectorului de IMM-uri din România.



4. Întreprinzătorul social

Întreprinderea socială se constituie drept un concept de data recentă, derivat direct din criza economică începută la noi în 2008-2009, nefinalizată nici azi, ne-contracarată cu nici o măsură, nemaivorbind de programe, părând chiar grăbită și amplificată prin decizii guvernamental-statutale, cum ar fi decizia de reziliere-anulare unilaterală a convențiilor de eşalonări de plată, decizie luată imediat după alegerile din 2005, cu consecință directă, imediată, de subminare a economiei naționale, *știau americanii tot, știau că am arestat conturile firmelor* (adică au furat într-o noapte toți banii din conturile tuturor firmelor din țară până la concurența cu valoarea ratei de plată la Banca Mondială...)

Ca un paleativ a apărut și această nouă formă de antreprenoriat. **Întreprinderea socială**, pe care o prezentăm, prin actul normativ care o fundamentează, prezentând în prealabil câteva considerații relative la aceasta, încercând să identificăm elemente pozitive ale acesteia:

1. Caracterul, subliminal perceput, de COEZIUNE, cu nuanțe umanitar creștine, având drept primă consecință extrem de importantă modificarea, în sensul ameliorării, a imaginii antreprenorului, a patronului în societatea românească, inevitabil determinate de anii de societate comunistă.
2. Posibilități reale de accesare de fonduri europene
3. Acces prioritar la bunuri patrimoniale nefolosite ale statului.
4. Creșterea gradului de securizare a patronului, prin faptul că, acum, iar ca efect subliminal al legii, își va retrage totuși, fără artificiale pudori, 20% din profitul realizat, pt el și pentru familia lui, sumă infinit mai mare decât mesele la restaurant (cel mai adesea cu parteneri de afaceri, deci în intere-



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



sul firmei), cu rata la mașina personal utilizată aptoape integral pentru deplasări de afaceri și curate la bancă pentru locuința pesonală, și ea ipotecată, gajată, pentru creditele firmei

Fisier pdf intreprinderea socială



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Economia socială

GHID

pentru întreprinderile sociale (ÎS)

&

întreprinderile sociale de inserție (ÎSI)*

De la înființare la impact social

* în conformitate cu [Legea nr. 219/2015](#) privind economia socială și Hotărârea Nr. 585/2016 pentru aprobarea [Normelor metodologice](#) de aplicare a prevederilor Legii nr. 219/2015 privind economia socială

Ce sunt întreprinderile sociale?

Întreprinderile sociale sunt **persoane juridice de drept privat** care dovedesc că **respectă**, conform actelor legale de înființare și organizare, **cumulativ, definiția și principiile economiei sociale** prevăzute în lege.

Definiția economiei sociale: economia socială reprezintă ansamblul activităților organizate independent de sectorul public, al căror scop este să servească interesul general, interesele unei colectivități și/sau interesele personale nepatrimoniale, prin creșterea gradului de ocupare a persoanelor aparținând grupului vulnerabil și/sau producerea și furnizarea de bunuri, prestarea de servicii și/sau execuția de lucrări.

Principiile economiei sociale sunt:

- a) **prioritate acordată individului** și obiectivelor sociale față de creșterea profitului;
- b) **solidaritate și responsabilitate colectivă**;
- c) convergența dintre interesele membrilor asociați și interesul general și/sau interesele unei colectivități;
- d) **control democratic al membrilor**, exercitat asupra activităților desfășurate;
- e) **caracter voluntar și liber al asocierii** în formele de organizare specifice domeniului economiei sociale;
- f) **personalitate juridică distinctă**, autonomie de gestiune și **independentă față de autoritățile publice**;
- g) **alocarea celei mai mari părți a profitului/excedentului financiar pentru atingerea obiectivelor de interes general**, ale unei colectivități sau în interesul personal nepatrimonial al membrilor.



Cine poate fi întreprindere socială (Î.S.) și întreprindere socială de inserție (Î.S.I.) și ce documente sunt necesare pentru a dovedi această calitate?

Categorii de persoane juridice de drept privat care pot fi Î.S. și Î.S.I.		Actele de înființare și funcționare prin care persoanele juridice de drept privat dovedesc faptul că au scop social și respectă principiile și criteriile E.S. pentru a se atesta ca ÎS sau certifica ca ÎSI:
<ul style="list-style-type: none">Societățile cooperative de gradul I	<ul style="list-style-type: none">actul constitutiv și autorizația de funcționare emisă de Oficiul Național al Registrului Comerțului;	
<ul style="list-style-type: none">Cooperativele de credit	<ul style="list-style-type: none">statutul și autorizația de funcționare acordată de Banca Națională a României potrivit Ordonanței de Urgență a Guvernului nr.99/2006 privind instituțiile de credit și adecvarea capitalului, cu modificările și completările ulterioare;	
<ul style="list-style-type: none">Asociații și fundații	<ul style="list-style-type: none">actul constitutiv și statutul, precum și certificatul de înscriere în Registrul asociațiilor și fundațiilor aflat la grefa judecătoriei în a cărei circumscripție își au sediul, în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, cu modificările și completările ulterioare;	
<ul style="list-style-type: none">Casele de ajutor reciproc ale salariaților	<ul style="list-style-type: none">actul constitutiv și statutul, precum și certificatul de înscriere în Registrul asociațiilor și fundațiilor aflat la grefa judecătoriei în a cărei circumscripție își au sediul, în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, cu modificările și completările ulterioare;	





Cine poate fi întreprindere socială (Î.S.) și întreprindere socială de inserție (Î.S.I.) și ce documente sunt necesare pentru a dovedi această calitate?

Categorii de persoane juridice de drept privat care pot fi Î.S. și Î.S.I.	Actele de înființare și funcționare prin care persoanele juridice de drept privat dovedesc faptul că au scop social și respectă principiile și criteriile E.S. pentru a se autoriza ca ÎSI sau certifica ca ÎSI:
Casele de ajutor reciproc ale pensionarilor	Actul constitutiv și statutul, precum și certificatul de înscriere în Registrul asociațiilor și fundațiilor aflat la grefa judecătoriei în a cărei circumscripție își au sediul, în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, cu modificările și completările ulterioare;
Federații	Statutul și certificatul de înscriere în Registrul Federațiilor aflat la grefa tribunalului în circumscripția căreia federația urmează să își aibă sediul, în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000 cu privire la asociații și fundații, cu modificările și completările ulterioare;
Uniunile persoanelor juridice	Statutul sau actul constitutiv și dovada personalității juridice;
Alte categorii de persoane juridice de drept privat	Actul de înființare sau actul constitutiv și certificatul de înregistrare sau certificatul constatator eliberat de Oficiul Național al Registrului Comerțului, pentru persoanele juridice supuse înregistrării la Oficiul Național al Registrului Comerțului, respectiv statutul și dovada personalității juridice, în cazul altor persoane juridice de drept privat.



Cine poate dobândi statutul de întreprindere socială?

Statutul de întreprindere socială se recunoaște prin dobândirea unui atestat de întreprindere socială.

