Cofinanțat de Uniunea Europeană

Cod apel: PEO/103/PEO_P4/OP4/ESO4.1/PEO_A52
Titlu apel: Sprijin pentru înființarea de întreprinderi sociale în mediul urban - Regiuni mai putin dezvoltate
Cod proiect: 313800
Titlu proiect: Think Social!

IMMETRU SOCIAL

Analiza mediului antreprenorial și social regional,
pentru regiunile de dezvoltare Nord-Vest, Centru și Sud-Est

IMM ROMÂNIA

THINK SOCIAL!

Cuprins

PARTEA I — ANALIZA GENERALĂ 2

1. Antreprenoriatul social și economia socială: cadru conceptual actual 2

2. Cadrul legal: Legea nr. 219/2015 privind economia socială — condiții minime obligatorii; evaluarea gradului de dificultate de conformare 2

3. Analiza cantitativă a întreprinderilor sociale din RUEIS — regiunile Nord-Vest, Centru și Sud-Est, comparativ cu media națională 6

4. Antreprenoriatul social ca parte a vieții economice a regiunilor Nord-Vest, Centru și Sud-Est — profil socio-economic teritorial curent (populație, ocupare, structura întreprinderilor) și poziționarea economiei sociale în cadrul acestuia 14

5. Economia socială din România în context european și național — impactul socioeconomic, ocuparea și veniturile generate de întreprinderile sociale, comparativ cu regiunile proiectului 22

PARTEA A II-A — EXPERIENȚA CELOR 27 DE ÎNTREPRINDERI SOCIALE SPRIJINITE PRIN PROIECTUL THINK SOCIAL! 28

6. Profilul întreprinderilor sociale sprijinite prin proiect — formă juridică, acționariat, domeniu de activitate, localizare 28

7. Metodologia cercetării calitative — chestionar aplicat celor 27 de întreprinderi 34

8. Rezultatele cercetării pe bază de chestionar — profilul angajaților și al grupurilor vulnerabile, timp de lucru, surse de finanțare, dificultăți curente și soluții identificate, impact resimțit asupra comunității 35

9. Studii de caz: interviuri cu exemple de bună practică — Social Smart RobotX SRL, EduPlay BB SRL, GSG Prest SRL 41

PARTEA A III-A — RECOMANDĂRI 47

10. Recomandări și soluții pentru susținerea și promovarea antreprenoriatului social, grupate pe categorii de instituții 47

10.1. Recomandări pentru operatorii de granturi de finanțare 47

10.2. Recomandări pentru ministere și instituții centrale 48

10.3. Recomandări pentru agențiile județene pentru ocuparea forței de muncă (AJOFM) 49

10.4. Recomandări pentru CNIPMMR (IMM România), beneficiar de proiect 49

PARTEA I — ANALIZA GENERALĂ

1. Antreprenoriatul social și economia socială: cadru conceptual actual

Economia socială reprezintă, potrivit cadrului legal românesc în vigoare, ansamblul activităților private cu caracter economic și social care servesc interesul general, interesele unei colectivități și/sau interesele personale nepatrimoniale, prin creșterea incluziunii sociale și/sau furnizarea de bunuri, prestarea de servicii și/sau execuția de lucrări. Ea se bazează pe inițiativă privată, voluntară și solidară, cu un grad ridicat de autonomie și responsabilitate, și presupune o distribuire limitată a profitului către asociați sau membri.

Întreprinderea socială este, în sensul legii, orice persoană juridică de drept privat care desfășoară activități în domeniul economiei sociale și care deține un atestat de întreprindere socială. Atunci când cel puțin 30% din personalul angajat aparține unui grup vulnerabil, iar scopul explicit este lupta împotriva excluziunii, discriminării și șomajului prin inserția socioprofesională a persoanelor defavorizate, întreprinderea poate obține, suplimentar, statutul de întreprindere socială de inserție, certificat prin marca socială.

În regiunile Nord-Vest, Centru și Sud-Est, antreprenoriatul social se manifestă în prezent, în marea sa majoritate, sub forma unor societăți comerciale (SRL) care au obținut atestatul de întreprindere socială — un model antreprenorial concret, orientat spre piață, și nu forma asociativă clasică a organizațiilor nonguvernamentale. Această observație este confirmată de analiza cantitativă a Registrului Unic de Evidență a Întreprinderilor Sociale (RUEIS, capitolul 3), unde peste 96% dintre entitățile din cele trei regiuni sunt înregistrate ca întreprinderi sociale de tip societate comercială, iar restul ca asociații, fundații sau alte forme prevăzute de lege.

Din perspectiva grupurilor țintă vizate de politicile publice și de proiectele de finanțare precum Think Social!, antreprenoriatul social se adresează cu prioritate: persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă, tinerilor, șomerilor și șomerilor de lungă durată, persoanelor din grupuri dezavantajate pe piața muncii și persoanelor inactive — toate cu domiciliul în mediul urban al celor trei regiuni. Această orientare plasează antreprenoriatul social la intersecția dintre politica activă de ocupare și politica de incluziune socială, cu rol dublu: creare de locuri de muncă și furnizare de bunuri/servicii cu utilitate comunitară.

2. Cadrul legal: Legea nr. 219/2015 privind economia socială

Legea nr. 219/2015 privind economia socială, în vigoare de la 27 august 2015, reprezintă principalul act normativ care reglementează domeniul economiei sociale în România, inclusiv condițiile de atestare a întreprinderilor sociale și de certificare a întreprinderilor sociale de inserție. Forma consolidată în vigoare include modificările aduse prin Legea nr. 210/2016 și Ordonanța de urgență nr. 33/2022.

2.1. Entități care pot dobândi statutul de întreprindere socială

Potrivit art. 3, pot solicita atestatul de întreprindere socială: societățile cooperative (Legea nr. 1/2005), cooperativele de credit, asociațiile și fundațiile (OG nr. 26/2000), casele de ajutor reciproc ale salariaților și ale pensionarilor, societățile agricole și cooperativele agricole, precum și, generic, orice altă categorie de persoană juridică — indiferent de domeniul de activitate — care respectă cumulativ definiția și principiile economiei sociale prevăzute de lege. Această ultimă categorie explică, în practică, ponderea covârșitoare a societăților comerciale (SRL) în rândul întreprinderilor sociale atestate: legea nu impune o formă juridică anume, ci doar respectarea principiilor și criteriilor de fond.

2.2. Condițiile minime obligatorii pentru obținerea și păstrarea atestatului

Conform art. 8 alin. (4) din lege, atestatul de întreprindere socială se acordă entităților care prevăd în actele de înființare și funcționare respectarea cumulativă a patru criterii:

- ✓ acționează în scop social și/sau în interesul general al comunității;
- ✓ alocă minimum 90% din profitul/excedentul realizat scopului social și rezervei statutare;
- ✓ se obligă să transmită bunurile rămase în urma lichidării către una sau mai multe întreprinderi sociale;
- ✓ aplică principiul echității sociale față de angajați și administratori, cu niveluri de salarizare între care nu pot exista diferențe care să depășească raportul de 1 la 8.

Atestatul se eliberează gratuit de agenția județeană pentru ocuparea forței de muncă (AJOFM/AMOFM), pe o perioadă de 5 ani, cu posibilitate de prelungire dacă se dovedește menținerea condițiilor. Ulterior obținerii atestatului, întreprinderea socială are, conform art. 9, trei obligații de raportare curentă:

- ✓ comunicarea către AJOFM/AMOFM a oricărei modificări a actelor de înființare/constitutive, în 15 zile de la modificare;
- ✓ transmiterea raportului anual de activitate, în termen de 3 luni de la încheierea anului calendaristic;
- ✓ transmiterea, în extras, a raportului social anual și a situațiilor financiare anuale, în același termen de 3 luni de la închiderea exercițiului financiar.

Nerespectarea condițiilor de fond sau a obligațiilor de raportare este verificată prin controale ale Ministerului Muncii și Solidarității Sociale și poate conduce, conform art. 29, la amenzi (500-5.000 lei, în funcție de abatere) și la retragerea atestatului în cazul încălcării oricăruia dintre cele patru criterii de la art. 8 alin. (4).

2.3. Condiții suplimentare pentru întreprinderea socială de inserție (marca socială)

Pentru entitățile care urmăresc și certificarea ca întreprindere socială de inserție — relevantă pentru proiectul Think Social!, orientate explicit spre integrarea grupurilor vulnerabile — legea impune, suplimentar față de condițiile de atestare, respectarea art. 10:

- ✓ minimum 30% din personalul angajat sau din membrii cooperatori să aparțină grupului vulnerabil, iar timpul de lucru cumulat al acestor angajați să reprezinte minimum 30% din totalul timpului de muncă al tuturor angajaților;
- ✓ scopul întreprinderii să fie lupta împotriva excluziunii, discriminării și șomajului prin inserția socioprofesională a persoanelor defavorizate.

Marca socială, odată obținută, are o valabilitate de 3 ani (mai scurtă decât cei 5 ani ai atestatului) și impune, conform art. 11, asigurarea unor măsuri de acompaniament pentru angajații din grupul vulnerabil: informare și consiliere profesională, acces la formare, îndrumare pe parcursul integrării, adaptarea locului de muncă la capacitatea persoanei.

2.4. Evaluarea gradului de dificultate de conformare la lege

Din perspectiva unei întreprinderi sociale nou-înființate — precum cele finanțate prin Think Social! — condițiile impuse de Legea nr. 219/2015 au grade de dificultate foarte diferite, atât ca efort inițial de conformare, cât și ca efort de menținere pe termen lung (perioada de sustenabilitate). Sinteza de mai jos evaluează fiecare condiție cheie:

Condiție legală	Grad de dificultate	Argumentare
Scop social / interes general al comunității (art. 8 alin. 4 lit. a)	**Redusă**	Se formalizează prin actul constitutiv; nu presupune costuri sau capacități suplimentare, ci doar o formulare corectă a obiectului de activitate.
Alocarea a minimum 90% din profit către scopul social (art. 8 alin. 4 lit. b)	**Ridicată**	Limitează sever posibilitatea distribuirii de dividende și a acumulării de capital propriu; poate descuraja investitorii orientați spre profit și presupune o disciplină financiară și contabilă riguroasă, dificil de menținut mai ales în primii ani, când reinvestirea integrală a resurselor limitate poate încetini dezvoltarea afacerii.
Transmiterea activelor rămase la lichidare către alte întreprinderi sociale (art. 8 alin. 4 lit. c)	**Redusă**	Clauză formală, cu impact doar în scenariul (ipotetic, la înființare) al lichidării; nu afectează funcționarea curentă.
Echitate salarială — raport maxim 1 la 8 între cel mai mic și cel mai mare venit (art. 8 alin. 4 lit. d)	**Medie-redusă**	Ușor de respectat în întreprinderile mici, nou-înființate, unde diferențele salariale sunt oricum reduse; poate deveni o constrângere reală pe măsură ce firma crește și dorește să atragă/rețină manageri sau specialiști cu remunerație de piață.

Raportare anuală de activitate, situații financiare și raport social către AJOFM (art. 9)	**Medie**	Obligație administrativă recurentă, cu termene stricte (3 luni de la închiderea anului financiar); presupune capacitate minimă de evidență contabilă și socială, adesea lipsă la antreprenorii aflați la prima experiență, ceea ce explică parțial rata de retragere/expirare a atestatelor observată la nivel național.
Minimum 30% angajați din grup vulnerabil, cu minimum 30% din timpul de lucru cumulat (art. 10, pentru marca socială)	**Ridicată**	Cea mai dificilă condiție de menținut în timp: presupune recrutarea și, mai ales, păstrarea în activitate a unor persoane cu risc ridicat de abandon (probleme de sănătate, dizabilități, șomaj de lungă durată), ceea ce necesită măsuri de acompaniament constante și afectează productivitatea pe termen scurt.
Măsuri de acompaniament pentru angajații vulnerabili (art. 11, pentru marca socială)	**Medie-ridicată**	Necesită resurse umane și de timp dedicate (consiliere, mentorat, adaptarea locului de muncă), dificil de susținut fără sprijin extern, motiv pentru care componenta de mentorat post-finanțare din cadrul proiectelor precum Think Social! este esențială.
Crearea și menținerea a minimum 4 locuri de muncă pe durata implementării și sustenabilității (condiție specifică a schemei de minimis, nu a legii)	**Medie-ridicată**	Deși nu rezultă din Legea nr. 219/2015, ci din schema de ajutor de minimis, este una dintre cele mai vizibile condiții de conformare: analiza RUEIS (capitolul 3) arată că doar circa jumătate dintre întreprinderile sociale existente în cele trei regiuni ating în prezent acest prag de angajare.

