

## FAȚĂ ÎN FAȚĂ CU CRIZA



■ **Vlad Mihaș**  
ROMCOM

**CRIZA ECONOMICĂ ESTE UNUL DIN** subiectele de primă pagină a ultimelor luni. Citim sau auzim despre pierderi enorme înregistrate de instituții financiare internaționale, despre restructurări și planuri de salvare ale unor companii de renume, și chiar despre posibile falimente naționale. De asemenea, mai multe companii mari din România au anunțat concedieri, restructurări sau opriri temporare ale producției.

Există o criză economică reală în România? Cum ne afectează această criză? Ce e de făcut când treci printr-o perioadă de criză?

La nivel macroeconomic, anul 2008 se va încheia cu o creștere economică anuală de peste 8%, și creșterea va continua în 2009. Sistemul bancar este destul de robust în România, și cu toate reglementările recente care au indus un blocaj aparent, va continua să finanțeze activitatea economică. De ținut cont de asemenea de miliardele de Euro care vin de la Uniunea Europeană atât pentru investiții în infrastructură cât și pentru sectorul privat.

E dificil de vorbit despre o criză reală în acest context, și poate mai corect ar fi să discutăm despre o încetinire a creșterii economice. Foarte probabil consumatorii români vor deveni mai responsabili și vor cheltui mai puțin pe lucruri mai puțin importante, dar de aici până la dezastru e o diferență uriașă. Piața în ansamblu se va maturiza, însă acest lucru nu înseamnă că nu mai există cerere, că românii nu vor mai cumpăra case, alimente și servicii, ci doar că dinamica cererii în unele sectoare se va schimba.

Și totuși, criza a devenit un subiect atât de la modă încât ajungem să ne ascundem în spatele crizei pentru a oferi justificări. De ce avem întâzieri la rambursarea creditelor? E criză. Furnizorii neplătiți? Domnule, ce vrei de la noi, tu nu vezi că peste tot e criză? Investiții în dezvoltarea oamenilor? Poate după ce trecem de criză.

Cu criză sau fără criză în România, concurența se va intensifica și provocările vor crește pentru întreprinzătorii ROMCOM. Vor rezista companiile care se pregătesc să facă față competiției din piață, care se tehnologizează pentru a deveni mai eficiente și care fac investiții în cercetare și în capitalul uman. Maturizarea sectoarelor economice va aduce de asemenea rate anuale de creștere mai reduse, și rate normale ale profitului, comparabile cu cele înregistrate în economiile occidentale.

ROMCOM îți poate oferi o parte din instrumentele de care ai nevoie pentru a face afacerea ta mai competitivă: finanțare, consultanță și training. Ne apropiem de 100 de proiecte la care am facilitat obținerea de finanțare europeană pentru tehnologizare. Din ce în ce mai multe companii solicită planuri de afaceri profesionale și studii de piață. În acest an am acordat deja 150 de credite pentru investiții și capital de lucru și peste 100 de oameni de afaceri au participat la sesiuni de instruire. De asemenea, am

deschis 3 birouri noi pentru a fi mai aproape de tine și pentru a răspunde mai rapid solicitărilor tale.

Până la urmă, fiecare alegem cum ne afectează criza funcție de atitudinea pe care o adoptăm. Există provocări și există soluții pentru a răspunde cu succes provocărilor. Tu cum reacționezi când ești față în față cu criza?

### ÎN ACEST NUMĂR

#### **Editorial...**

*Față în față cu criza*

**pag. 1**

*Crizele pot fi depășite cu strategii pe termen lung*

**pag. 2**

*COMUNIA: este timpul să ne implicăm activ*

**pag. 4**

*Dăruiește un Crăciun!*

**pag. 5**

*Păstrează și dezvoltă visul*

**pag. 6**

*Ochi deschiși la nișe*

**pag. 8**

*Trainingul: un factor esențial pentru dezvoltarea companiei*

**pag. 9**

*Istoria modelului de personalitate persolog®*

**pag. 10**

*PRO FAMILIA: Luptele misiunii, victoria lui Dumnezeu*

**pag. 11**

# CRIZELE POT FI DEPĂȘITE CU STRATEGII PE TERMEN LUNG

Interviu cu prof. univ. dr. Aurel Negucioiu, decanul Facultății de Științe Economice a Universității Creștine Dimitrie Cantemir, Cluj-Napoca

■ **Interviu de Daniela Stoica**  
ROMCOM

**R – Primim tot mai multe informații alarmiste despre criza economică și financiară ce vine peste noi. Suntem pregătiți pentru ea? Îi vom face față?**

AN – Aveți dreptate, sunt multe voci alarmiste, creatoare de panică. Alții o numesc nu panică, ci prudență exagerată. Deși nu e un factor economic, panica sau prudența exagerată va contribui la amplificarea efectelor crizei. Ar fi foarte bine dacă am putea vedea situația reală. După părerea mea, IMM-urile din România ocupă un loc foarte important în sistemul economiei naționale. De aceea ele trebuie sprijinite în această perioadă. În IMM-uri lucrează mai bine de jumătate din populația activă a țării.

Ele dau cea mai mare parte a PIB-ului. IMM pot susține o serie întreagă de producții, și în perioade de criză, pornind de la următoarele premise: în primul rând să nu le descurajăm nici prin sistemul de impozitare, nici altfel, ci să le lăsăm să se bucure de libertate autentică pentru a putea apărea și a se desfășura pe piață. La un moment dat, alergând după bani, statul a perceput IMM-urilor impozit nu pe profit, ci pe cifra de afaceri. În acest mod s-a contribuit la frânarea sau chiar distrugerea lor. În momentul în care mergeau pe pierderi, statul le mai lua impozit, diminuându-le și mai mult resursele.

În al doilea rând cred că mai e loc de îmbunătățirea reglementărilor juridice. S-au făcut progrese într-o oarecare măsură, dar e loc de mai



bine. Nu sunt atât de optimist să cred că putem înlătura repede birocrăția. Dar chiar și acum, o societate comercială se înființează atât de greu, încât îi descurajează pe întreprinzători.