Persoanele juridice de drept privat, prevazute mai sus, pot solicita un atestat de întreprindere socială, dacă actelele de înființare și funcționare conțin prevederi prin care se demonstrează faptul că:

- activitatea desfășurată are scop social;
- respectă principiile economiei sociale;
- respectă următoarele criterii:
 - a) **acționează în scop social și/sau în interesul general al comunității;**
 - b) **alocă minimum 90% din profitul realizat scopului social și rezervei statutare;**
 - c) **se obligă să transmită bunurile rămase în urma lichidării către una sau mai multe întreprinderi sociale;**
 - d) **aplică principiul echității sociale față de angajați, asigurând niveluri de salarizare echitabile, între care nu pot exista diferențe care să depășească raportul de 1 la 8.**



Care este procedura de obținere a atestatului de întreprindere socială?

Este simplu!

Persoanele juridice de drept privat trebuie **să depună** sau **să transmită prin poștă cu confirmare de primire** la **agenția județeană pentru ocuparea forței de muncă, respectiv a municipiului București**, în a cărei rază teritorială își au sediul, următoarele documente:

1. **Cerere pentru acordarea atestatului** completată conform modelului prevăzut în anexa nr. 2 la normele metodologice de aplicare a prevederilor Legii Nr.219/2015 privind economia socială sau, după caz, în anexa nr. 6, în situația în care se solicită concomitent și acordarea mărcii sociale.
2. **Actele de înființare și funcționare, în copie, certificate pentru conformitate cu originalul de către reprezentantul legal sau de către persoana împuternicită în acest scop, care să conțină o serie de prevederi din care să reiasă faptul că întreprinderea are scop social și respectă principiile și criteriile economiei sociale, iar activitatea desfășurată servește scopului social ales.**

Termenul de soluționare a cererii este de **30 de zile calendaristice de la data înregistrării documentației!** Termenul poate fi prelungit o singură dată, motivat, pentru 15 zile calendaristice!

Când cererea și documentația primită sunt incomplete, solicitantul are la dispoziție încă 30 de zile calendaristice pentru a le completa!

- ✓ Atestatul este **valabil 5 ani și se poate prelungi succesiv pentru încă 5 ani!**
- ✓ Poți solicita **concomitent** acordarea atestatului social și a mărcii sociale, iar obținerea mărcii sociale este condiționată de obținerea atestatului de întreprindere socială (Se va completa cererea tip prevăzută în [anexa 6](#) a normelor metodologice)!
- ✓ **Nu se percep taxe pentru emiterea atestatului sau a mărcii sociale!**

Atenție!

Poți obține marca socială doar dacă ai obținut și atestatul de întreprindere socială!



Cum poți prelungi valabilitatea atestatului de întreprindere socială?

Este simplu!

Trebuie să depui sau să transmiți prin poștă cu confirmare de primire, **cu cel puțin 45 de zile calendaristice înainte de data expirarea atestatului, dar nu mai mult de 60 de zile calendaristice**, la agentia județeană pentru ocuparea forței de muncă respectiv a municipiului București, în a cărei rază teritorială Î.S. își are sediul, următoarele documente:

- **Cerere pentru prelungirea atestatului**, completată conform anexei nr. 4 din normele metodologice de aplicare a prevederilor Legii. Nr.219/2015 privind economia socială;
- **Actele de înființare și funcționare** (prevăzute în normele metodologice), în copie, certificate pentru conformitate cu originalul de reprezentant legal sau de persoana împuternicită în acest scop;
- **Atestatul de întreprindere socială, în original.**



Când se suspendă atestatul de întreprindere socială?

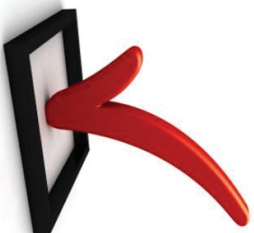
Atestatul de întreprindere socială **se suspendă de agențiile județene de ocupare**, în următoarele situații:

- a) la solicitarea întreprinderii sociale, pentru o perioadă de maxim 12 luni;
- b) Î.S. nu respectă următoarele obligații:
 - de a comunica agenției de ocupare orice modificări ale actelor de înființare sau constitutive, în termen de 15 zile de la modificare;
 - de a comunica agenției de ocupare **rapoartele de activitate și situațiile financiare anuale**;
 - de a publica, în extras, în termen de 3 luni de la încheierea anului calendaristic, **raportul social anual privind activitatea desfășurată și situațiile financiare anuale** în Registrul unic de evidență a întreprinderilor sociale administrat de ANOFM;
- c) Î.S. nu permit accesul personalului cu atribuții de control și nu prezintă acestora toate informațiile, datele și documentele solicitate.



Care sunt obligațiile întreprinderii sociale atestate?

- ✓ de a comunica agenției județene de ocupare orice modificări ale actelor de înființare sau constitutive, în termen de **15 zile de la modificare;**
- ✓ de a comunica agenției de ocupare rapoartele de activitate și situațiile financiare anuale;
- ✓ de a publica, în extras, în termen de **3 luni de la încheierea anului calendaristic**, raportul social anual privind activitatea desfășurată și situațiile financiare anuale în Registrul unic de evidență a întreprinderilor sociale,
- ✓ întreprinderile sociale se supun controlului cu privire la respectarea condițiilor legale de desfășurare a activității, anual, pentru a se verifica respectarea criteriilor care au stat la baza eliberării atestatului de întreprindere socială.





Când se suspendă și se retrage atestatul de întreprindere socială?

Atestarea întreprinderilor sociale se suspendă de către agențiile de ocupare în următoarele situații:

- a) La solicitarea întreprinderii sociale;
- b) În situația în care întreprinderea socială nu a comunicat agenției de ocupare orice modificare ale actelor de înființare sau constitutive, în termen de 15 zile de la modificare;
- c) În situația în care nu respecta cumulativ următoarele obligatii:
 - de a comunica agenției de ocupare orice modificări ale actelor de înființare sau constitutive, în termen de 15 zile de la modificare;
 - de a comunica agenției de ocupare rapoartele de activitate și situațiile financiare anuale;
 - de a publica, în extras, în termen de 3 luni de la încheierea anului calendaristic, raportul social anual privind activitatea desfășurată și situațiile financiare anuale în Registrul unic de evidență a întreprinderilor sociale;
- d) Întreprinderile sociale nu permit accesul personalului cu atribuții de control al agențiilor de ocupare, precum și al altor institutii și organe de control, în vederea exercitării de către aceștia a atribuțiilor de control potrivit prevederilor legale și să prezinte la solicitarea acestora toate informațiile, datele și documentele necesare în vederea exercitării controlului.



Care este procedura pentru obținerea mărcii sociale?

- **Statutul de întreprindere socială de inserție se certifică prin acordarea mărcii sociale.**
- **Marca socială** cuprinde certificatul care atestă statutul de **întreprindere socială de inserție**, cu o valabilitate de 3 ani de la data emiterii, precum și **elementul specific de identitate vizuală**, care se aplică în mod obligatoriu asupra produselor realizate sau a lucrărilor executate ori a documentelor care demonstrează prestarea unui serviciu.
- Instrucțiunile de utilizare a elementului specific de identitate vizuală sunt prevăzute în manualul de identitate vizuală, în conformitate cu Ordinul nr. 1986 din 04.10.2016 al ministrului muncii, familiei, protecției sociale și persoanelor vârstnice.