Concluzia acestei evaluări este că întreprinderile sociale nou-înființate se confruntă cu un profil de dificultate bimodal:

1. condițiile pur formale (scopul social declarat, clauza de lichidare) sunt ușor de îndeplinit la momentul înființării, în timp ce
2. condițiile cu impact financiar și operațional recurent — alocarea a minimum 90% din profit, angajarea și menținerea persoanelor din grupuri vulnerabile, raportarea anuală și, în cadrul schemei de finanțare, pragul de 4 locuri de muncă — necesită sprijin susținut pe toată perioada de sustenabilitate.

Aceasta confirmă relevanța componentelor de mentorat, consiliere și monitorizare, incluse în proiectul Think Social!, ca răspuns direct la punctele de dificultate identificate în cadrul legal.

3. Analiza cantitativă a întreprinderilor sociale din RUEIS

Situația în regiunile de dezvoltare Nord-Vest, Centru și Sud-Est, comparativ cu media națională

3.1. Introducere și metodologie

Prezentul capitol oferă o analiză statistică descriptivă a întreprinderilor sociale înregistrate în Registrul Unic de Evidență a Întreprinderilor Sociale (RUEIS), utilizând extrasul actualizat la nivelul lunii iunie 2026. Scopul analizei este de a prezenta starea de fapt și nivelul de dezvoltare a economiei sociale în regiunile de dezvoltare Nord-Vest (județele Bihor, Bistrița-Năsăud, Cluj, Maramureș, Satu Mare și Sălaj), Centru (județele Alba, Brașov, Sibiu, Covasna, Harghita și Mureș) și Sud-Est (județele Brăila, Buzău, Constanța, Galați, Tulcea și Vrancea).

Extrasul RUEIS conține 9.199 înregistrări valide la nivel național, dintre care 4.848 (52,7%) sunt localizate în cele trei regiuni de implementare a proiectului. Analiza compară sistematic situația din aceste regiuni cu media națională, pe următoarele dimensiuni: distribuția teritorială, domeniul principal de activitate (grupat pe sectoare, pornind de la descrierea codului CAEN raportat în registru), structura juridică, numărul de angajați/membri, vechimea și dinamica înființării, statusul atestatului de întreprindere socială (ca indicator de sustenabilitate) și indicatorii economico-financiari raportați.

Precizare: registrul RUEIS conține, pentru domeniul de activitate, descrierea textuală a codului CAEN (fără codul numeric propriu-zis), motiv pentru care gruparea pe sectoare economice a fost realizată prin clasificarea semantică a acestor descrieri în 19 categorii mari, comparabile cu secțiunile CAEN. Circa 5% din înregistrări nu au putut fi încadrate univoc și apar ca „alte activități / nespecificate". Similar, indicatorii financiari (venituri, profit, pierderi) și cei privind grupurile vulnerabile angajate sunt raportați de un număr limitat de întreprinderi, aspect semnalat explicit unde este cazul.

3.2. Distribuția teritorială a întreprinderilor sociale

La nivel național, regiunea Centru concentrează cea mai mare pondere a întreprinderilor sociale dintre cele trei regiuni ale proiectului (25,4% din total național), urmată de Nord-Vest (14,7%) și Sud-Est (12,6%). Împreună, cele trei regiuni cumulează peste jumătate din întreprinderile sociale înregistrate în România.

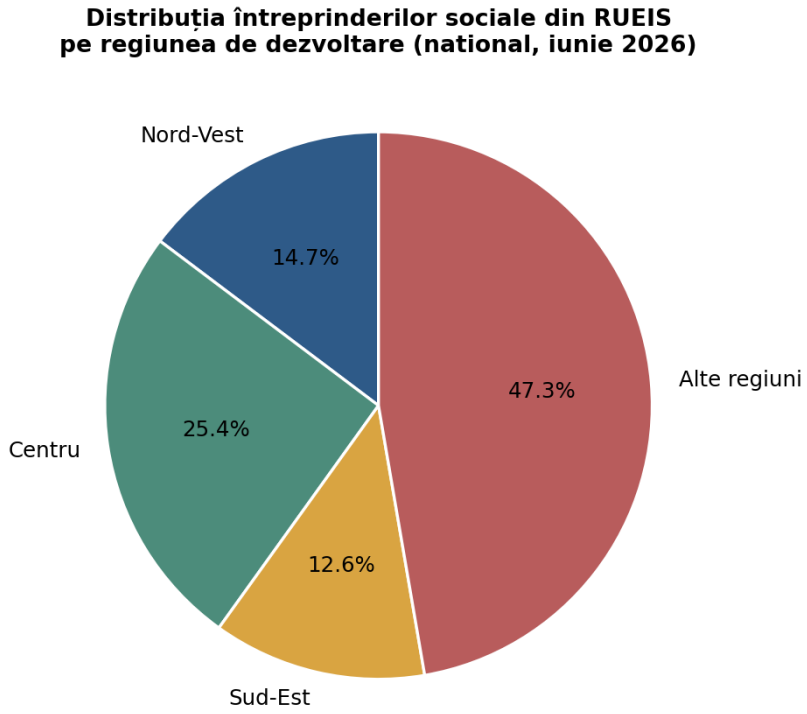


Figura 1. Distribuția întreprinderilor sociale pe regiuni de dezvoltare (național)

La nivel de județ, se remarcă o concentrare foarte puternică în județul Alba (1.134 de întreprinderi, adică aproape un sfert din totalul celor trei regiuni), urmat de Maramureș (507) și Brașov/Sibiu/Cluj (peste 400 fiecare). La polul opus, Sălaj (60) și Satu Mare (67) au cele mai puține întreprinderi sociale înregistrate, ceea ce indică un potențial de creștere important pentru aceste județe, inclusiv prin finanțări dedicate.

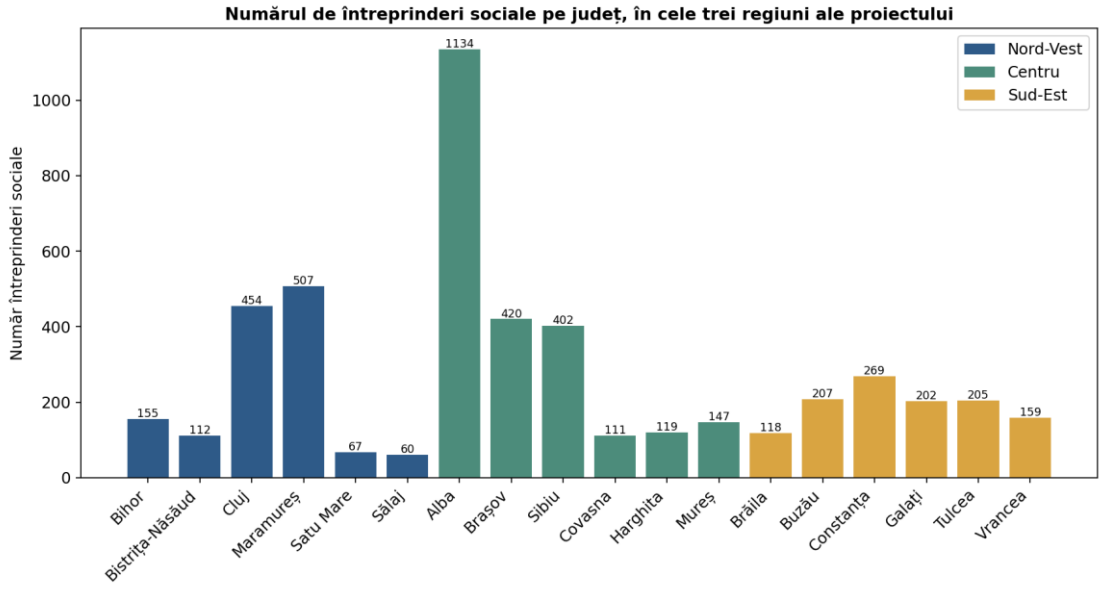


Figura 2. Numărul de întreprinderi sociale pe județ, în regiunile Nord-Vest, Centru și Sud-Est

3.3. Analiza pe domenii de activitate (grupare CAEN)

Din perspectiva domeniului principal de activitate, întreprinderile sociale din cele trei regiuni sunt concentrate cu precădere în industria prelucrătoare (704 firme, 14,5%), HoReCa/turism (664, 13,7%) și construcții (663, 13,7%), urmate de activități recreative, culturale și sportive (492) și închiriere/leasing și servicii suport (442). Aceste cinci sectoare cumulează aproape 60% din totalul întreprinderilor sociale din regiunile proiectului.

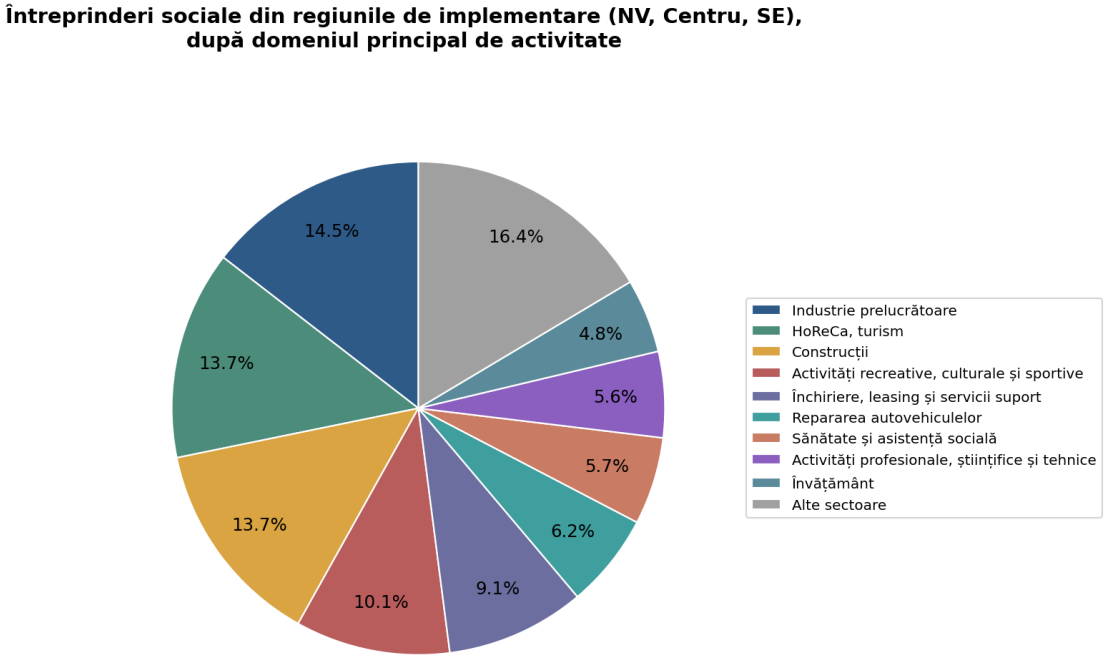


Figura 3. Distribuția pe domenii principale de activitate (regiunile proiectului)

Comparativ cu media națională, regiunile proiectului au o pondere sensibil mai mare a construcțiilor, a reparării autovehiculelor și a activităților de închiriere/leasing, în timp ce sectoare precum comerțul, sănătatea și asistența socială sau IT&C au o pondere mai redusă decât media țării. Aceste diferențe pot orienta selecția domeniilor prioritare pentru viitoare afaceri finanțate prin proiecte, în special în direcția diversificării spre servicii de sănătate/asistență socială, educație și tehnologie, unde regiunile proiectului sunt sub-reprezentate.