În al treilea rând, trebuie să avem grijă de măsurile pe care le-au luat unele instituții bancare de a mări dobânzile la credite. Aceste măsuri nu sunt factori de sprijinire a investițiilor. Creditele acestea cu dobândă mare vor obliga compania sau persoana fizică să restituie băncii o sumă de două sau trei mai mare decât împrumutul. Nu e cea mai bună soluție economică. De fapt e un mijloc de a compromite piața. În condiții de criză întreprinderile trebuie ajutate măcar să-și păstreze actualii angajați, nu să crească rata șomajului. Bine ar fi ca acum, IMM-urile să acorde o mai mare atenție competențelor profesionale ale angajaților cu care lucrează. Aceasta le va ajuta să facă față crizei.

**R – Majoritatea managerilor români nu au pregătire economică,**

**de exemplu. Lucrează mai mult din instinct.**

AN – Aveți dreptate. Din cauza aceasta spun că e nevoie să acorde atenție pregătirii profesionale a angajaților. Dar la fel de important e să se perfecționeze și patronii. În condițiile de azi și de mâine, ei nu vor face față competiției și fluctuațiilor pieței decât dacă vor acorda atenție propriei pregătiri. Atât la întreprinderile mari, cât și la cele mici, activitatea economică devine o formă de folosire a tehnologiei, a noilor cunoștințe economice. Cred că atât Ministerul Educației, cât și companiile de consultanță ar trebui să contribuie la dezvoltarea cunoștințelor managerilor și la promovarea unei gândiri inovatoare contemporane prin diverse cursuri și forme de specializare.

**R – Traversăm o perioadă interesantă: pe de o parte criză economică, pe de altă parte o toamnă și un 2009 presărate cu alegeri, de la cele americane, la cele parlamentare în România, europarlamentare și prezidențiale anul viitor. Un simplu zvon că uneori peste cap bursa și economia. Alegerile...**

AN – Mi-ar plăcea ca alegerile, de orice fel ar fi, să nu afecteze economicul. Din păcate nu e așa. Tot din păcate, asistăm la eforturi de manipulare a conștiințelor oamenilor. Churchill spunea: „Oamenii de stat se ocupă de problemele statului. Politicienii (observați ca nu spune oameni politici) au însă doar două interese: să fie aleși și să se mențină la putere”. În aceste condiții efectele

asupra economiei nu vor fi cele mai bune, nici pe termen scurt, nici pe termen lung.

**R – România încă nu are o strategie economică pe termen lung.**

AN – Suntem europeni și din păcate europenii lucrează așa. Nu chiar ca noi, dar nici ei nu au strategii pe termen lung. Dacă am lua exemple de pe alte continente, din Japonia de exemplu, și am calcula nu profitul de azi sau de mâine, ci un profit însumat pe o perioadă de timp determinată, am putea elabora strategii reale pe termen lung. Nouă ne lipsesc aproape cu desăvârșire strategiile autentice. Ținta ar trebui să fie o strategie pe termen lung care să poată fi împărțită pe etape. Atunci am putea, suferind acum puțin, să atingem o țintă la care să ne bucurăm de rezultate, de un profit durabil.

Necazul mare este că mai există un factor care ne omoară: lipsa înțelegerii mecanismelor economice,

a rolului pieței în economie, a rolului puterii politice și a statului în economie. Din păcate doctrinele ideologice susțin de multe ori aberații din acest punct de vedere. Eu cred că mecanismul cel mai important de funcționare a economiei rămâne mecanismul pieței. Dar piața nu e un mecanism perfect. Piața nu ne informează ce va fi în viitor. Îmi spune despre prețuri, și o face extraordinar. Dar dacă deschid o afacere acum, trebuie să am idee cum va fi peste doi-trei ani. Piața nu mai poate spune asta.

Iar apoi nu trebuie să uităm că piața a avut cel puțin trei eșecuri în toată lumea. Primul e criza ecologică. Datorită pieței, ca factor principal, dar nu unic, a apărut criza ecologică. Piața nu include în costurile ei costurile ecologice. Apoi piața a denaturat conținutul producției și însuși conținutul ideii de raționalitate. Singurul criteriu de raționalitate pentru unii specialiști este profitul. Dar ce înseamnă raționalitate când văd că cea mai

mare rată a profitului se obține din producția și comercializarea drogurilor sau din exploatarea altor vicii ale oamenilor? Tot datorită imperfecțiunilor pieței avem probleme sociale. Costurile sociale nu se află incluse în costurile de producție, piața nu le are în vedere. Piața are în vedere un singur lucru: eficiența Scopul nemijlocit al pieței rămâne obținerea unui profit cât mai mare cu costuri cât mai mici.

În aceste condiții, statul trebuie să susțină inițiativa privată, oferind un cadru legislativ coerent, nu prin ordine și comandă, nu impunând prețuri. Să sprijine sectoare pe care le consideră prioritare, dar pentru aceasta e nevoie din nou de o strategie pe termen lung. De fapt această strategie pe termen lung a statului corelată cu strategiile pe termen lung ale companiilor, care au un cadru coerent în care să se desfășoare, e cea mai sigură modalitate de a trece prin crize fără costuri prea mari.



## VREI SĂ-ȚI DEZVOLȚI AFACEREA?

### APELEAZĂ LA ROMCOM ȘI VEI OBȚINE:

- Fonduri nerambursabile
- Acces la credite bancare în cele mai bune condiții
- Planuri de afaceri
- Consultanță de marketing
- Studii de piață
- Identificarea unor potențiali parteneri de afaceri

[www.romcom.ro](http://www.romcom.ro)

# COMUNIA: ESTE TIMPUL SĂ NE IMPLICĂM ACTIV



■ **Imre Kulcsár**  
ROMCOM

## ÎN LUNA NOIEMBRIE AM ÎNCEPUT

în cadrul ROMCOM proiectul COMUNIA, prin care vrem să le oferim oamenilor de afaceri și persoanelor fizice din România posibilitatea de a sprijini proiecte sociale din țară și străinătate.