Ce este marca socială?

Marca socială este forma de certificare a întreprinderilor sociale de inserție în scopul recunoașterii contribuției directe a acestora la realizarea interesului general și/sau la îmbunătățirea situației grupului vulnerabil.

Cuprinde :

- certificatul care atestă statutul de întreprindere socială de inserție;
- element specific de identitate vizuală, care se aplică în mod obligatoriu asupra produselor realizate sau a lucrărilor executate ori a documentelor care demonstrează prestarea unui serviciu.



ÎNȚEPRINDERE SOCIALĂ
DE INSERȚIE



Cine poate fi întreprindere socială de inserție?

Întreprinderea socială de inserție
este întreprinderea socială care:



- a) are permanent, **cel puțin 30% din personalul angajat aparținând grupului vulnerabil**, astfel încât timpul de lucru cumulat al acestor angajați să reprezinte 30% din totalul timpului de lucru al tuturor angajaților;
- b) are ca **scop** lupta împotriva excluziunii, discriminărilor și șomajului prin **inserția socio profesională a persoanelor defavorizate**.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Cine sunt grupurile vulnerabile?

Categorii de grupuri vulnerabile, conform prevederilor Legii nr. 219/2015	Documentele care atestă apartenența la grupul vulnerabil
Persoane aflate în sistemul de protecție a copilului sau care provin din acest sistem (în acord cu prevederile Legii nr. 272/2004 privind protecția și promovarea drepturilor copilului, republicată, cu modificările și completările ulterioare)	Hotărârea comisiei pentru protecția copilului sau, după caz, hotărârea instanței prin care a fost dispusă măsura de protecție specială,
Persoane din familiile beneficiare de ajutor social (respectând prevederile Legii nr. 416/2001 privind venitul minim garantat cu modificările și completările ulterioare)	Copia deciziei pentru plată a directorului executiv al agenției județene pentru plăți și inspecție socială, respectiv a municipiului București sau talonul de plată
Persoane care fac parte din familii beneficiare de alocație pentru susținerea familiei (potrivit prevederilor Legii nr. 277/2010 privind alocația pentru susținerea familiei, republicată, cu modificările și completările ulterioare)	Copia deciziei pentru plată a directorului executiv al agenției județene pentru plăți și inspecție socială, respectiv a municipiului București sau talonul de plată
Persoane solicitante de azil sau beneficiare ale protecției internaționale (definite conform Legii nr. 122/2006 privind azilul în România, cu modificările și completările ulterioare)	Documentul temporar de identitate sau permisul de ședere valabile, potrivit legii
Persoanele fără adăpost	Adeverință eliberată de primăria din cadrul unității administrative-teritoriale în care trăiesc, prin care se certifică faptul că nu au domiciliu în acea unitate administrativ-teritorială și nici în altă unitate administrativ-teritorială de pe teritoriul României conform informațiilor obținute de la structura județeană de administrare a bazelor de date de evidență a persoanelor, respectiv a municipiului București
Persoanele aflate în situație de risc de a-și pierde capacitatea de satisfacere a nevoilor zilnice de trai	Ancheta socială pe baza modelului prevăzut în anexa nr. 1 la normele metodologice efectuate de serviciul public de asistență socială în a căruia rază teritorială se află domiciliul sau reședința persoanei respective, la solicitarea întreprinderii sociale (anual).
Dacă o persoană aparținând categoriilor de grup vulnerabil de mai sus este angajată în cadrul unei întreprinderi sociale de inserție, iar situația socio-familiară a sa nu a cunoscut o evoluție pozitivă, în sensul ieșirii din starea de risc, nu este posibilă excluderea acesteia din grupul vulnerabil.	



Care este procedura pentru acordarea mărcii sociale?

Întreprinderea socială de inserție, respectiv întreprinderea socială care a obținut **atestatul**, depune sau transmite prin poștă, cu confirmare de primire, la agențiile de ocupare în a căror rază teritorială își are sediul, următoarele documente:

- cerere pentru acordarea mărcii sociale, completată după modelul prevăzut în [anexa nr. 6](#) la normele metodologice;
- situația privind personalul angajat cu contract individual de muncă, conform modelului prevăzut în [anexa nr. 7](#) la normele metodologice;
- contractele individuale de muncă ale persoanelor aparținând grupului vulnerabil, în copie;
- documentele care atestă apartenența la grupul vulnerabil, în copie.

Termenul de soluționare este de 30 de zile calendaristice de la data înregistrării documentației complete.

Marca socială se consideră acordată de la data emiterii certificatului. Certificatul se identifică prin serie, număr și data eliberării și se tipărește în format tipizat. Certificatul se acordă pe o perioadă de 3 ani și nu se percep taxe.



Care sunt obligațiile înțepinderii sociale de inserție?

- să asigure, pentru persoanele angajate, care fac parte din grupul vulnerabil, **măsuri de acompaniament care să asigure inserția profesională și socială**;
- să întocmească **raportul de activitate anual**, care conține aspecte privind întreaga activitate desfășurată de întepinderea socială de inserție în perioada de raportare, specifice domeniului de activitate, inclusiv raportul social anual care conține activitățile cu caracter social, corelate cu situațiile financiare prezentate;
- să întocmească **raportul social anual** cuprins în raportul de activitate anual și extrasul raportului social anual, conform modelului prevăzut în anexele nr. 5A și 5B;
- să întocmească **extrasul situațiilor financiare anuale** ;
- să nu utilizeze marca socială, respectiv elementul specific de identitate vizuală peste termenul de valabilitate al certificatului;
- să utilizeze **elementul specific de identitate vizuală**, care se aplică în mod obligatoriu asupra produselor realizate sau a lucrărilor executate ori a documentelor care demonstrează prestarea unui serviciu.





Când se suspendă marca socială? (1)

Marca socială se suspendă de către agențiile de ocupare în următoarele situații:

- **la solicitarea expresă a întreprinderii sociale de inserție certificate, la data solicitată de către aceasta;**
- **în situația în care nu fost respectate criteriile de întreprindere socială de inserție, așa cum sunt definite de lege;**
- **în situația în care nu a fost îndeplinită obligația de a asigura, pentru persoanele angajate, care fac parte din grupul vulnerabil, măsuri de acompaniament care să asigure inserția profesională și socială;**
- **în situația în care angajatorul nu a respectat obligația de a transmite documentele care atestă apartenența la grupul vulnerabil agențiilor de ocupare, în termen de 5 zile de la data la care se demonstrează că persoana angajată aparține grupului vulnerabil sau, după caz, de la data la care au intervenit modificări în documentele furnizate;**



Când se suspendă marca socială? (2)

- în situația în care nu se comunică în termen de 15 zile modificarea actelor de înființare sau a actelor constitutive;
- în situația în care nu se transmite, în termen de 3 luni de la încheierea anului calendaristic, raportul social anual privind activitatea desfășurată și situațiile financiare anuale în Registrul unic de evidență a întreprinderilor sociale;
- în situația în care nu se permite accesul organelor de control prevăzute de lege și nu se prezintă toate informațiile, datele și documentele necesare în vederea realizării controlului;
- în situația în care a fost suspendat atestatul.