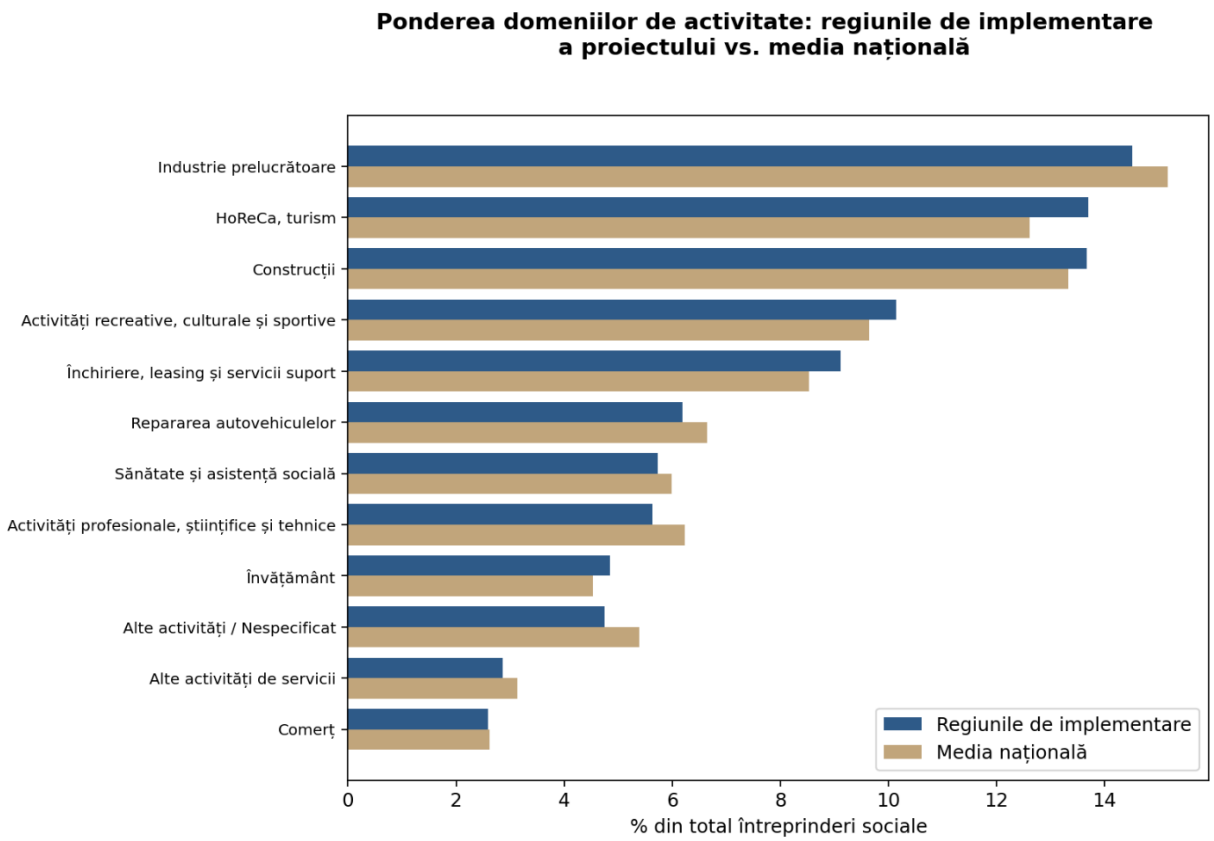


Figura 4. Ponderea principalelor domenii de activitate: regiunile proiectului vs. media națională

La nivel de regiune, ierarhia primelor trei domenii este relativ similară: Nord-Vest — HoReCa/turism, industrie prelucrătoare, construcții; Centru — construcții, industrie prelucrătoare, HoReCa/turism; Sud-Est — industrie prelucrătoare, construcții, HoReCa/turism. Acest tipar sugerează că economia socială din cele trei regiuni este, deocamdată, orientată preponderent spre servicii turistice, meșteșugărești și de construcții, cu spațiu de creștere pentru sectoare cu valoare adăugată mai ridicată (servicii profesionale, IT&C, sănătate).

3.4. Structura juridică a întreprinderilor sociale

Din punct de vedere al formei juridice, marea majoritate a întreprinderilor sociale din regiunile de implementare a proiectului (peste 96%) sunt înregistrate în categoria „alte categorii de persoane juridice” (societăți comerciale — SRL — care au obținut atestatul de întreprindere socială), în timp ce asociațiile reprezintă aproximativ 3,6%, iar fundațiile și societățile cooperative de gradul 1 au o pondere marginală. Această structură reflectă predominanța modelului antreprenorial de tip societate comercială cu finalitate socială, specific schemelor de finanțare prin planuri de afaceri, față de modelul asociativ clasic al ONG-urilor.

Tabel Entități cu vocație socială din regiunile de implementare, după tipul de persoană juridică

Tipul de persoană juridică	Număr de entități	Pondere
Întreprinderi sociale	4.658	96,1%
Asociații	173	3,6%
Fundații	11	0,2%
Case de ajutor reciproc ale salariaților	4	< 0,1%
Societăți cooperative de gradul 1	2	< 0,1%
TOTAL	**4.848**	**100%**

Sursă: RUEIS, extras iunie 2026

3.5. Ocuparea forței de muncă în întreprinderile sociale

Dintre întreprinderile sociale din regiunile de implementare a proiectului, care au raportat numărul de angajați/membri (aproximativ 64% din total), cele mai multe (1.521) au între 4 și 9 angajați, urmate de cele fără niciun angajat/membru raportat la finele anului 2025 (744) și cele cu 1-3 angajați (773). Doar 54 de întreprinderi (aproximativ 1,7% din cele care au raportat) depășesc pragul de 10 angajați, iar întreprinderile mari (peste 50 de angajați) sunt cu totul excepționale (4 cazuri).

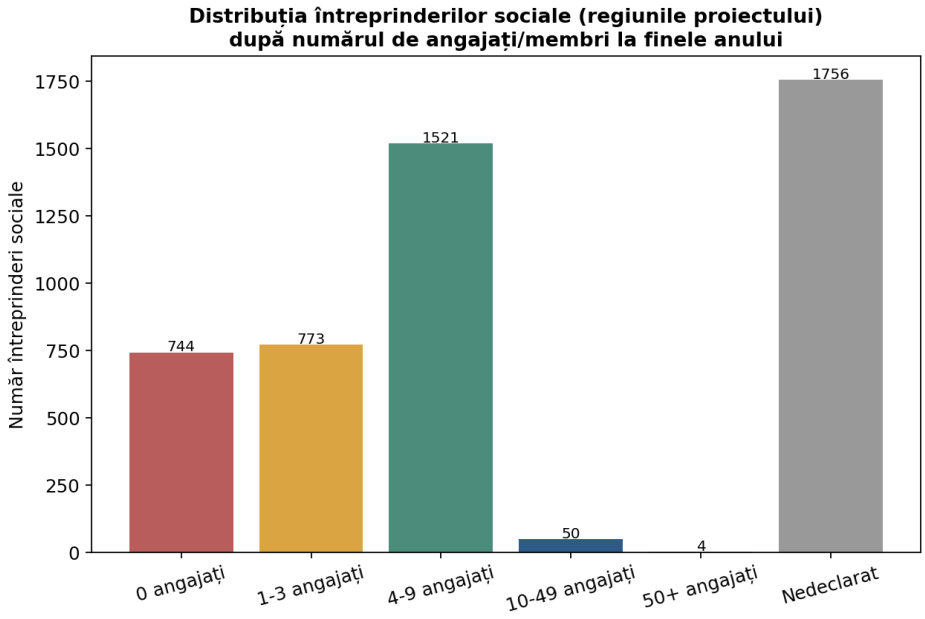


Figura 6. Distribuția întreprinderilor sociale după numărul de angajați/membri (regiunile proiectului)

Această distribuție arată că, așa cum au fost definite criteriile de eligibilitate ale companiilor nou-înființate prin proiect, acestea se vor adăuga celor mai numeroase: aproximativ 51% dintre întreprinderile sociale existente în regiunile proiectului, dintre cele care au raportat date, ating sau depășesc pragul de 4 lucrători. Concret, prin proiect s-a prevăzut că firmele înființate vor crea minimum 4 locuri de muncă cu normă de minimum 4 ore/zi per întreprindere finanțată, ceea ce sugerează că ținta ce vizează numărul de angajați este ambițioasă, dar aliniată la practica curentă a segmentului „performant" al sectorului. Numărul total de angajați/membri raportați de întreprinderile sociale din cele trei regiuni este de circa 20.850 de persoane, cu o medie de aproximativ 6,7 angajați/membri per întreprindere care a raportat date.

3.6. Vechimea și dinamica înființării întreprinderilor sociale

Vechimea medie a întreprinderilor sociale din regiunile proiectului este de doar 2,5 ani, iar aproape 61% dintre acestea au fost înființate în ultimul an (iunie 2025 – iunie 2026). Doar aproximativ 26% dintre întreprinderi au o vechime de peste 5 ani, ceea ce arată că sectorul economiei sociale din aceste regiuni este format, în cea mai mare parte, din întreprinderi tinere, aflate încă în perioada critică de consolidare.

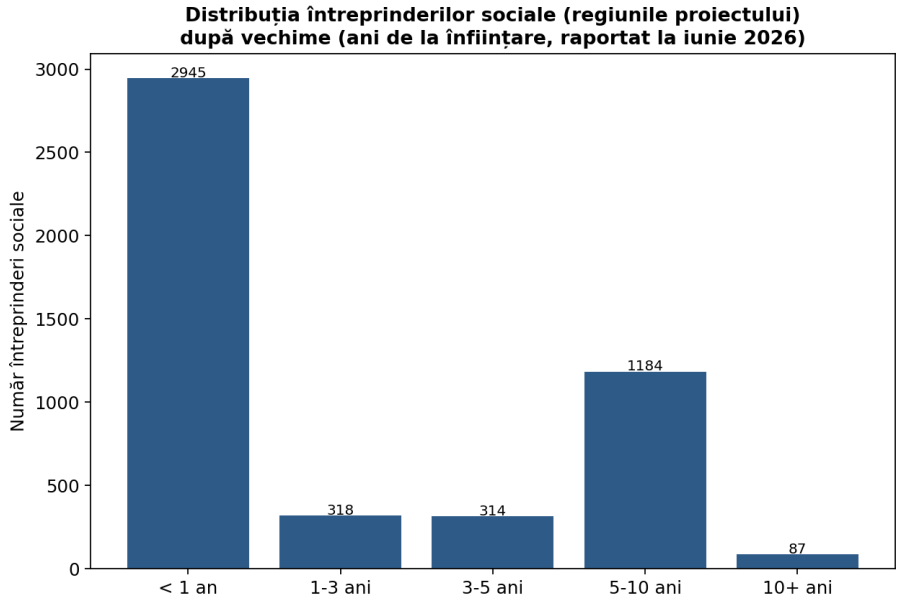


Figura 7. Distribuția întreprinderilor sociale după vechime (ani de la înființare, raportat la iunie 2026)

Evoluția anuală a înființărilor de noi întreprinderi sociale confirmă acest tipar și arată clar impactul ciclurilor de finanțare europeană asupra sectorului: după un nivel redus și relativ constant până în 2019, numărul înființărilor crește substanțial în 2020-2021 (548, respectiv 738 de întreprinderi — corespunzător apelurilor de proiecte din perioada de programare 2014-2020), urmat de un vârf excepțional în 2025 (3.250 de întreprinderi), asociat cu noul val de apeluri de proiecte din perioada de programare 2021-2027. Această dinamică „în valuri", strâns legată de calendarul finanțărilor europene, este un element esențial de context pentru planificarea și monitorizarea sustenabilității întreprinderilor sprijinite prin proiectul curent.

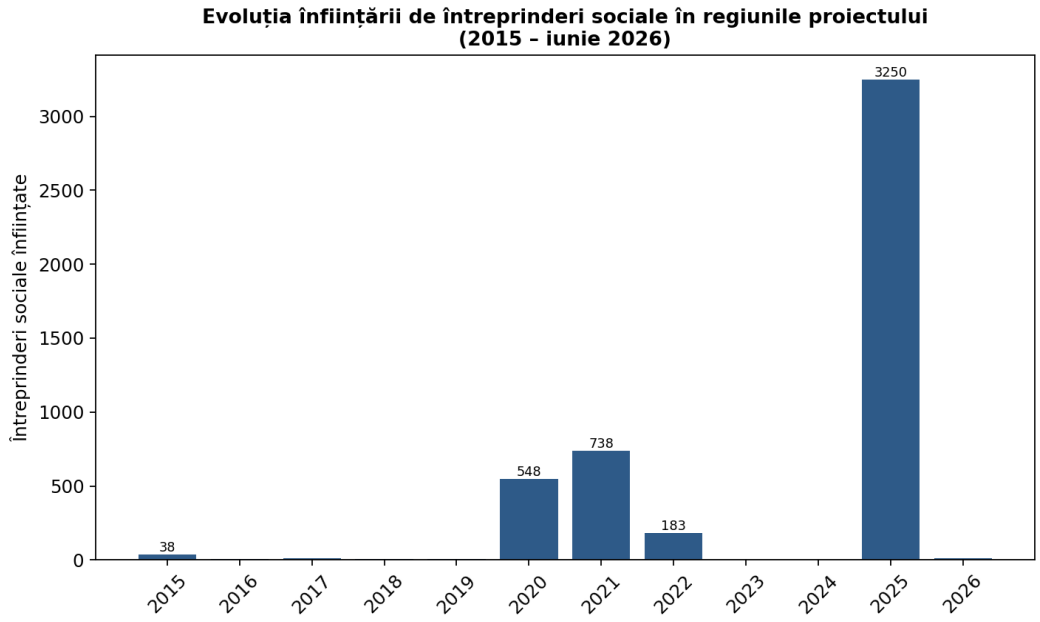


Figura 8. Evoluția înființării de întreprinderi sociale în regiunile proiectului (2015 – iunie 2026)

3.7. Statusul atestatului și sustenabilitatea întreprinderilor sociale

Statusul atestatului de întreprindere socială oferă un indicator indirect, dar util, al sustenabilității pe termen mediu a acestor entități. În regiunile proiectului, 68,7% dintre întreprinderi au un atestat VALABIL, în timp ce 21,6% au atestatul RETRAS, 8,7% EXPIRAT, iar restul (SUSPENDAT sau ANULAT) reprezintă cazuri marginale.