Sunt 17 ani de când Misiunea Creștină de Est din Elveția (COM) a hotărât să dezvolte un program în România. Așa s-a născut ROMCOM, un program de sprijinire a inițiativei private din România. Fundația și entuziasmul programului au izvorât dintr-o viziune de a face ceva care să genereze un impact semnificativ în viața multor oameni din jurul nostru.

ROMCOM a însemnat de-a lungul anilor peste 10 milioane Euro în finanțări pentru dezvoltarea afacerilor mici și mijlocii, peste 5.000 de locuri de muncă susținute prin aceste investiții și peste 2.500 de întreprinzători care au învățat la seminariile noastre cum să-și conducă mai bine afacerile. Este

absolut îmbucurător să vedem succesul și binecuvântarea în multe afaceri care au pornit la drum cu sprijinul ROMCOM.

În această perioadă am continuat să ne implicăm însă și în proiecte sociale în mai multe județe din țară prin intermediul Fundației Pro Familia, inițiată tot de Misiunea Creștină de Est din Elveția (COM). Finanțarea necesară a fost asigurată din donații, majoritatea de la persoane fizice din Elveția. Mulți dintre ei sunt oameni simpli, pensionari, tineri, care nu au venituri foarte mari în contextul de acolo, dar care au ales să se implice cu resursele lor în aceste proiecte.

Sunt de asemenea mai mulți oameni de afaceri români care au susținut proiectele sociale ale Pro Familia, și vreau să le mulțumesc și pe această cale pentru implicarea lor. Acești oameni au fost gata să ia din profiturile lor și să împartă cu alții. Aceasta este responsabilitatea socială, o binecuvântare extraordinară pe care mulți întreprinzători ROMCOM au experimentat-o deja. Fără a face mare agitație, ei dau înapoi comunității sprijinind cu generozitate proiecte din țară și din străinătate. Motivația lor este simplă: „Am fost ajutați, este rândul nostru să ajutăm”.

Pentru acești întreprinzători și pentru alți oameni care vor să se implice și să dăruiască am pus bazele COMUNIA, care este un proiect non-profit de strângere de fonduri pentru a sprijini proiecte sociale din țară și străinătate. COMUNIA este o inițiativă a Misiunii Creștine de Est din Elveția (COM) cu sprijinul ROMCOM.

Primul proiect COMUNIA în care vă invit să vă implicați este DĂRUIEȘTE UN CRĂCIUN! prin care dorim să aducem bucurie cu ocazia Sărbătorii Nașterii Domnului la peste 2000 de copii, tineri și adulți din familii foarte sărace, copii orfani sau cu probleme grave de sănătate.

Începând cu 2002, Pro Familia a distribuit mii de cadouri de Crăciun în fiecare an. Dacă în anii trecuți aceste cadouri au fost trimise în România de către Misiunea Creștină de Est din Elveția (COM) și de alte organizații de caritate din străinătate, anul acesta vă invităm să vă alăturați efortului nostru de a strânge aceste cadouri în România. COMUNIA va pregăti cadourile de Crăciun, iar Pro Familia le va distribui persoanelor aflate în nevoie.

Puteți să vă implicați în acest proiect de Crăciun fie dăruind un cadou, fie printr-o donație care va fi folosită integral în acest scop. De asemenea, vă invit să îi implicați și pe angajații sau colaboratorii dumneavoastră în acest proiect, astfel încât gestul nostru comun să aibă un impact cât mai mare pentru cei din jurul nostru aflați în nevoie, și să aducă bucurie cât mai multor familii.

Vom continua să vă informăm periodic cu privire la proiectele COMUNIA prin revista ROMCOM. De asemenea, puteți găsi informații despre COMUNIA pe pagina de Internet [www.comunia.ro](http://www.comunia.ro). Sunt foarte bucuros că putem face acest pas și vreau să mulțumesc tuturor cititorilor pentru contribuțiile lor. Cred că Dumnezeu poate binecuvânta într-un mod foarte special acest proiect și dorința noastră de a dăru pentru binele altora.

# DĂRUIEȘTE UN CRĂCIUN!



■ **Adrian Matis**  
COMUNIA

**PESTE CÂTEVA SĂPTĂMÂNI VOM** sărbători din nou Nașterea Domnului, prilej de bucurie pentru toți oamenii, din toată lumea, pentru că toți știu că această sărbătoare vine însoțită de cadouri multe și frumoase.

De la simpla felicitare înfățișându-l pe Moș Crăciun în sania trasă de renii lui zburători până la jucăriile și dulciurile care fac deliciul celor mici, oamenii își fac daruri unii altora pentru că așa este obiceiul și pentru că este cel mai bun moment să ne arătăm aprecierea unii față de alții, să ne urăm de bine și sănătate.

În fiecare an se petrece același scenariu, pe care cu bucurie îl așteptăm încă de la primele semne ale iernii, și cu toții ne dorim să avem parte de un Crăciun frumos, cu zăpadă, cu multe lumini și cu colindele prea bine cunoscute. Și ca în fiecare an, ne dorim să petrecem alături de cei mai apropiați și dragi inimii noastre.

Desigur, Crăciunul înseamnă mult mai mult. De fapt, noi sărbătorim cel mai frumos dar pe care oamenii l-au primit vreodată. Nașterea Domnului

reprezintă speranță, bucurie, frumusețe și gingășie, înseamnă schimbarea vieții oamenilor pentru totdeauna, înseamnă începutul domniei dragostei și altruismului într-o lume care are atâta nevoie de ele! Când vorbim despre Sărbătorile de Iarnă, ne gândim mai ales la planurile de viitor, pe care îl vedem luminos și împlinit alături de familie și prieteni! Cine ar putea gândi altfel? Este un timp al bucuriei și optimismului...