Când se retrage marca socială?



- **la data constatării încălcării unuia dintre criteriile de acordare a atestatului de întreprindere socială ;**
- **la expirarea termenelor referitoare la suspendarea mărcii sociale, respectiv :**
 - la peste 12 luni de la comunicarea suspendării certificatului, atunci când suspendarea mărcii sociale se realizează la solicitarea expresă a întreprinderii sociale;
 - la peste 30 de zile de la comunicarea suspendării mărcii sociale, dacă întreprinderile sociale nu dovedesc înlăturarea cauzelor care au stat la baza măsurii de suspendare a mărcii sociale și nu fac dovada plății amenzilor stabilite;
- **în situația în care a fost retras atestatul, la data retragerii acestuia.**



Care sunt obligațiile anuale de raportare?



- ✓ să întocmească **raportul de activitate anual** care conține aspecte privind întreaga activitate desfășurată de întreprinderea socială de inserție în perioada de raportare, specifice domeniului de activitate, inclusiv raportul social anual care conține activitățile cu caracter social, corelate cu situațiile financiare prezentate;
- ✓ să întocmească raportul social anual cuprins în raportul de activitate anual și extrasul raportului social anual, conform modelului prevăzut în anexele nr. 5A și 5B la normele metodologice;
- ✓ să întocmească **extrasul situațiilor financiare anuale**.

Cum sprijină statul structurile economiei sociale?

Întreprinderile sociale de inserție pot beneficia de următoarele facilități din partea autorităților administrației publice locale:

- atribuirea unor spații și/sau terenuri aflate în domeniul public al unităților/subdiviziunilor administrativ-teritoriale, cu respectarea prevederilor *Legii administrației publice locale nr. 215/2001, republicată, cu modificările și completările ulterioare*, în scopul desfășurării activităților pentru care le-a fost acordată marca socială;
- sprijin, în promovarea produselor realizate și/sau furnizate, serviciilor prestate ori lucrărilor executate în comunitate, precum și în identificarea unor piețe de desfacere a acestora;
- sprijin în promovarea turismului și activităților conexe acestuia, prin valorificarea patrimoniului istoric și cultural local;
- scutiri de taxe acordate în conformitate cu prevederile *Legii nr. 227/2015 privind Codul Fiscal, cu modificările și completările ulterioare*, astfel: întreprinderile sociale de inserție **nu** datorează impozit/taxă pe clădiri pentru clădirile deținute și pentru terenurile deținute sau utilizate;
- alte facilități și scutiri de taxe și impozite acordate de autoritățile administrației publice locale, în condițiile legii;
- **contracte rezervate:** Autoritățile contractate pot poate rezerva dreptul de participare la procedura de atribuire doar unităților protejate autorizate și întreprinderilor sociale de inserție - Legea Nr. 98/2016 **privind achizițiile publice**



Cum sprijină statul structurile economiei sociale?

- **sprijin pentru consolidarea economiei sociale** acordat prin **Programul Operațional Capital Uman (POCU)** - **Axa prioritară 4: Incluziunea socială și combaterea sărăciei**, Prioritatea de investiții 9v : Promovarea antreprenoriatului social și a integrării vocaționale în întreprinderile sociale și economia socială și solidară pentru a facilita accesul la ocuparea forței de muncă;
- **măsuri de sprijin, de natura ajutorului de stat**, ce vor fi aprobate prin acte specifice, cu respectarea prevederilor comunitare și naționale în materie de ajutor de stat;
- **îndrumare metodologică** acordată de către **agențiile județene pentru ocuparea forței de muncă, respectiv a municipiului București**;
- **facilități pentru angajarea de tineri cu risc de marginalizare socială**, în conformitate cu Legea nr. 76/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă, cu modificările și completările ulterioare;
- anual, de **programul pentru stimularea înființării și dezvoltării microîntreprinderilor din sfera economiei sociale** în conformitate cu prevederile art. 25[^]1 lit. d) din Legea nr. 346/2004 privind stimularea înființării și dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii, cu modificările și completările ulterioare, referitoare la Programele naționale destinate finanțării întreprinderilor mici și mijlocii care se derulează de către autoritatea publică centrală cu atribuții în domeniul întreprinderilor mici și mijlocii.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Mai multe informații

✓ Despre cadrul legal al economiei sociale

Site-ul Ministerului Muncii, Familiei, Protecției Sociale și Persoanelor Vârstnice

– pagina Economie socială (<http://www.mmuncii.ro/j33/index.php/ro/2014-domenii/munca/economia-sociala>)

✓ Despre procedurile de atestare/certificare

Site-ul Agenției Naționale pentru Ocuparea Forței de Muncă

– secțiunea Economie socială (<https://www.anofm.ro/index.html?agentie=ANOFM&page=0>)

✓ **Anexele la Normele metodologice sunt disponibile aici.**
(<https://www.anofm.ro/index.html?agentie=ANOFM&page=0>)

Date de contact

**Ministerul Muncii, Familiei,
Protecției Sociale și Persoanelor
Vârstnice:**

Compartimentul Economie Socială

intreprinderisociale@mmuncii.ro

ANOFM și AJOFM:

Compartimentul Economie Socială - fax:

021.303.98.51 sau <http://www.anofm.ro/contacteaza-ne>

Datele de contact ale AJOFM:

Datele de contact ale **compartimentelor de economie socială** sunt disponibile aici: Economie socială



Interreg





EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA





Planul de acțiune

Introducere

Planul de acțiune este rezultatul acestui proiect, concretizând rezultatele activității de analiză documentaristică amplă, referitoare pe de o parte la identificarea exactă a problemei, Suprapopulația Aptă Absolută, adică NEOCUPAREA efectivă, adică nu doar aceea incorect percepută în societate, ca drept șomerii și asistații sociali, identificare făcută contextual, geografic, la nivelul țării, mai întâi, și descrisă în articolul meu de cercetare științifică „Suprapopulația aptă absolute”, precum și în articolul „Potențialul economic teoretic irosit, în România, în perioada 1956-2012”, și apoi, direct în cadrul acestui proiect, cu calcularea la zi a indicatorului la nivel național, precum și calcularea la nivel local, pe județele Giurgiu și Teleorman, precum și pe localitățile contractante ale acestui proiect, și anume orașele Alexandria, Tr. Măgurele și Roșiorii de Vede. Aceste rezultate, mai ales valorile numerice ale indicatorilor la zi, au fost confirmate spontan, în cadrul conferinței prilejuite de acest proiect și de domnul viceprimar al orașului Tr. Măgurele, Florentin Cristea, cu ajutorul cifrelor relative la procesul de votare, și înțelegând din prezentarea mea semnificația aferentă acestei analize a valorilor știmate de domnia sa. Aceste elemente de identificare corectă a problemei reale și de măsurare a ei sunt urmate de identificarea (conturarea, descrierea) unor instrumente concrete, cu caracter de noutate absolută (Agentul de Muncă) sau poate doar locală (Întreprinzătorul *A Doua Șansă*) sau Întreprinderea Socială și Antreprenorul nou, prezentate la punctele 1, 2 și 3, vor fi urmate de un capitol de conturare-descriere a Punerii în aplicare a planului, precum și de unul de măsurare a rezultatelor, adică și mai aplicat a REZULTATULUI concret, al unui singur indicator, Suprapopulația Aptă Absolută (NEOCUPAREA), și, și mai concret, a Indicelui de evoluție a acesteia, adică dacă Neocuparea a scăzut sau nu în perioada planificată. Această etapă a planului este urmată de etapa de evaluare a rezultatelor, formularea de concluzii care vor avea și caracter de feedback, fiind folosite în etapele următoare de rulare a programului de acțiune, precum și de una cu caracter mai general privind evaluarea de ansamblu a acestui gen de program, referitor la rezultatele sale, la capacitatea aparatului local arondat lui de acceptare, de înțelegere, de bună derulare a acestuia, de înțelegerea



rezultatelor și asumarea lor, și în ultimă instanță de însușirea lui ca un instrument eficace de punere în practică și rezolvare a unei probleme foarte grave și foarte importante totodată a Administrației locale a zonei respective.