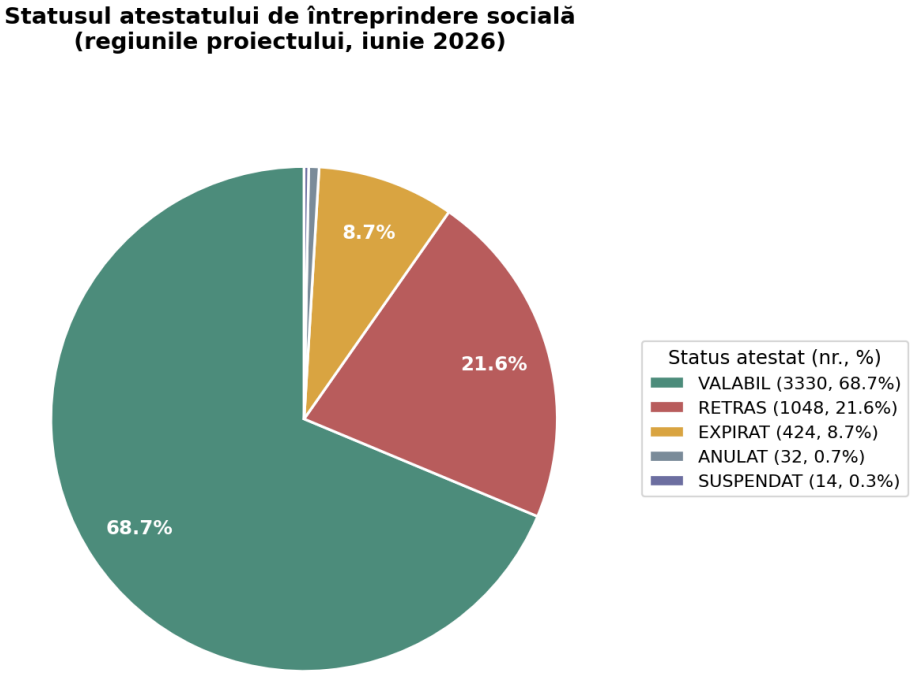


Figura 9. Statusul atestatului de întreprindere socială (regiunile proiectului, iunie 2026)

Rata de valabilitate a atestatului variază moderat între regiuni: Centru înregistrează cea mai bună rată de sustenabilitate aparentă (72,1% atestate valabile), urmată de Nord-Vest (66,0%) și Sud-Est (64,9%) — ambele ușor sub media națională (69,1% în restul țării). Diferența, deși nu foarte mare, sugerează o oportunitate pentru întreprinderile înființate prin proiect care, alături de componenta de finanțare inițială, se bucură de măsuri de mentorat și sprijin post-finanțare, pentru a preveni retragerea prematură a atestatelor și pentru a susține perioada de sustenabilitate de 13 luni prevăzută de schema de finanțare.

3.8. Performanța economico-financiară raportată

Doar o parte dintre întreprinderile sociale raportează date financiare complete în RUEIS (între 65% și 100% din întreprinderi, în funcție de regiune, pentru veniturile totale). Cu această rezervă metodologică, veniturile medii anuale raportate variază semnificativ între regiuni: Nord-Vest înregistrează cele mai mari venituri medii (aproximativ 139.100 lei), urmat de Sud-Est (79.500 lei) și Centru (66.300 lei) — regiunea cu cel mai mare număr de întreprinderi înregistrând, paradoxal, cele mai reduse venituri medii, posibil reflectând ponderea mai mare a întreprinderilor foarte tinere sau de foarte mică dimensiune din județul Alba.

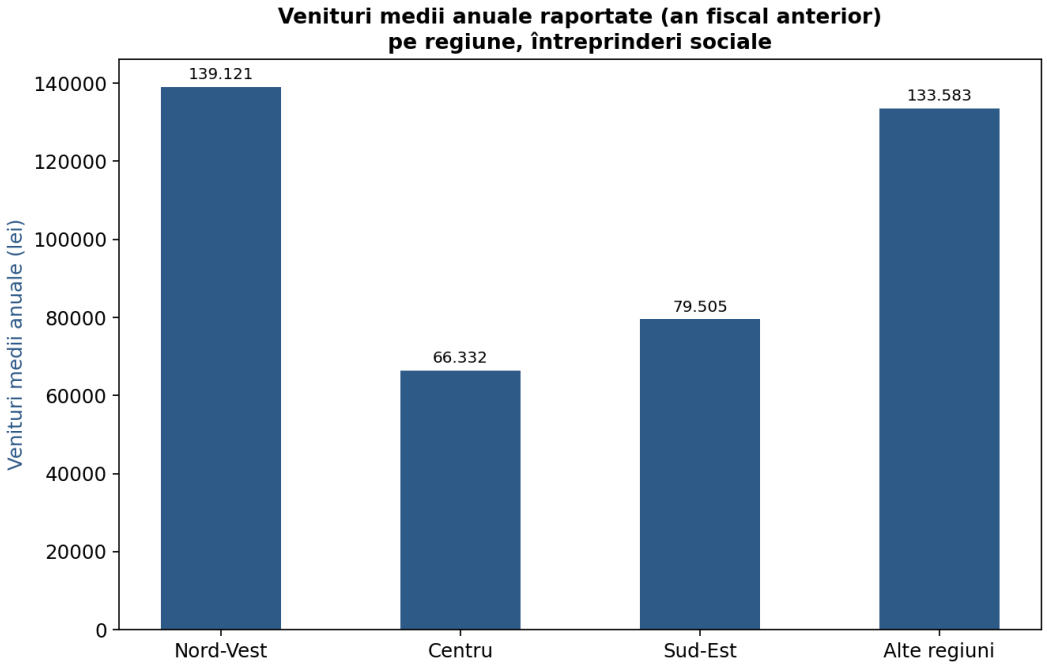


Figura 10. Veniturile medii anuale raportate (an fiscal anterior), pe regiune

Rata de profitabilitate raportată (ponderea întreprinderilor cu profit/excedent din totalul celor care au raportat date financiare) este cea mai ridicată în Sud-Est (70,8%) și Nord-Vest (67,2%), și mai redusă în Centru (38,3%), sub media restului țării (87,2%). Aceste diferențe regionale merită urmărite atent în monitorizarea afacerilor finanțate prin proiect, inclusiv prin prisma unui eventual *sprijin diferențiat pentru consultanță economico-financiară în regiunea Centru*.

3.9. Concluzii ale analizei, relevante pentru proiect

- Regiunile proiectului găzduiesc peste jumătate din întreprinderile sociale înregistrate la nivel național, cu o concentrare disproporționată în județul Alba și un potențial neexploatat în județe precum Sălaj, Satu Mare, Bistrița-Năsăud și Brăila.
- Sectorul economiei sociale din aceste regiuni este dominat de industria prelucrătoare, HoReCa/turism și construcții, cu o reprezentare redusă a serviciilor de sănătate, educație și IT&C comparativ cu media națională.
- Structura juridică este dominată covârșitor de forma de societate comercială (SRL) cu atestat de întreprindere socială, modelul asociativ clasic fiind minoritar.
- Aproximativ jumătate dintre întreprinderile care raportează date de angajare ating deja pragul de minimum 4 angajați, similar celui propus prin proiect, ceea ce validează fezabilitatea acestei condiții.
- Sectorul este foarte tânăr — vechime medie de 2,5 ani și un vârf excepțional al înființărilor în 2025 — iar rata de sustenabilitate (atestate valabile) este cu 3-4 puncte procentuale sub media națională în Nord-Vest și Sud-Est.

4. Antreprenoriatul social ca parte a vieții economice a regiunilor Nord-Vest, Centru și Sud-Est

Profil socio-economic teritorial curent și poziționarea economiei sociale în cadrul acestuia

4.1. Metodologie și surse de date

Acest capitol plasează întreprinderile sociale analizate în capitolele 3 și 7 în contextul mai larg al economiei regionale reale — populație, ocupare, șomaj, salarizare și structura antreprenorială generală în cele trei regiuni de implementare a proiectului. Datele provin din baza de date TEMPO a Institutului Național de Statistică: POP108B (populația rezidentă, pe grupe de vârstă, sex și mediu de rezidență), CON103J (produsul intern brut regional pe activități CAEN), FOM103D (populația ocupată civilă pe activități CAEN rev.2), FOM106E (câștigul salarial mediu net lunar), SOM101A (șomeri înregistrați, date ANOFM), SOM102A (execuția bugetară a măsurilor de protecție socială a șomerilor), INT101O (numărul întreprinderilor active, pe clase de mărime), INT111C, INT111D și INT111N (întreprinderi nou-înființate, structură juridică și sectorială), pentru perioada 2020-2026, în funcție de disponibilitatea fiecărui indicator.

Precizare: indicatorii INT111C, INT111D și INT111N se referă la întreprinderile nou-înființate în fiecare an, în timp ce INT101O reflectă stocul total de întreprinderi active — distincție esențială pentru interpretarea corectă a ponderii economiei sociale în economia regională (secțiunea 4.7).

4.2. Populația și structura demografică

La 1 ianuarie 2025, regiunile de implementare ale proiectului însumau 8.071.667 de locuitori: 2.792.671 în Nord-Vest, 2.588.203 în Centru și 2.690.792 în Sud-Est — împreună, aproximativ 37,3% din populația țării. Toate cele trei regiuni au înregistrat un declin demografic constant în intervalul 2020-2025, dar de intensitate diferită: Sud-Est a pierdut 4,2% din populație (cel mai accentuat declin dintre cele trei regiuni, de la 2.808.619 la 2.690.792 locuitori), în timp ce Nord-Vest (-1,4%) și Centru (-1,5%) au înregistrat scăderi considerabil mai moderate, apropiate de media națională.

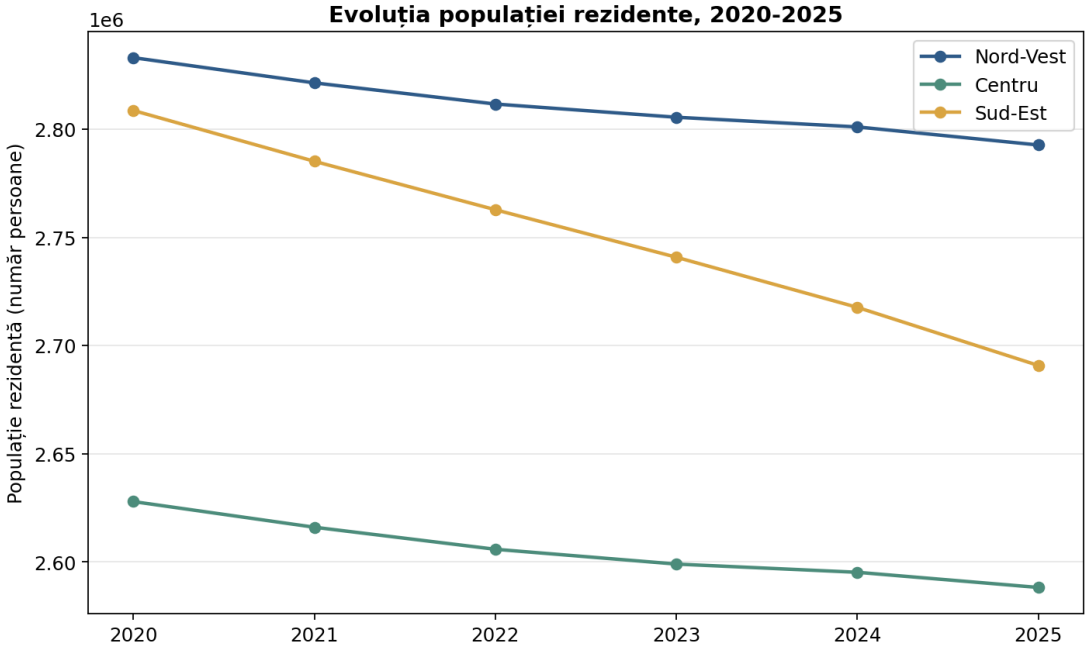


Figura 13. Evoluția populației rezidente în cele trei regiuni, 2020-2025

Gradul de urbanizare este relativ apropiat între regiuni — 58,2% din populația regiunii Centru trăiește în mediul urban, față de 54,7% în Sud-Est și doar 52,7% în Nord-Vest — dar sub media pe care o presupune orientarea explicită a proiectului Think Social! spre mediul urban: chiar și în regiunea cu cel mai ridicat grad de urbanizare (Centru), peste patru din zece locuitori trăiesc în mediul rural, o populație pe care proiectul, prin condițiile sale de eligibilitate, nu o poate viza direct. Populația cu vârste între 30 și 34 de ani — segmentul central al categoriei „tineri" vizate explicit de proiect — însuma, în 2025, 169.973 persoane în Nord-Vest, 148.577 în Sud-Est și 145.614 în Centru, reprezentând între 5,4% și 6,1% din populația fiecărei regiuni.