Sunt însă mulți oameni care nu se pot bucura de Crăciun. Pentru ei, este doar o zi marcată cu roșu în calendar, nimic mai mult! Și aceasta pentru că ei nu au prieteni, nu au familie, nu primesc și nu pot oferi cadouri. Nu le urează nimeni de bine și nu le cântă nimeni un colind. Aceștia sunt oamenii prea săraci, prea bolnavi sau prea singuri ca să poată simți bucuria Sărbătorii Nașterii Domnului. Prea puțin din viața lor înseamnă frumos, gingaș sau luminos, speranța a dispărut aproape complet și puțini sunt cei ce le arată dragoste. Aceștia sunt oamenii care au nevoie de noi!

Poate ani la rând nu ne-am dat seama de nevoile celor din jur, fiind prea ocupați cu grijile fiecărei zile. Au trecut multe ocazii și nu ne-am amintit de cei singuri, pentru care o vorbă bună înseamnă mai mult ca orice, sau de cei bolnavi, pentru care un prieten este aur curat! Am uitat de acei bătrâni pentru care apusul vieții este atât de înnorat, sau de acei copii pentru care începutul este dramatic! Toți aceștia sunt semenii noștri, pe lângă care trecem în fiecare zi, îi vedem pe stradă sau citim despre ei în ziare. Sunt vecinii noștri, despre care am uitat sau despre care nu ne-a spus nimeni.

Fundația COMUNIA a inițiat proiectul "Dăruiește un Crăciun" în cadrul căruia dorim să aducem bucurie

cu ocazia Sărbătorii Nașterii Domnului la peste 2000 de copii, tineri și adulți din familii foarte sărace, copii orfani sau cu probleme grave de sănătate.

Începând cu 2002, fundația noastră a distribuit mii de cadouri de Crăciun în fiecare an prin proiectele Pro Familia. Dacă în anii trecuți aceste cadouri au fost trimise în România de către organizații de caritate din străinătate, anul acesta vrem să îi motivăm pe oamenii din jurul nostru să dăruiască.

COMUNIA vă invită să luați parte la această campanie de Crăciun fie oferind un cadou, fie printr-o donație care va fi folosită integral pentru acest scop. Vă invităm să îi implicați și pe angajații sau colaboratorii dumneavoastră în acest proiect, astfel încât gestul nostru comun să aibă un impact cât mai mare pentru cei din jurul nostru aflați în nevoie, și să aducă bucurie cât mai multor familii.

Faceți un cadou pentru un om aflat în nevoie! Fiecare dintre noi putem aduce o bucurie cuiva! Cu ocazia Sărbătorii Nașterii Domnului putem face viața unui om mai frumoasă și mai luminoasă, putem aduce o speranță, putem arăta că ne pasă și că înțelegem care este semnificația Sărbătorii!

Veniți alături de noi și dăruieți un Crăciun!



comunia 

# PĂSTREAZĂ ȘI DEZVOLTĂ VISUL

*Unele vise prind viață. Cu ajutor. Tot cu ajutor cresc și se dezvoltă. Iar la un moment dat, ajungi la o cotitură, apoi la alta și trebuie să iei noi decizii cu bătaie lungă. Máté Zoltán, senior și junior, visează și dezvoltă vise de 12 ani, timp în care au dezvoltat o afacere, dar au investit și în oameni.*

*Interviu cu Máté Zoltán Jr., managerul SC ZETAM - PLM SRL*

■ **Interviu de Daniela Stoica**  
ROMCOM

## **R - Cum ați intrat în afaceri?**

MZ jr - Intrarea mea în afaceri, mai bine zis impulsul pentru a crea ceva pe idei proprii și a lupta pentru ele a fost marcată de experiența dobândită în cadrul activității mele în consiliul de conducere a organizației studenților maghiari din Cluj Napoca. În anul 1994 împreună cu mai mulți studenți creștini am înființat Clubul Studențesc Creștin în cadrul Uniunii Studenților Maghiari din Cluj Napoca și astfel am devenit membru în conducerea acestei organizații.

Aici am avut ocazia să învăț foarte multe despre inițierea și finalizarea unei idei, folosind mijloacele accesibile

oferite de Organizație. Tot aici am avut primele experiențe și succese în atragerea de fonduri pentru organizarea unor evenimente în cadrul clubului. Am avut în spate o echipă de studenți foarte dinamici și devotați.

Era entuziasmant că prin această uniune studențească am reușit să organizăm mai multe evenimente cu ajutorul unor fonduri publice. De asemenea, am obținut fonduri pentru achiziție de instrumente muzicale și pentru plata unor cheltuieli administrative de la Fundația Apáczai. Par lucruri mărunte, dar cu asemenea proiecte înveți să îndrăznești mai mult.

Afacerile au început tot datorită studenților. Fiind în contact cu mai mulți studenți de la Academia de Muzică, am observat că în domeniul accesoriilor pentru instrumente

muzicale oferta era destul de limitată. Am început cu comercializarea diferitelor bețe pentru instrumente de percuție pe care le-am creat și produs împreună cu un meseriaș din Odorhei. Materia de bază și chiar facturile cu care am vândut produsele au fost furnizate de compania la care tatăl meu lucra ca director tehnic. Am reușit să stabilesc relații comerciale atât cu mai multe școli și facultăți, cât și cu magazine de profil din țară.

Văzând că avem o piață pentru aceste produse, în anul 1996 am înființat compania ZETAM-PLM SRL cu sprijinul tatălui meu. Am lărgit paleta de produse, am închiriat un garaj la Cluj și am început producția de stative pentru note muzicale, pentru microfoane și chitare. De fapt, neavând dotarea tehnică necesară am asamblat elementele comandate de la diferite firme.

După terminarea facultății, în 1997, am revenit la Odorhei, unde m-am asociat cu tatăl meu în cadrul companiei. Pe lângă fabricarea produsele existente, am hotărât să lărgim paleta de servicii în domeniul prelucrării lemnului. Tot în acel an tatăl meu a intrat în contact cu ROMCOM. Împreună am elaborat un plan de afaceri pe care l-am folosit pentru a solicita utilaje de prelucrare a lemnului. Proiectul a fost susținut de tatăl meu și a primit acordul de finanțare.