Pașii planului

Analiză retrospectivă

Orice activitate care trebuie planificată pentru evoluții ulterioare trebuie foarte bine fundamentată, una dintre direcțiile cele mai importante ale acestei fundamentări constituind-o analiza istorică a acestei activități, fenomen, problemă etc. Problema fundamentală a acestui proiect este NEOCUPAREA, în sensul îmbunătățirii ei, adică al diminuării acesteia și în consecință al creșterii OCUPĂRII. Această problemă este foarte elaborat analizată pe parcursul acestei lucrări, și prezentată în capitolul anterior, Cercetarea Documentaristică. Analiza economică, în cazul nostru, a unui fenomen, are în miezul ei, al structurii de instrumente de analiză, istoria și geografia, economice. De la acest miez în sus se adaugă alte instrumente, mai aplicate, mai de detaliu, de nuanță, de domeniu, cum ar putea fi statistica, sociologia, comunicarea, publicitatea, strategia etc. Însă punctul de plecare, miezul ansamblului analitic, îl constituie istoria și geografia economice. În acest sens, problema este prezentată și analizată documentaristic astfel:

- Istoric - din 1956 și până azi
- Geografic:
 - la nivel național
 - la nivel județean (Giurgiu și Teleorman)
 - la nivel local (Alexandria, Turnu Măgurele, Roșiorii de Vede)

Prezentarea istorică și geografică permite ancorarea analizelor în timp (din 1956 - național, și din 1990 - local), pe o serie de indicatori aflați în strânsă corelație cu indicatorul NEOCUPĂRII - Suprapopulația aptă absolută. Acești alți indicatori, prezentați istoric și geographic, sunt, printre alții:

1. populația totală
2. populația aptă
3. populația ocupată



4. populația ocupată în agricultură
5. numărul de salariați
6. numărul de salariați agricoli
7. numărul de muncitori
8. numărul de muncitori agricoli
9. elevi și studenți
10. numărul șomerilor
11. P.I.B.-ul României
 - a. Total
 - b. Pe locuitor
12. P.I.B.-ul fiecărei entități în parte
 1. Județ - Teleorman, Giurgiu
 2. Oraș - Alexandria, Tr. Măgurele, Roșiorii de Vede
 - A. Total
 - B. Pe locuitor
13. Etc.

Un total de 21 (douăzeci și unu de indicatori) utili atât pentru înțelegerea retrospectivă a fenomenului, pentru fundamentarea deciziilor de acțiune, cât și pentru analiza rezultatelor finale. În plus, cei mai importanți indicatori sunt prezentați grafic, în evoluția lor istorică, la nivel local, și în comparație (corelație) cu evoluția indicatorului la nivel județean. Faptul că această analiză, bază de date și analiza grafică, sunt oferite și pe suport electronic, permite pe de o parte o actualizare continuă cu suportul ulterior al autorului sau direct cu informații care trebuie culese și prelucrate de la direcțiile de statistică județene și națională, precum și, pe de altă parte, adâncirea analizelor pe diverse căi de interes, cum ar fi: - fundamentarea altor proiecte; - conceperea de planuri mai ample de dezvoltare; - fundamentarea de programe politice, locale, județene, naționale.

Vizualizare (măsurarea) situației la zi

În esență, vizualizarea situației la zi constă în vizualizarea valorii Indicatorului Neocupării, adică Suprapopulația Aptă Absolută din anul de referință. Totodată, ea trebuie văzută în evoluția ei din ultimii ani, precum și în corelație-comparație



cu celelalte două orașe, cu județul, cu țara, precum și cu ceilalți indicatori aflați la îndemână. La finalul perioadei de aplicare a Planului de acțiune, peste, să zicem, 4 (patru) ani, comparația simplă ne arată dacă neocuparea a scăzut sau a crescut, cu câți oameni sau cu câte procente.

De exemplu, situația la zi a orașului Roșiori de Vede

Neocuparea (SPAA R.V/2018) = 17.122 persoane.

Ea se află într-o evoluție descendentă în ultimii șapte ani, din 2012, cu 1.264 persoane, însă în condițiile în care populația totală a orașului a scăzut cu 2.443 persoane (de la 33.845 pers/2012 la 31.402 pers/2018) iar populația în vârstă de muncă a scăzut cu 2.100 persoane (de la 25.700 pers în 2012 la 23.600 persoane în 2018).

Informația fundamentală a acestui capitol o constituie neocuparea la momentul t_0 , adică în punctul de pornire a planului de acțiune împotriva ei, iar o măsură de analiză ar fi simpla comparație cu rezultatul la sfârșitul perioadei. Bineînțeles, în condițiile analizei și cel puțin ale celor doi indicatori analizați mai sus.

Trecerea în revistă a Instrumentelor de acțiune

Instrumentele de acțiune cu care s-ar putea porni lupta împotriva neocupării, și deci pentru îmbunătățirea ocupării, s-ar putea împărți în două categorii, în contextul acestei analize, și deci al acestui proiect: Instrumente posibile și Instrumente inabordabile, dar posibile.

Să începem cu a doua categorie: ***Instrumente inabordabile, dar posibile***

Acestea pot fi o categorie de instrumente care există, pot fi puse în practică, dar care nu pot face obiectul acestui proiect, care are ca scop Îmbunătățirea ocupării (și nu eradicarea, rezolvarea definitivă a acesteia, lucru care este și imposibil). Aceste instrumente sunt abordabile doar la nivel administrativ-guvernamental și derulate doar de la acel nivel. În această categorie, sumar, s-ar putea încadra:

- Atragerea de mari investiții, românești sau străine
- Atragerea de proiecte de investiții de stat, guvernamentale, legate de infrastructura de comunicații, de transporturi, de energie, de agricultură, de amenajarea teritoriului și îmbunătățiri funciare etc.