4.3. Structura sectorială a economiei regionale (PIB)

La nivelul anului 2023, cea mai recentă valoare disponibilă, industria (extractivă, prelucrătoare, energie, apă/salubritate) rămâne principalul sector generator de valoare adăugată în toate cele trei regiuni: 24,2% din PIB regional în Centru, 21,6% în Sud-Est și 20,4% în Nord-Vest. Comerțul, transportul, depozitarea și HoReCa formează, împreună, al doilea sector ca pondere (20-23% din

PIB regional, în funcție de regiune), urmate de administrația publică, învățământ, sănătate și asistență socială (aproximativ 12-13% în toate cele trei regiuni).

Toate cele trei regiuni au înregistrat o creștere susținută a PIB-ului regional în intervalul 2020-2023: Nord-Vest de la 131.594 la 195.581 milioane lei (+48,6%), Centru de la 121.071 la 179.095 milioane lei (+47,9%) și Sud-Est de la 102.301 la 150.855 milioane lei (+47,5%) — o creștere nominală practic identică ca ritm în cele trei regiuni, ceea ce sugerează că niciuna dintre ele nu se distanțează sau rămâne semnificativ în urmă economic față de celelalte două.

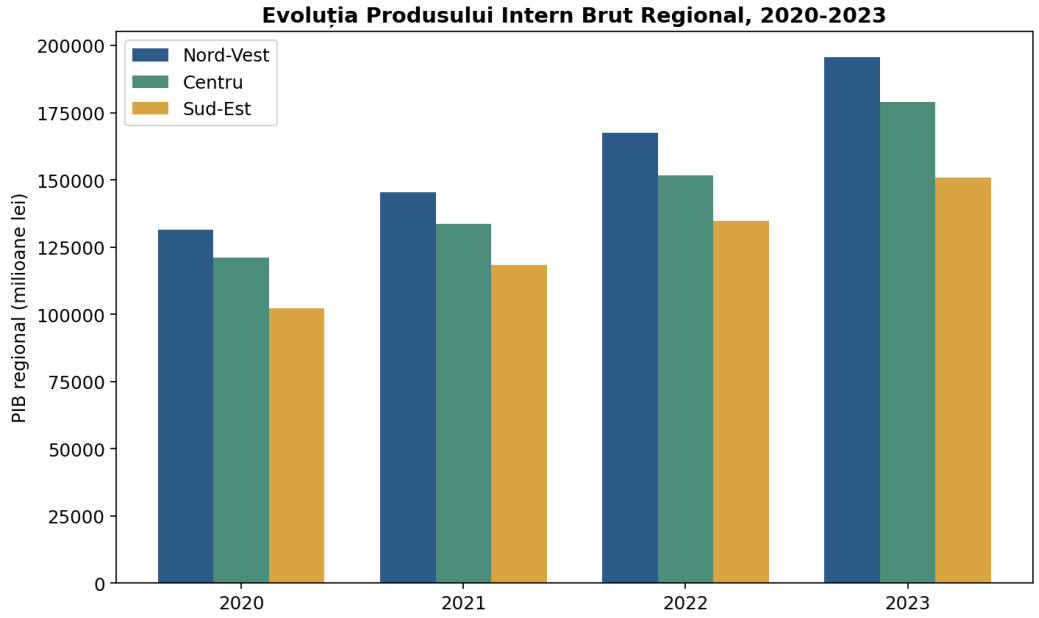


Figura 14. Evoluția Produsului Intern Brut Regional, 2020-2023 (milioane lei, prețuri curente)

4.4. Ocuparea forței de muncă pe activități economice

În 2024, populația ocupată civilă însuma 1.066.900 persoane în regiunea Nord-Vest, 972.900 în Centru și 836.000 în Sud-Est — cu o ușoară tendință de scădere față de 2020 în toate cele trei regiuni (între -6% și -12%, cea mai accentuată scădere fiind în Sud-Est), consecventă cu tendința demografică descendentă documentată în secțiunea 4.2.

Structura ocupării pe activități economice confirmă dominația industriei prelucrătoare (16,5% din ocupare în Sud-Est, până la 25,2% în Centru), urmată de comerț (15-16% în toate cele trei regiuni), agricultură (9,2% în Centru, 14,4% în Sud-Est — cea mai ridicată pondere agricolă dintre cele trei regiuni) și construcții (8,5-11,5%). Sănătatea și asistența socială și învățământul reprezintă, împreună, aproximativ 12% din ocuparea regională în fiecare dintre cele trei regiuni — sectoare încă foarte slab reprezentate în rândul întreprinderilor sociale, conform capitolului 3.3.

4.5. Situația referitoare la șomajul înregistrat

Numărul șomerilor înregistrați (indemnizați și neindemnizați) a rămas relativ stabil în cele trei regiuni între decembrie 2024 și iunie 2026: 30.191 persoane în Nord-Vest (iunie 2026, în ușoară

scădere față de decembrie 2024), 35.780 în Centru (în creștere față de cele 34.460 din decembrie 2024) și 31.386 în Sud-Est. Regiunea Centru înregistrează, în mod constant, cel mai mare număr absolut de șomeri dintre cele trei regiuni, deși are cea mai mică populație dintre ele — semnal al unei piețe a muncii regionale relativ mai tensionate.

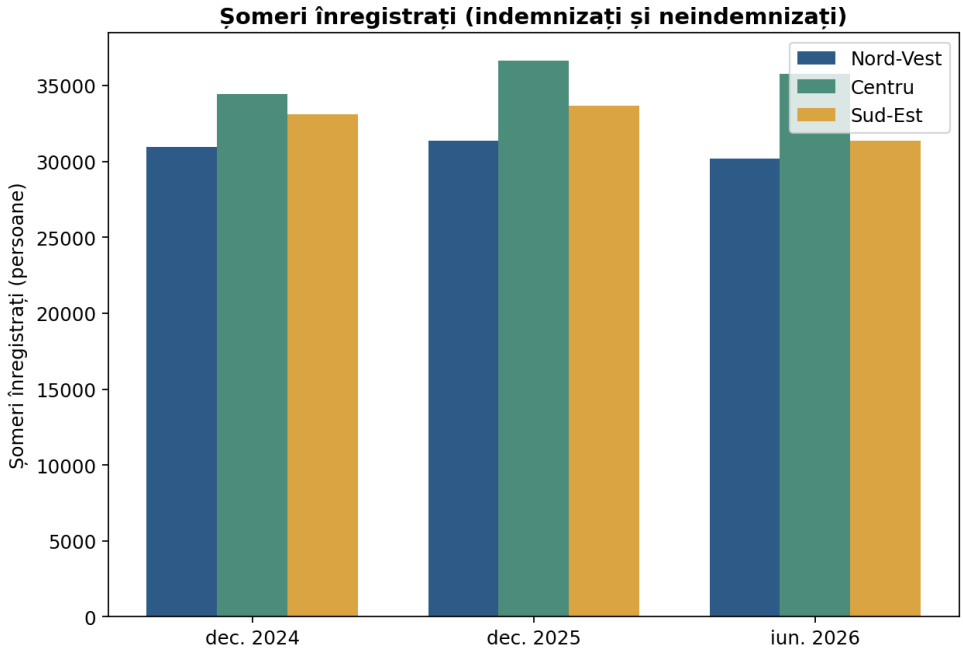


Figura 15. Șomeri înregistrați (indemnizați și neindemnizați), decembrie 2024 – iunie 2026

Rata șomajului înregistrat în Nord-Vest este de ~3% - 3,3%, similară cu cea din regiunea Centru și 9,1% – 9,6% în Sud-Est.

4.6. Câștigul salarial mediu net

Câștigul salarial mediu net lunar a crescut constant în toate cele trei regiuni între 2020 și 2024, aproximativ dublându-se: de la 2.997 la 4.738 lei în Nord-Vest, de la 2.953 la 4.602 lei în Centru și de la 2.770 la 4.208 lei în Sud-Est — Sud-Est rămânând, pe tot parcursul intervalului, regiunea cu cele mai mici salarii medii dintre cele trei, cu un decalaj de peste 500 lei față de Nord-Vest în 2024.

Comparația pe sectoare relevante pentru economia socială scoate în evidență o constatare importantă: în timp ce industria prelucrătoare și construcțiile plătesc salarii apropiate de media regională (uneori chiar peste), sectorul HoReCa — sectorul cu cea mai mare suprareprezentare în rândul întreprinderilor sociale, conform secțiunii 4.8 — este sistematic cel mai slab plătit: doar 2.837 lei în Nord-Vest (59,9% din media regională), 3.000 lei în Centru (65,2%) și 2.702 lei în Sud-Est (64,2%). Cu alte cuvinte, locurile de muncă din sectorul unde economia socială este cel mai activă tind să fie, structural, printre cele mai slab remunerate din economia regională.

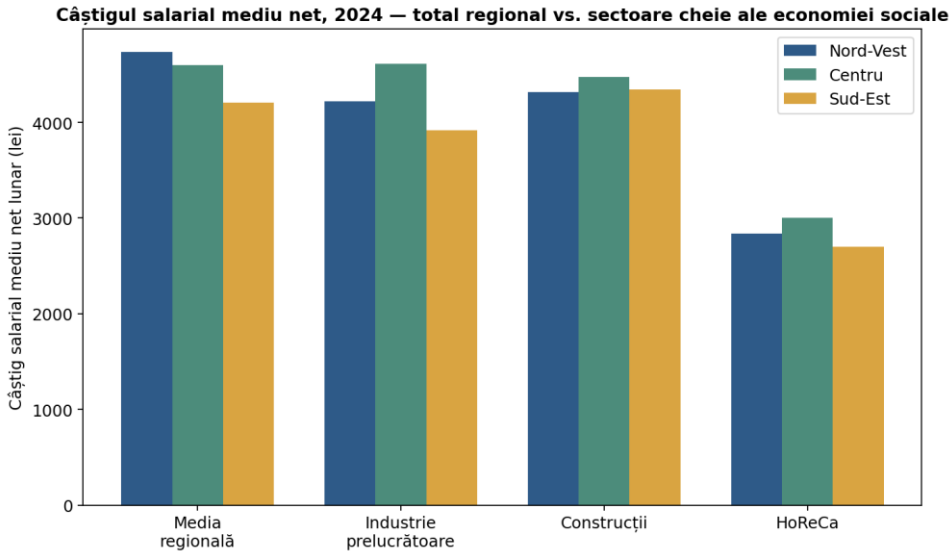


Figura 16. Câștigul salarial mediu net, 2024 — total regional vs. sectoare cheie ale economiei sociale

4.7. Dinamica antreprenorială regională și ponderea economiei sociale

Numărul întreprinderilor nou-înființate a urmat, în cele trei regiuni, un tipar similar celui identificat la nivelul întreprinderilor sociale în capitolul 3.6: o creștere susținută până în 2022, urmată de un recul în 2023-2024. Stocul total de întreprinderi active (indiferent de anul înființării) a continuat însă să crească în fiecare an: de la 93.137 la 109.427 în Nord-Vest, de la 73.958 la 85.658 în Centru și de la 67.787 la 74.756 în Sud-Est, între 2020 și 2024 — peste 92% dintre aceste întreprinderi active au sub 10 angajați, în toate cele trei regiuni, confirmând o structură economică regională dominată covârșitor de microîntreprinderi.

Raportând cele 4.848 de întreprinderi sociale identificate în RUEIS pentru cele trei regiuni (capitolul 3.2) la stocul total de 269.841 de întreprinderi active în aceleași regiuni în 2024, rezultă că economia socială reprezintă aproximativ 1,80% din totalul întreprinderilor active din cele trei regiuni — cu variații notabile: 2,72% în Centru (unde concentrația județului Alba ridică semnificativ ponderea), față de doar 1,55% în Sud-Est și 1,24% în Nord-Vest. Deși mică în termeni absoluți, această pondere este cu totul relevantă pentru un sector reglementat abia din 2015 și aflat, conform capitolului 3.6, la o vechime medie de doar 2,5 ani.

Din perspectiva formei juridice, structura antreprenorială generală a celor trei regiuni este dominată, similar situației din economia socială, de societățile comerciale: 71,1% dintre întreprinderile nou-înființate în Sud-Est în 2024 sunt SRL-uri, față de 66,8% în Nord-Vest și 58,3% în Centru. Faptul că peste 96% dintre întreprinderile sociale din regiunile proiectului (capitolul 3.4) sunt tot societăți comerciale plasează sectorul economiei sociale în linie cu, sau chiar peste, tendința generală de „societizare” a antreprenoriatului regional.