Obiectul de activitate al companiei era exclusiv prelucrarea lemnului. La început am confecționat articole mici de birou și jucării din lemn, dar în scurt timp am reușit să pornim producția de mobilier într-un grajd închiriat. Am lucrat efectiv în fabrică împreună cu tatăl meu, uneori chiar și în ture de noapte. Încet-încet afacerea





### MÁTHÉ ZOLTÁN JR.

- s-a născut în 28 Octombrie 1972, în Odorheiu Secuiesc.

- 1991-1996 a urmat și absolvit Facultatea de Mecanică, specializarea TCM, la Cluj Napoca.

- 1996-1997 a urmat cursuri postuniversitare, în cadrul aceleiași facultăți și a obținut diploma de master în Prelucrarea materialelor compozite.

- 2001-2006 a urmat cursurile Facultății de Științe Economice la Facultatea Babeș-Bolyai din Cluj Napoca la specializarea 'Managementul firmei'.

a crescut și am reușit să formăm o echipă performantă. În prezent tatăl meu este responsabil de organizarea producției, iar eu mă ocup de managementul afacerii.

#### **R - Cum e să duci mai departe și să dezvolti visul tatălui?**

MZ jr. - Mulțumesc lui Dumnezeu, tatăl meu încă este sănătos și se află la înălțimea datoriei sale. Am învățat mult și mai am de învățat de la el, mai ales în privința înțelegerii angajaților și în comportamentul față de ei. De multe ori am auzit de la tata: 'se vede că nu ai avut șefi'.

Anul viitor tata poate să se pensioneze, dar sunt convins că acest lucru va fi doar formal. Totuși mă gândesc din ce în ce mai mult la faptul că

el se va retrage la un moment dat. Minte mă forțează să mă familiarizez cu această idee, care nu-mi place. Este numai o chestiune de timp, iar timpul chiar zboară. Este clar că munca noastră de 12 ani și investițiile realizate trebuie duse mai departe.

#### **R - De ce ați mai înființat o companie? O singură afacere dă multa bătaie de cap. Două afaceri....**

MY jr - În 2004 am înființat încă o companie, din motive ce țin în special de atragerea de finanțări nerambursabile specifice sectorului nostru de activitate. .

#### **R - Care a fost experiența voastră în atragerea de fonduri oferite prin programe guvernamentale sau europene?**

MZ jr. - Până acum am reușit să accesăm fonduri atât de la Ministerul Economiei și Finanțelor, cât și de la Ministerul IMM-urilor. De menționat că investițiile trebuie realizate strict pe baza reglementărilor aferente, și implementarea proiectelor necesită multă atenție. Am învățat deja și cum decurg licitațiile pe internet. E greu, dar se poate învăța și merită pentru că e î avantajul nostru.

#### **R - Cum vă pregătiți pentru criza economică ce se întrevede?**

MZ jr. - În primul rând reanalizăm cheltuielile și încercăm să le reducem la strictul necesar. De asemenea, vrem să diversificăm producția și să fabricăm mobilier și din alte esențe, pe lângă cea de brad, și am început producția de mobilier combinat cu elemente furniruite, vopsite.

Participăm regulat la târguri în țară și în străinătate, și începem să oferim produsele direct, fără să mai așteptăm să ne descopere clienții. Oferim și producție de mobilier la comandă direct pentru persoane fizice. Nu avem iluzii, nu facem planuri supraomenești, știm că nu va fi ușor, dar ne rugăm lui Dumnezeu să ne ajute, Îi mulțumim pentru trecut și cerem călăuzirea Lui în viitor.

#### **R - Cum va descurcați cu concurența?**

MZ jr.- În ciuda faptului că sunt multe companii de profil în zonă nu simțim vreun dezavantaj concurențial. Chiar colaborăm cu mai multe companii.

#### **R - Sunteți implicat în proiecte sociale?**

MZ jr.. - Desigur, deși prefer să vorbesc mai puțin despre acest subiect. Ne-am angajat față de o lucrare duhovnicească cu sprijin financiar pe termen nelimitat. Încercăm să observăm nevoile și suferințele altora și să ajutăm.



# OCHI DESCHIȘI LA NIȘE

**Pe o piață deja dezvoltată, noile afaceri pot avea succes mai ales datorită nișelor nevăzute și neacoperite de cei cu vechime. Iulian Bogdan Popescu a descoperit o asemenea nișă, după câțiva ani de bejenie impusă în Italia. Întors acasă cu experiența italiană a demarat o afacere în domeniul parchetului și scărilor interioare, iar apoi alta, în cu totul alt sector.**

*Interviu cu Iulian Bogdan Popescu, proprietarul companiei MENATWORK din Suceava*

■ **Dorin Pantea**

ROMCOM

## **R – Cum ați intrat în afaceri?**

IBP – Am intrat în afaceri pentru a-mi susține familia, dar înainte de afaceri a fost momentul Italia. În toamna anului 2000 am plecat în Italia la muncă, sperând la un viitor mai bun, și într-adevăr acolo am reușit să acumulez ceva resurse, dar nu cât se crede sau se poate visa de aici. În schimb, în timpul petrecut acolo am acumulat o experiență tehnică valoroasă în domeniul parchetului. Din primăvara anului 2007 am început o afacere pe această nișă în România.

## **R – Nu vă pare rău că v-ați întors? Cum se dezvoltă afacerea?**

IBP – Acum pot spune că alegerea de a mă întoarce în țară și a începe o afacere de comercializare a parchetului, a ușilor și scărilor a fost una câștigătoare. Pe lângă comerțul cu parchet și produse pentru parchet, am format o echipă de montatori profesioniști, care la rândul lor au lucrat în Italia în acest domeniu. Nu a fost ușor să încep și să mă afirm pe o piață lipsită de informații tehnice, dar până la urmă, cu ajutorul lui Dumnezeu am reușit. În prezent avem un show room de prezentare a produselor în Suceava. Un al doilea este în amenajare lângă Suceava.