Ele pot îmbunătăți considerabil situația ocupării, sunt foarte plauzibile fiind re-



comadate de mai toate doctrinele economice contemporane, și în contextul perpetuării prin sechelele lăsate, a crizei începute în 2008-2009 și mai ales în condițiile Crizei COVID-19, nemaiîntâlnită, cu blocarea parțială a întregii economii și societăți, mondiale. Se știe, din teoria și practica economice, că, în general, o mare problemă poate fi în același timp și o mare oportunitate de afaceri, de dezvoltare. Repornirea economiei noastre, în contextul repornirii economiei mondiale, al faptului că suntem în Comunitatea Europeană, dar și poate al faptului că nu suntem în spațiul Schengen (unde, subit, azi, suntem invitați de urgență), deci avem monedă națională, inclusiv Bancă Națională, precum și o poziție strategică geo-economică importantă, inclusiv zona aceasta, în special, fiind practic locul din interiorul Comunității Europene cu cele mai ieftine condiții de înființare și funcționare a unei fabrici de industrie prelucrătoare, adică teren, energie, forță de muncă, infrastructură rutieră în evoluție, aeriană și navală și chiar feroviară funcțională, se pot constitui în nișe antreprenoriale foarte importante și nu pot fi gestionate decât de la nivel guvernamental.

Instrumentele posibile sunt instrumente pe care acest studiu le propune, ca fiind și posibile de utilizat în scopul acestui proiect, îmbunătățirea OCUPĂRII, și care sunt prezentate în capitolul 3 (trei) al acestei lucrări, ele fiind:

- **Agentul de muncă**
- **Întreprinzătorul A doua șansă**
- **Noul întreprinzător, tânăr sau nu**
- **Întreprinderea socială**

Modalitatea practică referitoare la modul cum aceste instrumente sunt puse în practică va fi analizată în subcapitolul imediat următor

Punerea în aplicare

Punerea în aplicare a planului de acțiune prezentat în această lucrare nu poate să fie decât rezultatul unei activități de politică publică locală. Această politică publică de Îmbunătățire a ocupării în orașul Roșiori de Vede trebuie să aibă următoarele caracteristici:

- să fie puternică
- să fie susținută, adică neîntreruptă, continuă



- să fie inteligentă
- să fie modernă
- să fie finanțată

Ca orice activitate de politici publice, ea trebuie să fie proiectată și gestionată în detaliu de o Unitate de Management care trebuie să-și asume caracteristicile enunțate anterior. Singurul obiectiv, limpede, concis, cu care poate realiza această activitate de politică publică locală în scopul realizării obiectivului general, Îmbunătățirea Ocupării, este acela de a viabiliza cele 4 (patru) instrumente propuse. Practic, punerea în funcțiune a planului și însuși conținutul lui constau, simplu, doar în a face să ființeze cele 4 (patru) instrumente! În esență, sunt 2 (două) activități majore pe care această echipă trebuie să le realizeze:

1. Să stimuleze (în)ființarea celor 4 (patru) instrumente
2. Să susțină administrativ-birocratic (în)ființarea acestora

Stimularea (în)ființării celor 4 (patru) instrumente

Aceasta înseamnă în esență o activitate de influențare pozitivă a mediului social al localității pentru:

- Prezentarea, aducerea la cunoștință, a celor patru concepte
- Colorarea aspirațională a acestora după ce lumea știe ce sunt

Modalitatea prin care această activitate de influențare pozitivă se poate realiza constă într-un proiect de comunicare complexă, cu toate aspectele-componentele cunoscute în literatura și practica de specialitate:

1. Activitate de Public Relation (P.R.)
2. Activitate de publicitate

Activitatea de P.R. poate utiliza și instrumentele de P.R. politic, cunoscute la nivelul administrativ-politic local, uzitate și deci cu șanse de a atinge cele două obiective concrete, prezentarea și colorarea aspirațională a celor patru instrumente. În consecință, această activitate ar putea fi făcută și eventual de echipe locale de funcționari angrenați în trecut în campanii politice, mai ales că această activitate mare, de îmbunătățirea ocupării, trebuie realizată pe cicluri electorale. Totuși, întreaga activitate trebuie realizată de o agenție specializată, cu repuație, aleasă și coordonată de Unitatea de Management. Expertiza în alegerea instrumentelor de



comunicare, de detaliu, creativitatea, tehnicile moderne de influențare, de comunicare subliminală de exemplu, reclamă, folosirea-contractarea unei astfel de agenții. Spre exemplificare, am să prezint în continuare un proiect de comunicare utilizând o campanie de publicitate clasică, a tehnicilor moderne de influențare, tot din lucrarea mea de post-doctorat, „Rezerva de Stat ca suport al securității alimentare naționale”, campanie care avea drept scop ameliorarea-îmbunătățirea percepției de sine a micului producător agricol.

Proiect de valorizare psihologică (în mentalul colectiv) a grâului românesc

Preambul

În cadrul proiectului de cercetare postdoctorală intitulat „Rezerva de Stat, ca suport al securității alimentare naționale”, unde am definit ca obiectiv fundamental în acest context apărarea producției agroalimentare, modalitatea concretă de acțiune a acestei instituții se realizează printr-un program de politici ale Rezervei de Stat.

În funcție de interesul concret circumscris și politicilor mai largi, guvernamentale, naționale se pot identifica mai multe tipuri de politici, ca de exemplu:

Politica producătorului agricol

Politica industriei de prelucrare

Politica de export

Fiecare dintre ele trebuie concret actualizate, definite corect și poziționate în cadrul economic general, sintetizate într-o formă simplă, inteligibilă, pentru a putea apoi să se compună în setul de instrumente efective pentru îndeplinirea acestei politici.

În cadrul Politicii producătorului agricol, de pildă, sinteza politicii ar putea consta în aceea de a apăra prețul produsului agricol, grâul de exemplu, sau porumbul etc., în perioada de cea mai mare vulnerabilitate pentru producătorul agricol. și anume de a-l proteja de căderea de preț din perioada de recoltat, cădere provocată de activitățile angroșiștilor de cereale care sunt interesați să cumpere la prețuri foarte mici. Unul din instrumentele concrete de presiune pe prețuri ale acestora este lipsa spațiilor de depozitare. Neavând spații suficiente de depozitare, produ-



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



cătorii agricoli, fermierii, mai ales cei mici, sunt nevoiți să vândă direct din tarla.

Premisa fundamentală a conceptului de Rezervă de Stat ca suport al securității alimentare este aceea că ar fi necesar un cadru legislativ adecvat pentru ca această instituție să facă tranzacții în piața ei specifică la fel ca o bancă națională, adică să aibă dreptul să intervină în piață.

Pentru a realiza acest obiectiv foarte sintetic, foarte concret determinat, lucrarea mea propune nu un singur instrument de acțiune, ci o paletă de astfel de instrumente, cum ar fi:

Oglinda rezervei de stat– afișarea zilnică, similar cu o bancă națională, a prețului de referință, pentru fiecare dintre produsele din portofoliul de produse care se constituie drept o oglindă a Rezervei de Stat, cât și a prețului de referință pentru spațiile de depozitare

Certificarea depozitelor și utilizarea Certificatelor de depozit ale Rezervei de Stat

Tranzacții efective pe piața bursieră și pe piața reală

Faptul că lucrul acesta, problema despre care vorbim, se întâmplă de foarte mult timp sugerează și o problemă de altă natură. Presiunea pe preț din perioada recolțării, la grâu de pildă, probabil că a generat, în timp, și o atitudine de superioritate, de dominare pe de-o parte, cea a negustorului, și o alta de defetism, pe partea cealaltă, a producătorului agricol. Concret, probabil în mintea acestuia din urmă se pot imagina gânduri, idei, ca:

Din agricultură oricum nu se câștigă!