4.8. Poziționarea economiei sociale în structura sectorială a economiei regionale

Comparând structura sectorială a întreprinderilor sociale (capitolul 3.3) cu structura sectorială a întreprinderilor nou-înființate în general și cu structura ocupării forței de muncă la nivel regional,

rezultă un tipar clar de specializare a economiei sociale, diferit de structura economiei regionale în ansamblu:

Sector	Pondere în întreprinderile sociale (RUEIS, cap. 3)	Pondere în întreprinderile nou-înființate, toate domeniile (medie 3 regiuni)	Pondere în ocuparea forței de muncă (medie 3 regiuni)
Construcții	**13,7%**	11,6%	9,8%
HoReCa (hoteluri și restaurante)	**13,7%**	7,0%	3,5%
Industrie prelucrătoare	14,5%	15,6%	21,5%

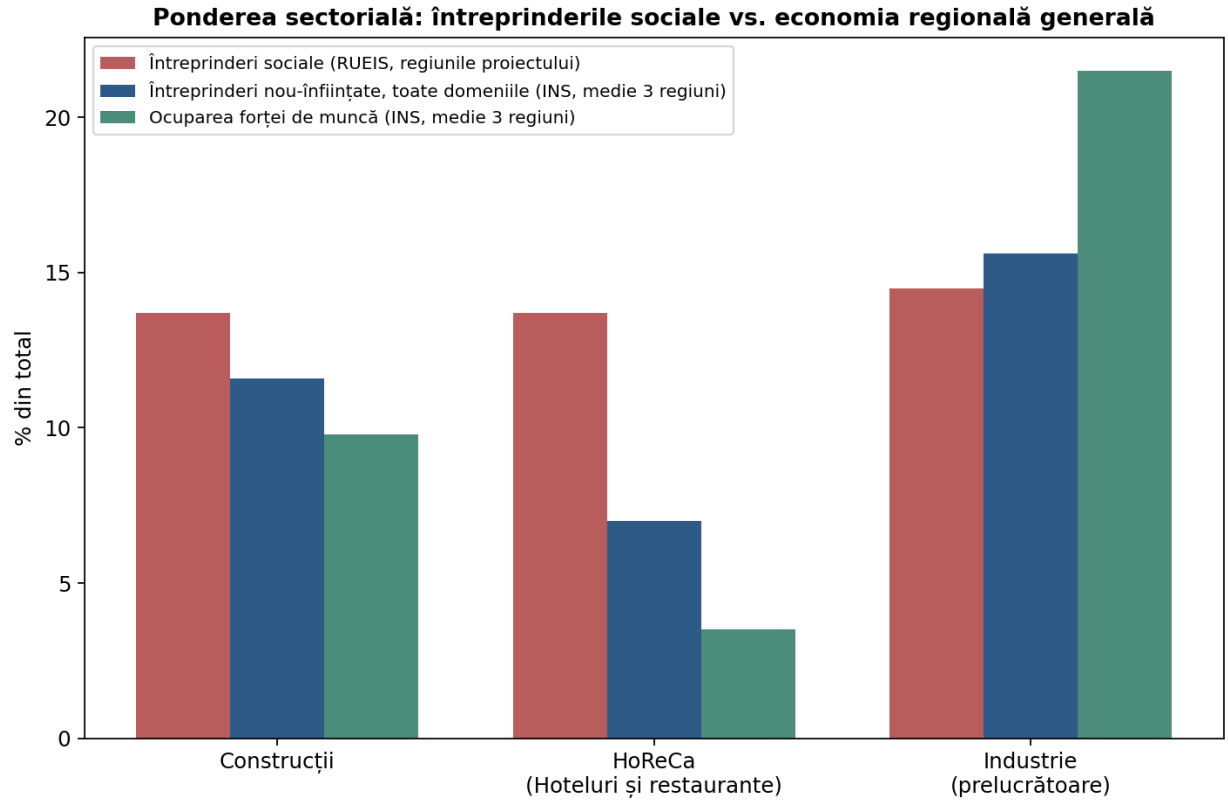


Figura 17. Ponderea sectorială: întreprinderile sociale vs. economia regională generală

Cel mai vizibil decalaj apare în sectorul HoReCa: întreprinderile sociale au o pondere de aproape două ori mai mare în acest sector (13,7%) decât economia regională în ansamblu, fie că este vorba despre întreprinderile nou-înființate (7,0%) sau despre ocuparea forței de muncă (doar 3,5%). Corelată cu constatarea din secțiunea 4.6 — că HoReCa este sistematic cel mai slab plătit sector din economia regională —, această suprareprezentare capătă o semnificație aparte: o parte importantă a locurilor de muncă create de economia socială se concentrează exact în sectorul cu cele mai reduse salarii din regiune, ceea ce ridică o întrebare legitimă despre

calitatea și sustenabilitatea pe termen lung a acestor locuri de muncă, dincolo de simpla lor existență.

Construcțiile arată un tipar similar de suprareprezentare, deși mai puțin pronunțat, iar salariile din acest sector sunt, spre deosebire de HoReCa, apropiate de media regională — un argument suplimentar pentru orientarea viitoarelor planuri de afaceri spre acest sector, acolo unde profilul comunității o permite. În industria prelucrătoare — sectorul cu cea mai mare pondere atât în PIB, cât și în ocuparea regională, și cu salarii peste media regională — economia socială este ușor sub-reprezentată (14,5% față de 21,5% din ocupare), reprezentând un potențial de creștere pentru viitoarele planuri de afaceri, cu beneficii salariale directe pentru angajați.

4.9. Economia socială și politicile active de ocupare pentru persoane vulnerabile

Datele privind execuția bugetară a măsurilor de protecție socială a șomerilor oferă un indicator suplimentar al amplorii politicilor publice de ocupare pentru categoriile vizate și de proiectul Think Social!. În 2025, cea mai mare categorie de cheltuială, după indemnizațiile de șomaj propriu-zise, a fost reprezentată de plățile pentru stimularea angajatorilor care angajează șomeri din categoria persoanelor defavorizate: 100,9 milioane lei în Nord-Vest, 80,1 milioane lei în Sud-Est și 72,1 milioane lei în Centru — sume care depășesc cu mult (de peste 200 de ori) cheltuielile pentru „combaterea marginalizării sociale” (sub 400.000 lei în fiecare dintre cele trei regiuni).

Acest decalaj bugetar sugerează că principalul instrument public de sprijin pentru angajarea persoanelor defavorizate rămâne stimulentul financiar acordat angajatorului (similar, ca logică, subvenției introduse prin OUG 11/2026 pentru angajatorii de inserție, discutată în capitolul 5.5), și nu măsurile directe de incluziune socială. Pentru întreprinderile sociale sprijinite prin Think Social!, aceasta confirmă relevanța strategică a orientării spre obținerea mărcii sociale de inserție (capitolul 0.1 din chestionarul aplicat celor 27 de firme): odată obținută, marca ar debloca accesul la un ecosistem de sprijin financiar public deja consistent și activ la nivel regional, nu doar la o măsură nouă și încă puțin cunoscută.

4.10. Concluzii

Cele trei regiuni de implementare au o traiectorie economică regională convergentă (creștere aproape identică a PIB-ului, 2020-2023) și o structură sectorială asemănătoare — industrie prelucrătoare, comerț și construcții domină în toate cele trei —, ceea ce validează tratarea lor unitară în cadrul proiectului. Sub această convergență economică se ascunde însă o divergență demografică: Sud-Est pierde populație de trei ori mai rapid decât Nord-Vest sau Centru, iar regiunea Centru înregistrează cel mai mare număr de șomeri, deși are cea mai mică populație — două semnale de vulnerabilitate structurală specifice fiecărei regiuni, care merită atenție diferențiată.
Economia socială reprezintă, la acest moment, aproximativ 1,8% din totalul întreprinderilor active în cele trei regiuni (variind între 1,24% în Nord-Vest și 2,72% în Centru) — o pondere mică, dar semnificativă pentru un sector cu vechime medie de doar 2,5 ani, aflat încă în plină expansiune odată cu noile valuri de finanțare europeană.

Economia socială are un profil sectorial propriu, diferit de structura economică regională generală: suprareprezentată în HoReCa și construcții, aliniată în linii mari în industria prelucrătoare și sub-reprezentată în sănătate, educație și servicii profesionale/IT&C — sectoare care rămân un potențial de diversificare neexploatat.

Constatarea cea mai importantă pentru calitatea locurilor de muncă create prin proiecte precum Think Social! este corelația dintre suprareprezentarea sectorială și nivelul de salarizare: sectorul HoReCa, unde economia socială este cel mai activă, este și sectorul cu cele mai mici salarii din economia regională (60-65% din media regională). CNIPMMR (IMM România), ca beneficiar al proiectului Think Social! și, potențial, al unor viitoare finanțări similare, poate decide — atâta timp cât ghidul apelului de proiecte nu prevede restricții contrare — să acorde punctaj suplimentar, în concursurile viitoare de planuri de afaceri, sectoarelor pe care le identifică drept prioritare pe baza propriilor studii și analize, a evaluărilor de impact și a intereselor exprimate de organizațiile patronale membre, inclusiv sectoarelor cu salarizare peste medie (industrie, construcții), fără a exclude HoReCa, dar cu atenție explicită la nivelul de remunerare propus pentru locurile de muncă create.

Structura juridică a economiei sociale (peste 96% societăți comerciale) este în linie cu, sau chiar accentuează, tendința generală de „societizare” a antreprenoriatului regional (58-71% SRL-uri dintre firmele nou-înființate, în funcție de regiune).

La nivel regional există deja un instrument public consistent de sprijin financiar pentru angajatorii care încadrează persoane defavorizate: statul a cheltuit, în 2025, între 72 și 101 milioane lei pe regiune pentru stimularea acestor angajatori — o sumă mult mai mare decât cea alocată separat combaterii marginalizării sociale (sub 400.000 lei/regiune, capitolul 4.9). Accesul la acest tip de sprijin, inclusiv la subvenția introdusă prin OUG nr. 11/2026 (capitolul 5.5), este însă condiționat de deținerea mărcii sociale de inserție, pe care niciuna dintre cele 27 de întreprinderi sprijinite prin proiect nu o are încă. Cu alte cuvinte, dincolo de interesul exprimat direct de antreprenori (capitolul 8.4), există și un motiv financiar concret pentru care merită urmărită obținerea mărcii sociale: le-ar deschide accesul la o sursă de finanțare publică deja activă și substanțială în regiune, nu doar la o condiție administrativă suplimentară.

Gradul de urbanizare relativ moderat al celor trei regiuni (53-58%) explică de ce proiectul Think Social!, finanțat prin componenta urbană a Programului Educație și Ocupare (PEO), acoperă direct doar o parte din populația celor trei regiuni. Această limitare ține însă de proiectarea acestui apel de proiecte, nu de schema de finanțare per ansamblu: pentru mediul rural au existat apeluri separate, prin Programul Incluziune și Demnitate Socială (PoIDS), astfel încât, la nivel național, ambele medii de rezidență beneficiază de sprijin pentru înființarea de întreprinderi sociale. Rămâne de evaluat, pentru rundele viitoare de finanțare, dacă nu ar fi mai eficient ca apelurile de proiecte să vizeze, acolo unde este oportun, atât mediul urban, cât și cel rural în cadrul aceluiași apel, pentru o acoperire teritorială mai omogenă și o gestiune administrativă simplificată.