Ca o afacere să zicem suplimentară, profitând și de o conjunctură fericită, am deschis și un magazin de confecții bărbătești - Camiceria Italiana - în Shopping City



## **IULIAN BOGDAN POPESCU**

- s-a născut în 12 iulie 1980
- 1994-1998 studiază la liceul industrial din Dorohoi, profil electromecanic auto
- 1998-2000 Facultatea de Construcții și Arhitectură Iași pe care a abandonat-o, dar unde intenționează să reia cursurile
- căsătorit

Suceava. În aceasta afacere este implicată mai mult soția mea.

## **R – Cum s-a implicat ROMCOM în afacerea dvs?**

IBP – Când s-a ivit oportunitatea de a deschide magazinul de confecții bărbătești, am avut nevoie de finanțare, deoarece nu puteam de unul singur să susțin investiția de amenajare la standardele la care se găsește acum magazinul. După multe târăgănări din partea a trei bănci, un prieten mi-a dat un număr de telefon și o alta speranță: reprezentantul

ROMCOM din Suceava, care a găsit imediat o soluție de finanțare. Pot să spun că în termen foarte scurt am obținut creditarea de care aveam atâta nevoie, fiind și constrâns de data limită a inaugurării complexului comercial. În prezent pot să spun că sunt mulțumit de ceea ce am realizat.

## **R – Ce planuri de viitor aveți?**

IBP – Pe viitor intenționez să achiziționez o hală de producție în care să pot dezvolta sectorul de parchet design și pe cel al producerii de scări interioare din lemn și să rezolv problema spațiului de depozitare.

## **R – Se vorbește mult despre criza economică și financiară globală. Credeți că vă va afecta afacerile?**

IBP – Părerea mea e că această criză a fost declanșată artificial și că afectează în special marile companii care au contracte cu statul. Afacerile de prestări servicii vor resimți mai puțin această criză, mai ales cele din domeniul meu de activitate. Sunt foarte optimist.



# TRAININGUL: UN FACTOR ESENȚIAL PENTRU DEZVOLTAREA COMPANIEI



■ **Călin Farcău**  
ROMCOM EMANUEL TRAINING

**ATUNCI CÂND VORBIM DE TRAINING** în cadrul companiilor românești, majoritatea managerilor recunosc într-un fel sau altul această nevoie, însă din motive precum cel financiar, lipsă de timp sau dificultăți de organizare ajung să renunțe în cele din urmă la sesiunile de instruire.

Nevoia de training a început să fie tot mai simțită în momentul în care România a aderat la Uniunea Europeană. Concurența acerbă, lipsa forței de muncă și noile piețe de desfacere au obligat companiile românești să se dezvolte de la simple idei de afaceri puse în aplicare în general de un întreprinzător împreună cu familia acestuia, în companii profesionale care cuprind, așa cum este normal, departamente pentru management, resurse umane, producție, marketing și vânzări.

În acest context, prin proiectele de training pe care le propune, ROMCOM EMANUEL TRAINING vă oferă posibilitatea să investiți în compania dumneavoastră, să o dezvoltați și să o creșteți într-un mod profesionist.

Obiectivul nostru este să oferim angajaților și managerilor companiei dvs. oportunitatea de a crește în valoare atât individual cât și în echipă, printr-un program de training relevant pentru activitatea lor.

Programele de training pe care le oferim sunt împărțite în trei mari categorii: management, marketing și vânzări, și team-building. Pentru că sunt domenii vaste, seminariile de management și marketing sunt împărțite în 5 module specifice.

## 1. MANAGEMENT

Obiectivul seminariilor de management este să ofere participanților imaginea de ansamblu a organizației și influențele reciproce dintre componentele acesteia, să-i echipeze cu abilități practice și instrumentele unei comunicări și organizări eficiente și eficace. Modulele acoperă următoarele tematici:

- Leadership
- Management strategic
- Managementul resurselor umane
- Managementul timpului
- Management organizațional

## 2. MARKETING & VÂNZĂRI

Obiectivul seminariilor de marketing & vânzări este acela de a oferi participanților instrumentele necesare atragerii și reținerii clienților, instrumente de vânzare și negociere, precum și metode practice de relaționare și înțelegere a nevoilor clienților. Modulele acoperă următoarele tematici:

- Tehnici de vânzare
- Tehnici de negociere
- Fidelizarea clienților
- Mixul de marketing
- Statistici și cercetare de piață

## 3. TEAM-BUILDING

Evenimentele de team-building se organizează la cerere, pentru a

răspunde unor nevoi specifice. Obiectivul este de a motiva personalul, de a dezvolta comunicarea în echipă, implicarea și dedicarea echipei.

Modelul conceput în aceste trei mari arii, încearcă să acopere întreaga paletă de nevoi care apar în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii dar și a companiilor mari. Tematicile propuse sunt organizate și gândite pentru fiecare departament în parte în așa fel încât companiile să poată beneficia cât mai bine de sesiunile de training și team-building.

Scopul ROMCOM EMANUEL TRAINING este ca împreună cu managerii companiilor, să ajute la dezvoltarea și maturizarea companiei pentru a deveni competitivi pe piața locală, națională și internațională.

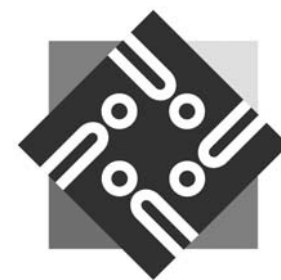
De asemenea, Uniunea Europeană vine în întâmpinarea companiilor românești cu fonduri nerambursabile pentru dezvoltarea resurselor umane. Proiectele de training, de consultanță, cercetări de piață sau team-building pot fi acum finanțate prin aceste fonduri.

Circumstanțele economice care au apărut în anul 2008 încep să ceară afacerile. Companiile care au fost și sunt gata să investească în dezvoltarea oamenilor și în elaborarea unor strategii adecvate vor trece mai ușor hopul economic. Companiile care continuă să amâne această nevoie reală vor pierde pas cu pas.