Mai bine accept decât să mă pun rău cu ăștia!

Cine sunt eu să schimb lumea?

etc.

Fiecare din cele două atitudini poate fi teoretic separată și corectată în sensul dorit. Capitolul doi din lucrare, pe care l-am amintit anterior, propune utilizarea tehnicilor de economie modernă, cum ar fi marketingul, publicitatea, analiza strategică etc. Ideea acestui referat (articol) este tocmai aceea de a dezvolta un proiect de valorizare a conceptului utilizând o strategie de marketing și comunicare.

1.1. Analiză strategică

Problema identificată și care trebuie modificată favorabil este cea descrisă mai



sus, cu cele două componente: superioritate pe de-o parte și defetism pe cealaltă parte. Ea nu poate fi rezolvată, în sensul aceste lucrări, printr-o discuție deschisă de genul *Știți că faceți un deserviciu interesului național, țării, distrugând micii producători care, doar din cauza prețurilor oferite de voi, nu au surse pentru realizarea producției, ajung să falimenteze!*, pe de o parte, iar pe de altă parte, *Voi faceți hrană, e o muncă nobilă, trebuie recunoscută și răsplătită ca atare!* Și nici măcar cu consfătuiri și conferințe publice problema nu poate fi rezolvată.

În consecință, ar fi necesar un program special, de marketing și comunicare, așa cum se întâmplă în economia reală cu produsele și cu firmele care le produc.

Caracteristicile acestui program ar putea fi următoarele:

Rezolvarea simultană a ambelor probleme, de superioritate și de defetism, ale actorilor

Identificarea unei caracteristici-cheie care să constituie, pe de-o parte, tema centrală a campaniei, iar pe de altă, parte pivotul, pârghia care să miște lucrurile în sensul dorit.

Fiind o problemă amplă, ar fi de dorit ca ideea, caracteristica respectivă, să nu fie creată, inventată, de analiștii strategici, ci să fie una reală

Conceperea unui program eficient de comunicare din punctul de vedere al mesajului, al targetului (public țintă) și al canalelor de comunicare.

Obiectivul principal al acestei campanii ar trebui să fie: *Valorizarea grâului ca produs, ca noțiune, concept, în mințile, în conștiința celor două părți.*

Dacă angrosiștii ar vedea lucrurile din această perspectivă poate că ar avea o altă abordare, mai blândă, mai prietenoasă, iar partea cealaltă, producătorii agricoli mici, ar putea să fie remotivată psihologic pentru a aborda de pe alte poziții negocierea și vânzarea recoltei.

Pentru aceasta trebuie indentificată o caracteristică deosebită a grâului ca produs comercial cât mai veridică și cât mai importantă care să constituie ceea ce în marketing poartă denumirea de **diferențiator**. Apoi, în funcție de caracteristicile publicului-țintă, aceasta ar trebui comunicată cât mai convingător.

Diferențiatorul, caracteristica fundamentală, pe care o consider aptă de acest lucru, este aceea că grâul din România (și cel din Franța, și cel din Ucraina) este necesar și folosit în toate celelalte țări în amestec cu grâu local pentru a-i crește



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



acestui din urmă gradul de panificabilitate. Practic, toate țările europene care cultivă grâu, de exemplu Germania, Olanda, Anglia etc., au nevoie de grâu românesc (și franțuzesc, și ucrainean) pentru a putea să facă pâine din grâu lor.

Toate campaniile bine făcute, bine fundamentate se bazează pe o astfel de analiză care identifică sau inventează această caracteristică fundamentală, diferențiator în mintea publicului-țintă.

Unele caracteristici sunt mai greu de identificat, altele sunt mai vizibile, mai ușor de descoperit.

Dintre caracteristicile inventate ale unui produs aş putea să dau exemplul Iaurtului Covalact, și anume caracteristica ***Covalact de țară - prea bun, prea ca la țară!*** Ea a fost identificată în mintea publicului-țintă de o echipă de analiști din agenția de publicitate **Dr. Ad.**, echipă compusă din Crăița Coman, Sorin Predescu, ambii în zona de creativitate, și Traian Nuță, ca analist strategic (strategic planner), și proiectată apoi drept caracteristică diferențiator produselor Covalact.

O caracteristică mult mai subtilă identificată și exploatată apoi, de aceeași echipă, referitor la produse similare, este aceea că înclinația spre consumul de lapte este primordială, vine de la primele clipe de viață, și se identifică cu un singur personaj, mama, și cu un concept unic, dragostea de mamă. Astfel au apărut, pentru Compania TNUVA, conceptul și campania ***Păstrează gustul dragostei!***, în care personajele principale erau o mamă tânără și un bebeluș.

Până la urmă, ambele pot fi suspectate și de improvizație, dar și de veridicitate. În cazul Covalact, vacile nu cresc sub nicio formă în oraș, și ai putea să zici că e o caracteristică până la urmă veridică, însă fabrica este una modernă, deci, probabil, nici vorbă de prelucrare ca la țară, iar vacile, multe dintre ele, chiar la țară, sunt crescute, hrănite și mulse și apoi laptele răcit pe computer, am putea spune.

Una din cele mai mari campanii din istoria publicității și a marketingului este tot din această zonă (a laptelui), s-a realizat în America și este cunoscută sub titlul de **Got milk?!**, mizând pe un diferențiator oricând posibil, compus din două aspecte: criza (lipsa) produsului și frica, teama omenească.

Potrivit lui Martin Lindstrom, un foarte important autor din această zonă (marketing, comunicare, analiză strategică), se pot identifica opt(sunt nouă!!!) factori de persuasiune utilizați în campaniile de promovare a unui produs sau altul. Aceștia



sunt denumiți de autor astfel:

1. **Buy Buy Baby** - de exemplu, campania Tunuva - Păstrează gustul dragostei!
2. **Comerț cu panică și paranoia** - ex. campania Got milk?!
3. **Nu pot să te las**
4. **Cumperi, o pui**
5. **Sub presiune**
6. **Amintiri de neuitat**
7. **Chinta Regală de marketing**
8. **Speranță la borcan**
9. **Orice ai face, ei vor fi cu ochii pe tine**

(Martin Lindstrom, Brand washed, Ed. Publica, 2013)

Desigur, acestea sunt cele mai importante și totodată cele identificate de acest autor, însă marketingul, publicitatea sunt spații ale creației, ale imaginației, ale inovării și, pe de-o parte, acestea trebuie adaptate la fiecare proiect în parte, iar pe de altă parte, oricând se poate imagina ceva nou.

Proiectul pe care eu l-am imaginat în cadrul acestei lucrări și care așa cum am mai subliniat se poate încadra într-un ansamblu, alături de alte instrumente, poate fi succint prezentat astfel:

Titlu - Proiect de valorizare (psihologică) a grâului românesc

Problema principală - scăderea prețului grâului în perioada de recoltat

Cauze - presiunea psihologică a cumpărătorilor și defetismul micilor producători

Target (public-țintă) - cultivatorii și angrosiștii de grâu din România

Perioada de desfășurare - mai-iulie

Tipul de mesaj - spot publicitar.