5. ECONOMIA SOCIALĂ DIN ROMÂNIA ÎN CONTEXT EUROPEAN

Reglementările și strategiile UE aplicabile economiei sociale și impactul lor asupra întreprinderilor sociale din România

5.1. Cadrul european aplicabil

Deși economia socială nu este reglementată printr-un regulament sau o directivă UE cu forță juridică directă asupra statelor membre (nu există, altfel spus, un „Cod al economiei sociale" european obligatoriu), există un cadru strategic european coerent, construit în ultimii cinci ani, care influențează direct politicile naționale — inclusiv legislația și finanțarea din România. Documentele relevante, în ordine cronologică, sunt:

Document	Data / statut	Principale prevederi
Planul de Acțiune al UE pentru Economia Socială (SEAP)	9 decembrie 2021 — document strategic al Comisiei Europene, orizont 2030	Prima strategie europeană dedicată sectorului; stabilește 3 direcții: crearea condițiilor-cadru favorabile, deschiderea de oportunități de finanțare și capacitare, creșterea recunoașterii economiei sociale. A anunțat lansarea Social Economy Gateway și a unui **Centru european de competențe pentru inovare socială**.
Recomandările OCDE privind economia socială și solidară și inovarea socială	iunie 2022 — recomandare a Consiliului OCDE	Recomandă statelor membre OCDE (inclusiv României, ca membru asociat) recunoașterea juridică a economiei sociale, statistici dedicate și integrarea sectorului în politicile de ocupare.
Rezoluția Parlamentului European privind Planul de acțiune al UE pentru economia socială	6 iulie 2022 — rezoluție din proprie inițiativă	Solicită Comisiei măsuri suplimentare: investiții cu impact social, evaluarea achizițiilor publice sociale, sprijin pentru participarea lucrătorilor la capital.
Angajamentele miniștrilor europeni pentru economia socială (Paris, 17 februarie 2022; Strasbourg, 5-6 mai 2022)	2022 — declarații politice, semnate și de România	23 de state membre, printre care România, s-au angajat politic să dezvolte cadre naționale favorabile economiei sociale.
Rezoluția Adunării Generale ONU privind	18 aprilie 2023	Recunoaște, la nivel global, rolul economiei sociale în atingerea Obiectivelor de

economia socială și solidară		Dezvoltare Durabilă (ODD).
Recomandarea Consiliului UE privind dezvoltarea condițiilor-cadru pentru economia socială	propusă 13 iunie 2023, adoptată de Consiliu 27 noiembrie 2023 — cel mai important instrument, deși nu are forță obligatorie	Recomandă statelor membre adaptarea cadrului legal și fiscal, a achizițiilor publice și a ajutorului de stat, precum și adoptarea/actualizarea unei strategii naționale pentru economia socială în termen de 18 luni de la adoptare (termen: mai 2025).
Manifestul de la San Sebastián	14 noiembrie 2023 — semnat de 19 state membre, inclusiv România	Reafirmă angajamentul politic pentru punerea în aplicare a Recomandării Consiliului la nivel național.

NOTĂ! Începând cu 1 mai 2025, Comisia Europeană a desființat Unitatea pentru Economia Socială și Întreprinderi Sociale din cadrul Direcției Generale Piață Internă, Industrie, Antreprenoriat și IMM-uri (DG GROW), responsabilitatea fiind consolidată în cadrul Direcției Generale Ocuparea Forței de Muncă, Afaceri Sociale și Egalitate de Șanse (DG EMPL). Această reorganizare confirmă o tendință de tratare a economiei sociale, la nivel european, mai degrabă ca instrument de ocupare și incluziune socială decât ca politică industrială autonomă.

5.2. Prevederile Recomandării Consiliului din noiembrie 2023

Recomandarea din 27 noiembrie 2023[1] este documentul cu impactul practic cel mai direct, pentru că stabilește un termen clar pentru statele membre. Ea are două componente principale:

- ✓ integrarea economiei sociale în politicile socio-economice naționale — ocupare, incluziune socială, coeziune teritorială, tranziție verde și digitală, achiziții publice, fiscalitate, ajutor de stat, măsurare a impactului social și statistică dedicată;
- ✓ punerea în aplicare a unor măsuri concrete pentru un mediu favorabil economiei sociale — inclusiv adoptarea sau actualizarea, în termen de 18 luni de la adoptare (deci până în mai 2025), a unei strategii naționale dedicate economiei sociale.

Statele membre urmau să raporteze periodic Comisiei, prin Comitetul pentru Ocuparea Forței de Muncă și Comitetul pentru Protecție Socială, stadiul implementării acestor strategii.

5.3. Situația României față de acest termen

România nu a respectat termenul de 18 luni stabilit prin Recomandare. Deși Legea nr. 219/2015 precedă cu opt ani Recomandarea, nu există, până în prezent, o strategie națională integrată

[1] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=OJ:C_202301344

pentru economia socială — un decalaj semnalat explicit atât de rețeaua europeană Social Economy Europe, cât și de organizațiile românești din domeniu (ADV România, RISE România). Ministerul Muncii, Familiei, Tineretului și Solidarității Sociale a anunțat, abia în cel de-al doilea semestru al anului 2025, demararea procesului de elaborare a Strategiei naționale pentru dezvoltarea economiei sociale (2025-2032)[2] — cu circa un an întârziere față de termenul european.

Această întârziere instituțională explică, în bună măsură, un decalaj mai larg între legea românească, care definește condițiile de atestare, dar nu este corelată eficient cu legislația secundară (Codul Administrativ, Codul Fiscal, Legea nr. 76 din 16 ianuarie 2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă), iar facilitățile fiscale prevăzute în lege rămân, în practică, insuficient de consistente pentru a constitui un stimulent real. De asemenea, întreprinderile sociale nu par incluse explicit, până acum, ca beneficiare eligibile în programele naționale de finanțare a IMM-urilor derulate de autoritatea publică centrală cu atribuții în domeniul IMM-urilor (acum Ministerul Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului (MEDAT))— deși art. 21 alin. (3) din lege le acordă acces anual la aceste programe, prin trimitere la art. 25[1] lit. d) din Legea nr. 346/2004 privind stimularea înființării și dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii.

5.4. Fondurile europene — principalul canal prin care cadrul strategic UE ajunge la întreprinderile sociale românești

În absența unor stimulente fiscale sau legislative consistente, motorul real al dezvoltării economiei sociale în România rămâne finanțarea directă din Fondul Social European Plus (FSE+), prin programele operaționale succesive: POSDRU (2007-2013), POCU (2014-2020) și, din 2021, Programul Educație și Ocupare (PEO, mediu urban — programul prin care este finanțat și Think Social!) și Programul Incluziune și Demnitate Socială (PoIDS, mediu rural).

Datele oficiale publicate de Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene (MIPE), citate în Barometrul Economiei Sociale 2025[3], arată amploarea acestui val de finanțare: în 2024 au fost contractate, prin PEO și PoIDS, 211 proiecte în domeniul economiei sociale, însumând 616.325.771,50 euro. Fiecare proiect a vizat înființarea a minimum 21 de întreprinderi sociale, cu obligația creării a cel puțin 4-7 locuri de muncă per entitate. Pe baza punctajelor obținute de proiectele contractate, estimarea Barometrului este următoarea:

Program	Întreprinderi sociale estimate	Locuri de muncă estimate	din care, pentru persoane vulnerabile
PEO (mediu urban)	2.205	≥15.437	—
PoIDS (mediu rural)	3.604	≥14.416	≈4.325 (min. 30%)
TOTAL	**5.809**	**≥29.853**	**≈19.762**

[2] https://mmuncii.gov.ro/proiect-major-pentru-dezvoltarea-economiei-sociale-in-romania/
[3] https://alaturidevoi.ro/barometrul-economiei-sociale-in-romania/

Această estimare se confirmă direct în datele cantitative RUEIS prezentate în capitolul 3 al studiului: vârful excepțional de 3.250 de întreprinderi sociale nou-înființate în 2025 în regiunile Nord-Vest, Centru și Sud-Est, față de o medie anuală de sub 50 de înființări în perioada 2015-2019, este consecința directă a acestui val de finanțare contractat în 2024.

Cu alte cuvinte, impactul cadrului strategic european asupra României nu se manifestă (încă) prin reformă legislativă sau fiscală, ci aproape exclusiv prin volumul de finanțare pentru înființarea de noi întreprinderi — ceea ce explică și profilul foarte tânăr al sectorului identificat în capitolul 3 (vechime medie de doar 2,5 ani).

5.5. O nouă reglementare, ca o consecință directă a acestui context: OUG nr. 11/2026

Un exemplu concret al modului în care presiunea europeană și advocacy-ul organizațiilor din sector încep să producă efecte legislative în România este Ordonanța de urgență nr. 11/2026 (publicată în Monitorul Oficial nr. 181 din 9 martie 2026), care modifică Legea nr. 76/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj. Prin această ordonanță, **întreprinderile sociale de inserție sunt recunoscute explicit ca angajatori de inserție eligibili pentru sprijin financiar dedicat**[4], obținut în urma a peste patru ani de advocacy susținut de ADV Group și RISE România:

- ✓ subvenție lunară egală cu de 4 ori valoarea indicatorului social de referință, pentru fiecare persoană angajată din grup vulnerabil, acordată în baza unui contract de solidaritate;
- ✓ contractul de solidaritate poate avea o durată de până la 3 ani (minimum 1 an), oferind întreprinderilor sociale stabilitatea necesară pentru formare, acompaniament și integrare reală, nu doar angajare punctuală;
- ✓ agențiile teritoriale pentru ocuparea forței de muncă (AJOFM/AMOFM) capătă un rol activ de informare și identificare a angajatorilor de inserție, ceea ce poate consolida legătura dintre serviciile publice de ocupare și întreprinderile sociale.

Această modificare este relevantă indirect pentru proiectul Think Social!: niciuna dintre cele 27 de întreprinderi sociale înființate prin proiect nu deține, în prezent, marca socială de inserție (toate au fost atestate ca întreprinderi sociale simple), astfel încât nu pot beneficia, deocamdată, de subvenția prevăzută de OUG 11/2026. Totuși, având în vedere că majoritatea firmelor vizează deja, prin planurile de afaceri, angajarea de persoane din grupuri vulnerabile — 55,6% dintre firme vizează șomeri de lungă durată, iar 33,3% persoane cu dizabilități (cf. capitolul 6.3) — obținerea mărcii sociale ar putea reprezenta, pentru o parte dintre aceste întreprinderi, un pas relativ accesibil spre un instrument de sprijin financiar suplimentar, dincolo de finalul perioadei

[4] **Art. I pct. 23 — art. 93[4] alin. (1) din Legea 76/2002**
Definește categoria de „angajatori de inserție" ca incluzând, alături de angajatorii care încadrează tineri cu risc de marginalizare socială, și **angajatorii care au statutul de întreprinderi sociale de inserție, în sensul art. 6 alin. (1) lit. g) din Legea nr. 219/2015**, dacă aceștia încadrează persoane dintr-un grup vulnerabil aflate sub acompaniament social personalizat, în baza unui contract de solidaritate. Aceștia beneficiază lunar, din bugetul asigurărilor pentru șomaj, pentru fiecare persoană angajată din această categorie, de o sumă egală cu **de 4 ori valoarea indicatorului social de referință**, până la expirarea contractului de solidaritate.

de sustenabilitate a proiectului (13 luni). Aceasta rămâne o recomandare de politică pentru etapa următoare a studiului, nu o constatare asupra situației actuale.

5.6. Impactul cumulat, la nivel național: date 2021-2024

Barometrul Economiei Sociale 2025, citat mai sus, oferă o serie temporală relevantă pentru a evalua impactul real, nu doar cel estimat, al politicilor și finanțărilor descrise mai sus asupra întreprinderilor sociale atestate în România:

Indicator	2021	2022	2023	2024
Întreprinderi sociale active	2.440	2.514	2.623	**1.391**
Locuri de muncă create	975	1.682	**7.250**	4.036
Întreprinderi sociale de inserție	—	—	185	**527 (+64,8%)**

Interpretarea acestei serii este ambivalentă și merită nuanțată.

Pe de o parte, numărul total de întreprinderi sociale active a scăzut abrupt în 2024 (-47% față de 2021) — Barometrul explică acest declin prin dizolvarea/închiderea multor întreprinderi din lipsă de comenzi și prin nerespectarea criteriilor de autorizare, un fenomen consistent cu rata relativ ridicată de retragere a atestatelor observată și în datele RUEIS din capitolul 3 al acestui studiu. Pe de altă parte, numărul întreprinderilor sociale de inserție aproape s-a triplat (+64,8%) în același interval, iar numărul locurilor de muncă rămâne, chiar și în 2024, de patru ori mai mare decât în 2021. Concluzia Barometrului este că sectorul trece printr-o etapă de maturizare — mai puține entități, dar mai orientate spre incluziune reală a grupurilor vulnerabile — mai degrabă decât printr-un declin structural.

Din perspectiva veniturilor generate, Barometrul semnalează un tipar teritorial relevant și pentru regiunile de implementare ale proiectului Think Social!: județele cu cele mai mari venituri absolute din economia socială sunt Prahova (11,79 mil. euro), Alba (8,82 mil. euro), Iași (7,17 mil. euro) și Maramureș (6,58 mil. euro) — dintre care Alba și Maramureș fac parte din regiunile Centru, respectiv Nord-Vest, confirmând, la nivel financiar, concentrarea teritorială deja identificată în capitolul 3 pe bază de număr de întreprinderi. Ponderea veniturilor economiei sociale în PIB-ul județean este însă mai mare tocmai în județele cu economii locale mai restrânse (Giurgiu, Alba, Maramureș), în timp ce în București-Ilfov, Cluj sau Timiș — județe cu economii puternice — contribuția economiei sociale rămâne nesemnificativă. Acest tipar sugerează că economia socială joacă un rol relativ mai important tocmai în zonele mai puțin dezvoltate economic, exact profilul regiunilor Nord-Vest, Centru și Sud-Est vizate de proiect.