### VREI SĂ INVESTEȘTI ÎN ECHIPA TA?

Contactează-ne telefonic la **0744 515 765** sau prin email la **calin.farcu@romcom.ro** pentru a identifica împreună nevoile de training din compania ta și posibilitățile de finanțare cu fonduri de la Uniunea Europeană.

# ISTORIA MODELULUI DE PERSONALITATE PERSOLOG®



■ **Péter Kulcsár**  
persolog România

## ORICE PERSOANĂ CARE LUCREAZĂ

cu Profilul de Personalitate persolog folosește modelul DISC. În ziua de azi, este foarte greu să ne imaginăm dezvoltarea personalității fără contribuția acestui instrument. Succesul său de-a lungul anilor și nivelul său ridicat de aplicabilitate practică sunt o dovadă clară în acest sens.

Ceea ce nu știu mulți este că părintele modelului DISC este John G. Geier. Doar ideea care stă la baza modelului a fost împrumutată din munca de cercetare academică a Dr. William M. Marston. În lucrarea sa „Emotions of Normal People” („Emoțiile oamenilor normali”, n.tr., New York 1928), Marston a identificat patru tendințe comportamentale de bază. El nu a elaborat, însă, nici un Model de Personalitate DISC ca și cel pe care îl cunoaștem noi astăzi – deși mulți dintre furnizorii de produse care fac referire la Marston afirmă lucrul acesta. Marston nu a făcut altceva decât să așeze piatra de temelie pentru model. Arhitectul modelului DISC este nimeni altul decât Prof. John. G. Geier.

Prof. Geier, cetățean al SUA, a sesizat potențialul lucrărilor lui Marston. După moartea acestuia din urmă în anul 1942, Prof. Geier a cumpărat moștenirea de la văduva lui Marston, acesta fiind momentul de răscruce care a marcat cu adevărat începuturile modelului DISC. De atunci și până astăzi, Prof. Geier deține drepturile asupra moștenirii intelectuale a lui Marston. Din acest motiv, doar munca sa de cercetare poate pretinde că are la bază teoriile lui Marston. Prof. Geier a transformat opera lui Marston într-un model academic în care au fost integrate multe alte idei.

Oamenii găsesc însă plăcere în a

copia lucruri de succes. Instrumentele lui Geier i-au determinat pe alți academicieni și dezvoltatori să se lanseze pe piață cu imitații și copii. Acestea, însă, au avut o contribuție nesemnificativă la dezvoltarea ulterioară a conținutului modelului, unele dintre ele având chiar un efect retrograd.

În afara gamei oferite de persolog®, mai există un singur profil autorizat de către Geier (Inscape). Acesta, însă, este una dintre versiunile anterioare ale Profilului DISC, fiind lipsit de cei 40 de ani de cercetare și dezvoltare ai Prof. Geier. În colaborare cu Prof. Dorothy Downey, el a revizuit și a prelucrat cu multă atenție modelul.

Iată de ce, în anul 1990, Prof. Geier a pus bazele instituției „Geier Learning” unde și-a aplicat cu mare succes primele instrumente DISC dezvoltate de curând. Treisprezece ani mai târziu, el a predat licențele pentru instrumentele nou dezvoltate lui Friedbert Gay, director general al persolog Germania. Modelul de Personalitate elaborat de Geier este folosit în prezent de peste 50 de milioane de oameni în 80 de țări. Modelul are la bază cele patru dimensiuni comportamentale DISC.

Rezultatele celor mai recente studii (persolog în cooperare cu Universitatea Landau) efectuate asupra unui număr de 4.300 de subiecți au fost integrate în versiunea actuală a profilelor persolog®. Aceasta înseamnă că persolog® deține cel mai fiabil profil DISC disponibil la ora actuală pe piață. În cei trei ani, studiile s-au concentrat în mod deosebit asupra semnificației elementelor din chestionar. În acest domeniu, gradul de fidelitate a crescut la un nivel convingător de 0,95.

Acest al cincilea studiu care evaluează fidelitatea Profilului de Personalitate persolog® a făcut ca elementele și grupurile de cuvinte deja extrem de sigure să fie și mai precise ca înainte. În același timp, validitatea modelului a fost analizată pentru prima dată cu niște

rezultate excelente. Rezultatele finale ale studiului sunt prezentate pe scurt într-un raport academic asupra Profilului de Personalitate persolog®, ce poate fi citit pe pagina noastră web.

Printr-o decizie luată în comun cu Prof. Geier, persolog Germania a decis să redenumescă Modelul DISC. Scopul acestui pas este diferențierea modelului de multitudinea de produse DISC, unele învechite și unele falsificate, care se găsesc mai ales pe piețele din China și Marea Britanie. Începând cu anul 2008, modelul este disponibil sub numele de Modelul de Personalitate persolog®.

## Obțineți rezultatele optime la locul de muncă și în viața personală cu ajutorul unui Training de Personalitate persolog®!

Vă invităm să participați la un **training deschis** (public) sau să beneficiați de un **training intern** în cadrul companiei dvs, exclusiv pentru angajații dvs. Trainingul este destinat acelor oameni care doresc să-și îmbunătățească competențele personale și sociale. Identificați-vă tendințele comportamentale și învățați să-i recunoașteți, să-i înțelegeți și să-i acceptați mai bine pe cei din jur.

Descoperiți o metodă practică de a vă dezvolta personalitatea. În urma unui training persolog:

- Veți învăța să faceți diferența între diferitele tendințe comportamentale și să le controlați;
- Vă veți recunoaște calitățile și slăbiciunile în relațiile cu ceilalți;
- Veți dezvolta idei și strategii pe care le puteți pune în practică în viața de zi cu zi.