1.2. Elemente de analiză strategică:

Diferențiatorul de marketing - panificabilitatea crescută a grâului românesc care face ca toate celelalte țări să importe grâu românesc pentru a-l amesteca cu grâul atothton în panificație

Apresiasi foarte mare, adesea irațională, pe care o au românii, și în special cei din provincie, cei de la țară sau cei cu studii inferioare relativ la părerile bune ale



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



străinilor despre diverse aspecte românești (femeile, Delta, gimnastica etc.)

Concluzie strategică – ar trebui să punem niște străini să le spună fermierilor români, cultivatori de grâu în acest caz, cât de bun și necesar este grâul românesc pentru ei.

Story-board (descrierea spotului publicitar):

- **head line principal:** - O fi plouat la Slobozia?

- **head line secundar** - Pâine cu grâu de Bărăgan

- **mesajul direct** - Pentru a putea fi folosit, grâul din Olanda, Germania, Suedia, Anglia etc. trebuie amestecat cu grâu românesc

- **acțiunea, desfășurarea povestirii (story-ul):** într-o băcănie din Olanda, în timp ce cumpără o pâine, clientul, cumpărătorul, olandezul de rând, se interesează la vânzător, care, lucrând oarecum în domeniu, trebuie să știe detalii despre situația meteorologică, dacă a plouat sau nu la timp la Slobozia, ca o dovadă a gradului de informare, a internaționalizării și, de ce nu, a globalizării lumii noastre, și deci a preocupării concrete despre situația recoltei viitoare de grâu din Bărăgan. Toate acestea în timp ce pe locul principal de afișaj al băcăniei este inscripționată oferta specială a magazinului, și anume: **Pâine cu grâu de Bărăgan!**

Povestirea se repetă, în cadrul aceluiași spot sau în spoturi diferite, cu o scenă similară din alte țări importante în mentalul colectiv românesc: Germania, Anglia, Suedia etc.

Mesajul subliminal - se deduce foarte ușor că am putea, folosind terminologia scriitorului suedez menționat mai sus, să vorbim despre un factor de persuasiune care s-ar putea numi **Încredere la borcan!**, inoculând, persuasiv, subliminal, încredere, optimism, apreciere proprie a propriei persoane și a propriei munci și a rezultatelor ei, pe care, **Dacă și neamțul le apreciază, atunci...**

Vizualul - o primă schiță referitoare la o băcănie din Olanda, realizată doar cu scopul de a ilustra ideea acestui proiect, și doar atât, este prezentată în anexele 1 și 2.

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Anexa 1





EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Anexa 2



Pâine cu grâu de
Bărăgan



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



Susținerea birocratico-administrativă a (în)ființării celor patru instrumente constă în îmbunătățirea într-o și mai mare măsură a relației cu firmele, în general!

Evaluarea rezultatelor

Aceasta se poate realiza prin compararea valorilor indicatorului NEOCUPĂRII (S.P.A.A) al orașului, de la momentul initial, al pornirii planului, cu momentul final asumat sau în oricare alt moment intermediar și vizualizarea faptului dacă acest indicator s-a îmbunătățit (adică a scăzut) sau nu!



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



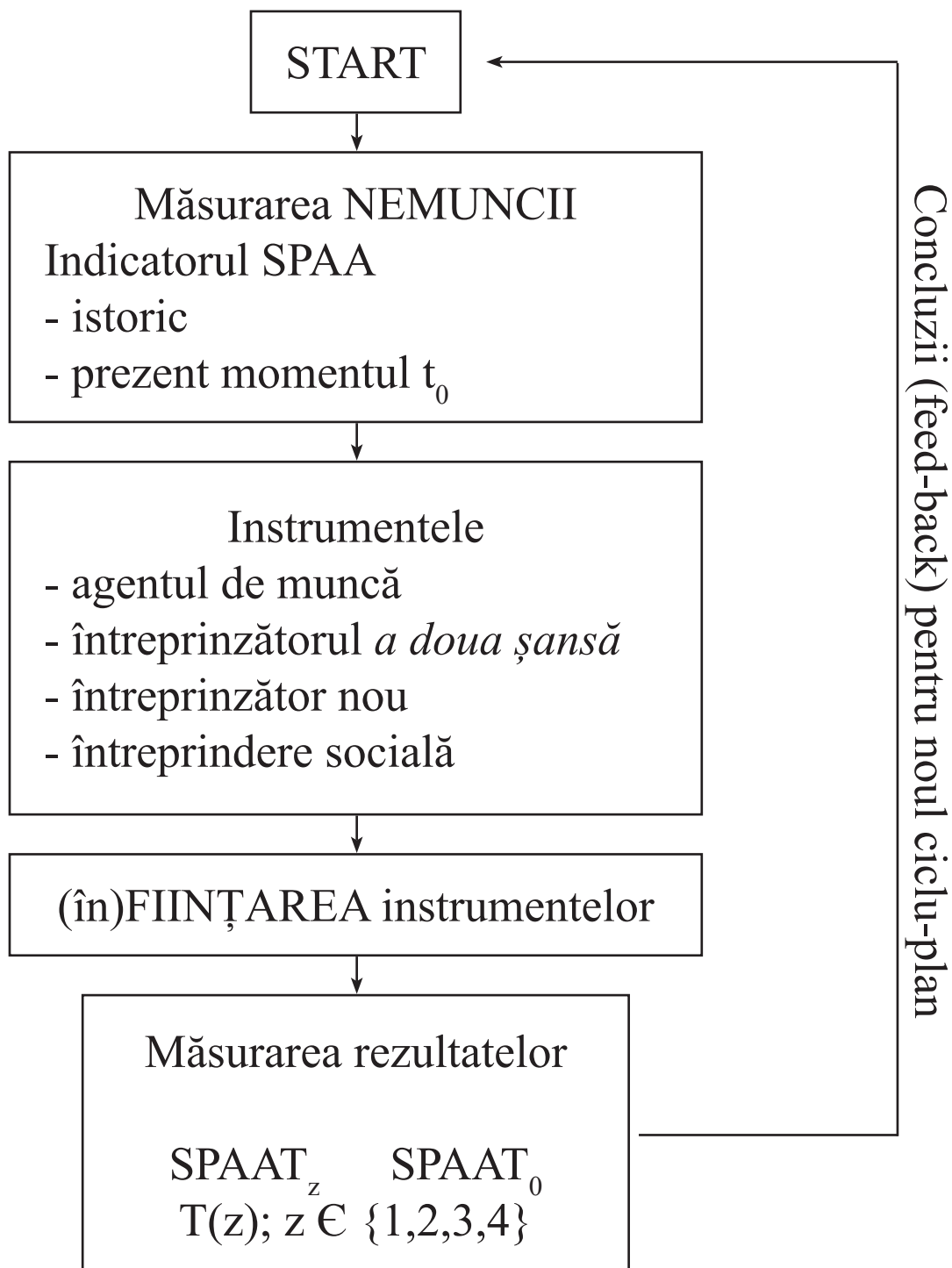
GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



CONCLUZII - SINTEZĂ





EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



NOTE



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



NOTE



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



NOTE



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



ANEMONE PRINT

2020

www.anemoneprint.ro