Pentru mai multe informații despre trainingurile persolog vă rugăm să ne contactați telefonic la **0749 271 872** sau prin email la **peter.kulcsar@persolog.ro**

# LUPTELE MISIUNII, VICTORIA LUI DUMNEZEU

■ **Anca Suci**  
PRO FAMILIA

## NE BUCURĂM SA VĂ PUTEM

Împărtăși experiențele trăite la Pro Familia în ultima vreme. În perioada 23-25 Septembrie 2008, Fundația Pro Familia a organizat o conferință la Valea Drăganului cu tema „Luptele misiunii, Victoria lui Dumnezeu” la care au participat toți misionarii sprijiniți prin proiectul „Misiune cu viziune”, împreună cu soțiile lor. Aceștia sunt răspândiți în Transilvania, Maramureș, Săcuieni și Oltenia, în comunități de români, maghiari și rromi. Sunt oameni care și-au dedicat viața slujirii lui Dumnezeu într-un mod aparte, în zone aride pentru Evanghelie din țara noastră.

Scopul acestei conferințe a fost de a împărtăși experiențele trăite în munca de misiune. Pe parcursul conferinței am putut descoperi frumusețea și bucuria de pe câmpul de misiune prin prezentările făcute de către misionari, dar și luptele, problemele, frustrările cu care se confruntă. Atât misionarii, cât și ceilalți participanți au avut ocazia de a se cunoaște mai bine, de a se încuraja reciproc, și de a crea noi relații și punți de legătură pentru câmpul de misiune.

Prin prezentările misionarilor am putut cunoaște oameni care au hotărât să-și schimbe viețile, să vedem schimbările din viețile acestora, beneficiile comunităților slujite de către misionari, precum și dedicarea misionarilor în slujire. Am văzut care este impactul muncii lor asidue în viața comunităților în care slujesc (unități de învățământ, comunități defavorizate), dar și nevoile și provocările cu care se confruntă, printre care se numără atitudinea ostilă în anumite comunități în care slujesc, lipsa sprijinului financiar sau lucrul cu voluntarii. Delegația de la Christliche

Ostmission din Elveția care a participat la conferință a apreciat mult activitatea misionarilor și i-a încurajat să continue proiectele în care sunt implicați.

În continuare vă prezentăm câteva impresii despre conferință:

### **Florin Dan, pastor în zona Beiuș**

Mulțumesc lui Dumnezeu pentru ocazia pe care am avut-o de a participa împreună cu soția la conferința organizată de Pro Familia la Valea Drăganului. Timpul petrecut împreună cu alți misionari și slujitori ai Domnului din România și Elveția a fost o mare binecuvântare pentru noi. Am fost îmbogățiți sufletește de experiențele, mărturiile și impresiile prezentate de frații noștri. Organizarea conferinței a fost excelentă, ne-am bucurat de timpul petrecut împreună cu ceilalți dar și de natură. Din punctul meu de vedere a fost o reușită și mă bucur să fac parte din echipa Pro Familia.

### **Mircea Pricop, pastor în Maramureș / Ucraina**

Conferința din Valea Drăganului a fost o oprire din mersul în fugă de pe acest pământ. Am putut evalua ceea ce trebuie să facem și ceea ce nu trebuie să facem, după spusele Domnului Isus ca să răscumpărăm vremea. Știm cu cine lucrăm și ne-am putut cunoaște și suntem convinși că e o lucrare a Domnului prin Duhul Sfânt, cu oameni predați în totalitate în mâna Lui. O dată pe an trebuie să ne

oprim din mersul vieții cu toții și să stăm împreună înaintea lui Dumnezeu. Mulțumesc frumos pentru conferință. A fost un mare dar.

### **Ernő Veres, pastor în Gheorgheni**

În primul rând ne-am bucurat de buna organizare a conferinței, am avut un confort bun la hotel și o servire minunată la masă. Faptul că am mers împreună soț și soție a fost pentru noi o altă binecuvântare, odihnă și relaxare. Totodată a fost o bucurie că ne-am întâlnit cu frații și prietenii care sunt activi în misiune. Cu aceasta s-a întărit părtașia frățească. Prezentările misionarilor au fost diferite și în același timp interesante. A fost extraordinar să vedem cum Domnul lucrează prin misionari atât între copii și tineri (școli și tabere) cât și printre adulți (botezul a peste 400 de rromi în Dunăre). Deși nu suntem tineri am fost încurajați să continuăm lucrarea misionară cu ajutorul Domnului în plantarea bisericilor, evanghelizări și chiar aici în tabăra unde locuim acum între oamenii cu dizabilități fizice și psihice.

În urma acestei conferințe putem spune că am avut harul să vedem puterea cu care Dumnezeu lucrează în viețile oamenilor și în ziua de azi, victoriile în câmpul de misiune, dar și greutățile și luptele pe care slujitorii lui Dumnezeu le întâmpină. A fost un timp de părtașie extraordinar, care a contribuit din plin la încurajarea participanților la conferință.





# Cauți finanțare nerambursabilă pentru afacerea ta?

Ne apropiem de  
100 de proiecte finanțate\*.  
Te așteptăm și pe tine.

[www.romcom.ro](http://www.romcom.ro)

\* pentru mai multe informații legate de proiectele de finanțare din portofoliul ROMCOM vă rugăm să vizitați [www.romcom.ro](http://www.romcom.ro)

**ROMCOM** este un proiect al Christliche Ostmission (COM) din Elveția. ■ **Consiliul director:** Georges Dubi - președinte, Mario Brühlmann, Ernő Veres - vicepreședinti ■ **Directori:** Imre Kulcsár, Vlad Mișuț ■ **Redacția:** Tehnoredactor: Göncki Géza, Redactor șef: Daniela Stoica  
■ **Prepress:** Photographics [www.photographics.ro](http://www.photographics.ro) ■ **Adresa:** ROMCOM, str. Sf. Ladislau 7, 410174 Oradea, Bihor  
**Tel:** 0259-479793 **Fax:** 0259-441911 **E-mail:** [office@romcom.ro](mailto:office@romcom.ro) **Internet:** [www.romcom.ro](http://www.romcom.ro)  
■ **Organizații partener:** Misiunea Creștină de Est, Elveția (COM), Agenția Elvețiană pentru Cooperare și Dezvoltare, Servus Business Development Elveția, Swiss Consulting Group Elveția, Soluții Avansate, Brandstorm