5.7. Concluzii: decalaj între ambiția europeană și capacitatea națională de valorificare

- ✓ Cadrul european aplicabil economiei sociale este real, coerent și în plină dezvoltare instituțională (SEAP 2021, Recomandarea Consiliului 2023, Manifestul de la San Sebastián, reorganizarea de la nivelul Comisiei din 2025), dar nu are forță juridică directă — impactul asupra României depinde de voința politică națională de a-l transpune.
- ✓ România a depășit cu aproximativ un an termenul de 18 luni stabilit prin Recomandarea Consiliului pentru adoptarea unei strategii naționale; abia din a doua jumătate a anului 2025 a demarat elaborarea Strategiei naționale pentru economia socială 2025-2032.
- ✓ Impactul cel mai concret și cuantificabil al cadrului european asupra întreprinderilor sociale românești este, până acum, financiar și indirect: prin volumul fără precedent al finanțărilor FSE+ contractate în 2024 (peste 616 milioane euro, ~5.800 de întreprinderi sociale estimate) — vizibil direct în vârful de înființări din 2025 identificat în datele RUEIS din capitolul 3.
- ✓ Progresele legislative concrete rămân punctuale, dar reale — OUG nr. 11/2026 privind subvenționarea angajării persoanelor vulnerabile în întreprinderile sociale de inserție este rezultatul direct al unui proces de advocacy îndelungat, aliniat spiritului Recomandării Consiliului, și oferă un instrument de sprijin post-finanțare direct relevant pentru sustenabilitatea întreprinderilor create prin Think Social!.
- ✓ La nivel național, sectorul arată semne de maturizare mai degrabă decât de creștere simplă: scade numărul total de întreprinderi, dar crește puternic ponderea celor de inserție și rămâne ridicat, comparativ cu 2021, numărul locurilor de muncă pentru persoane vulnerabile — un tipar pe care evoluția ulterioară a celor 27 de întreprinderi sprijinite prin proiect îl va putea confirma sau infirma — deși, spre deosebire de media națională, niciuna dintre acestea nu deține în prezent marca socială de inserție.

PARTEA A II-A — EXPERIENȚA CELOR 27 DE ÎNTREPRINDERI SOCIALE SPRIJINITE PRIN PROIECTUL THINK SOCIAL!

6. Profilul întreprinderilor sociale sprijinite prin proiect

Clarificări metodologice:

Prezentul capitol analizează profilul celor 27 de întreprinderi sociale care au semnat contract de finanțare în cadrul proiectului Think Social! și au continuat implementarea planului de afaceri. Analiza acoperă forma juridică și domeniul de activitate, distribuția teritorială pe cele trei regiuni de dezvoltare vizate (Nord-Vest, Centru, Sud-Est), categoriile de persoane vulnerabile vizate spre angajare, numărul de locuri de muncă planificate și structura bugetelor contractate.

Datele cu privire la categoriile de persoane vulnerabile vizate de fiecare întreprindere au fost identificate din secțiunile 2.1-2.2 (nevoia socială/misiunea întreprinderii) și 4.1 (structura organizatorică) ale planurilor de afaceri. Metoda are următoarele limite:

- O firmă poate viza simultan mai multe categorii de persoane vulnerabile; de aceea suma procentelor pe categorii depășește 100%.
- O parte dintre planurile de afaceri descriu grupul-țintă în termeni generici ("persoană dintr-un grup vulnerabil", "persoană defavorizată"), fără a numi explicit categoria — aceste firme apar în tabele ca "nespecificat explicit".

Categoriile bugetare au fost grupate astfel: subcategoriile 1.1 și 1.2 (salarii nete și contribuții sociale) => "Personal"; subcategoriile 4.1 și 4.2 (active fixe corporale, echipamente de calcul) => "Active fixe / dotări"; subcategoriile din familia 3.x (servicii externalizate: contabilitate, marketing, SSM, asigurări) => "Servicii"; categoria 14 (cheltuieli de informare și publicitate) => "Informare/Publicitate".

6.1. Domeniul de activitate

Distribuția pe sectoare de activitate a fost determinată din codul CAEN principal declarat de fiecare firmă. Tabelul de mai jos prezintă numărul de întreprinderi pe fiecare sector.

Sector de activitate	Nr. întreprinderi	Pondere (%)
Transport și depozitare	4	14,8%
Comerț	3	11,1%
HoReCa (cazare/alimentație)	3	11,1%
Industrie alimentară	3	11,1%
Industrie prelucrătoare	3	11,1%
Educație	2	7,4%

Sector de activitate	Nr. întreprinderi	Pondere (%)
Alte servicii (îngrijire personală, curățenie etc.)	2	7,4%
Servicii administrative/suport	2	7,4%
Cultură, recreere, activități recreative	1	3,7%
IT & Comunicații	1	3,7%
Construcții	1	3,7%
Imobiliare	1	3,7%
Servicii profesionale/consultanță	1	3,7%

Cele mai frecvente sectoare de activitate în rândul celor 27 de întreprinderi sociale sprijinite sunt: Transport și depozitare (4), Comerț (3), HoReCa (cazare/alimentație) (3), Industrie alimentară (3), Industrie prelucrătoare (3). Se remarcă o distribuție relativ echilibrată pe sectoare, fără o concentrare dominantă într-un singur domeniu — profilul întreprinderilor merge de la servicii de transport și comerț, la producție alimentară, construcții, HoReCa și servicii de tip IT sau consultanță. Această diversitate sectorială reflectă natura concursului de planuri de afaceri, care nu a impus un domeniu de activitate predefinit, ci a lăsat solicitanților libertatea de a-și construi modelul de afacere socială în funcție de nevoia identificată local.

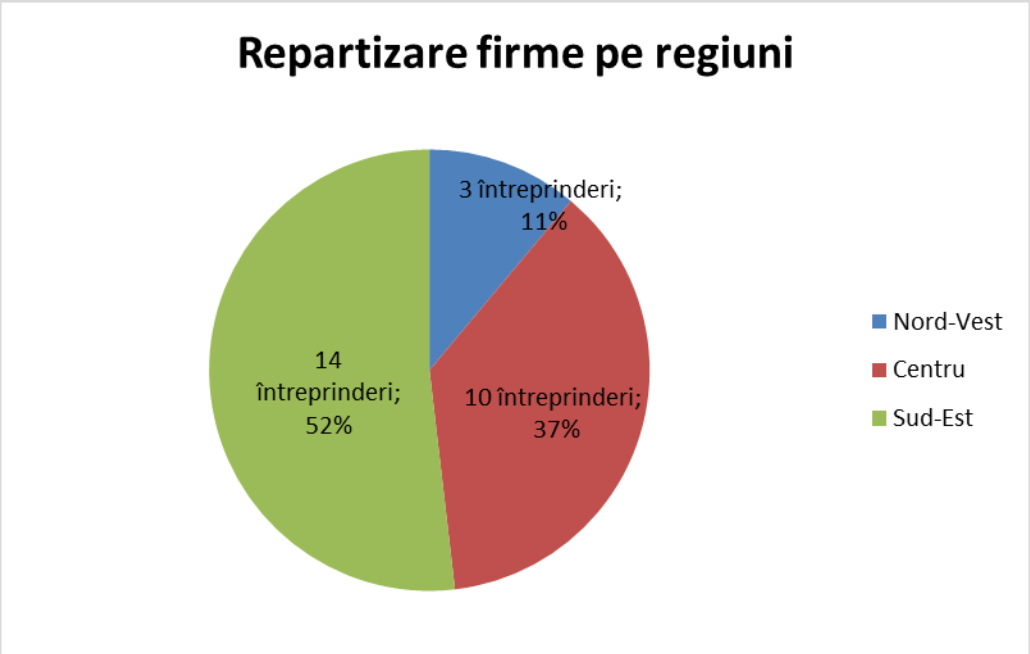
6.2. Distribuția regională

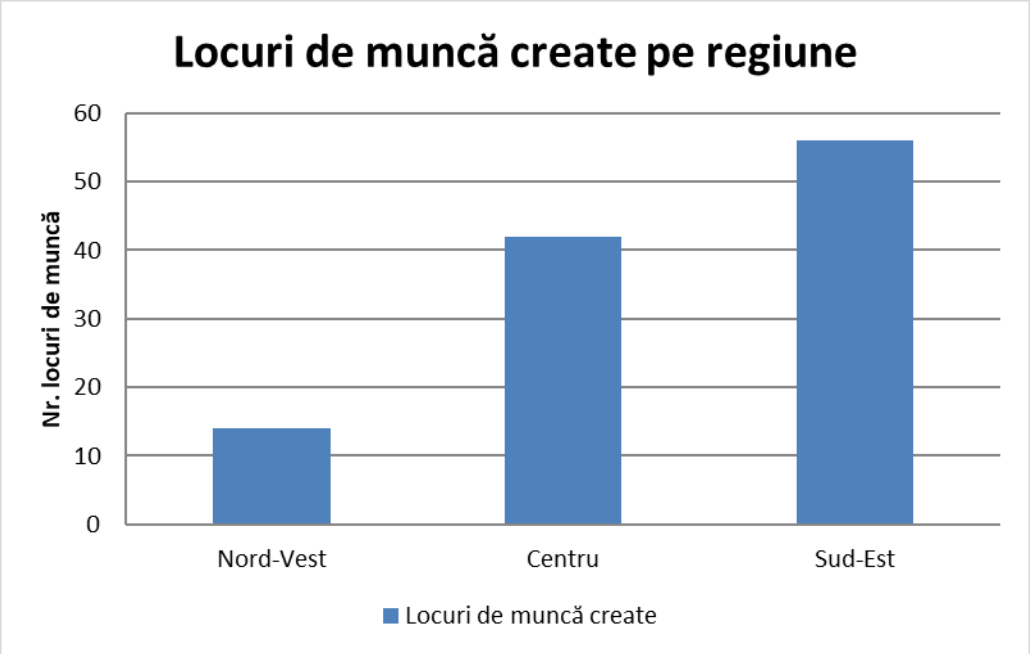
Cele trei regiuni de dezvoltare vizate de proiect — Nord-Vest, Centru și Sud-Est — sunt reprezentate inegal în portofoliul de firme contractate.

Regiune	Nr. întreprinderi	Pondere (%)	Locuri de muncă planificate	Valoare subvenție (lei)
Nord-Vest	3	11,1%	14	930.000
Centru	10	37,0%	42	3.100.000
Sud-Est	14	51,9%	56	4.339.986
TOTAL	27	100,0%	112	8.369.986

Regiunea Sud-Est concentrează cea mai mare parte a întreprinderilor sprijinite (14 firme, 51,9%), urmată de Centru (10 firme, 37,0%) și Nord-Vest (3 firme, 11,1%). Această distribuție se reflectă proporțional și în numărul de locuri de muncă planificate pe regiune și în valoarea cumulată a

subvențiilor contractate, valoarea individuală a subvenției fiind similară pe firmă (~310.000 lei) indiferent de regiune.





6.3. Locuri de muncă create și categorii de persoane vulnerabile vizate pentru angajare

Prin planurile de afaceri contractate, cele 27 de întreprinderi sociale și-au asumat crearea a 112 de locuri de muncă în perioada de implementare, cu o medie de 4,1 locuri de muncă per firmă.

Nr. locuri de muncă planificate per firmă	Nr. întreprinderi	Pondere (%)
4	23	85,2%
5	4	14,8%

Fiecare întreprindere socială și-a asumat, prin planul de afaceri, angajarea a cel puțin o persoană din categoriile vulnerabile definite prin legislația economiei sociale. Tabelul de mai jos prezintă câte dintre cele 27 de firme menționează explicit fiecare categorie de persoane vulnerabile, în secțiunile privind nevoia socială și structura organizatorică ale planului de afaceri[5].

Categorie de persoane vulnerabile	Nr. întreprinderi	Pondere din total (%)
Șomeri / persoane fără loc de muncă (șomaj de lungă durată)	15	55,6%
Persoane cu venituri reduse / risc de sărăcie	14	51,9%
Persoane cu dizabilități	9	33,3%
Tineri din sistemul de protecție a copilului / case de copii	4	14,8%
Vârstnici / persoane peste 55 ani	4	14,8%
Persoane de etnie romă	1	3,7%
Nespecificat explicit în plan (formulare generică)	5	18,5%

Categoriile cele mai frecvent vizate sunt persoanele aflate în șomaj de lungă durată (15 din cele 27 de firme, 55,6%) și persoanele cu venituri reduse/risc de sărăcie (14 firme, 51,9%). Persoanele cu dizabilități sunt menționate de 9 firme (33,3%), iar tinerii proveniți din sistemul de protecție a copilului și persoanele vârstnice (peste 55 de ani) de câte 4 firme fiecare (14,8%). Persoanele de etnie romă sunt menționate explicit de o singură firmă (3,7%). 5 firme descriu grupul vulnerabil în termeni generici, fără a preciza categoria (18,5%).

6.4. Structura bugetului contractat

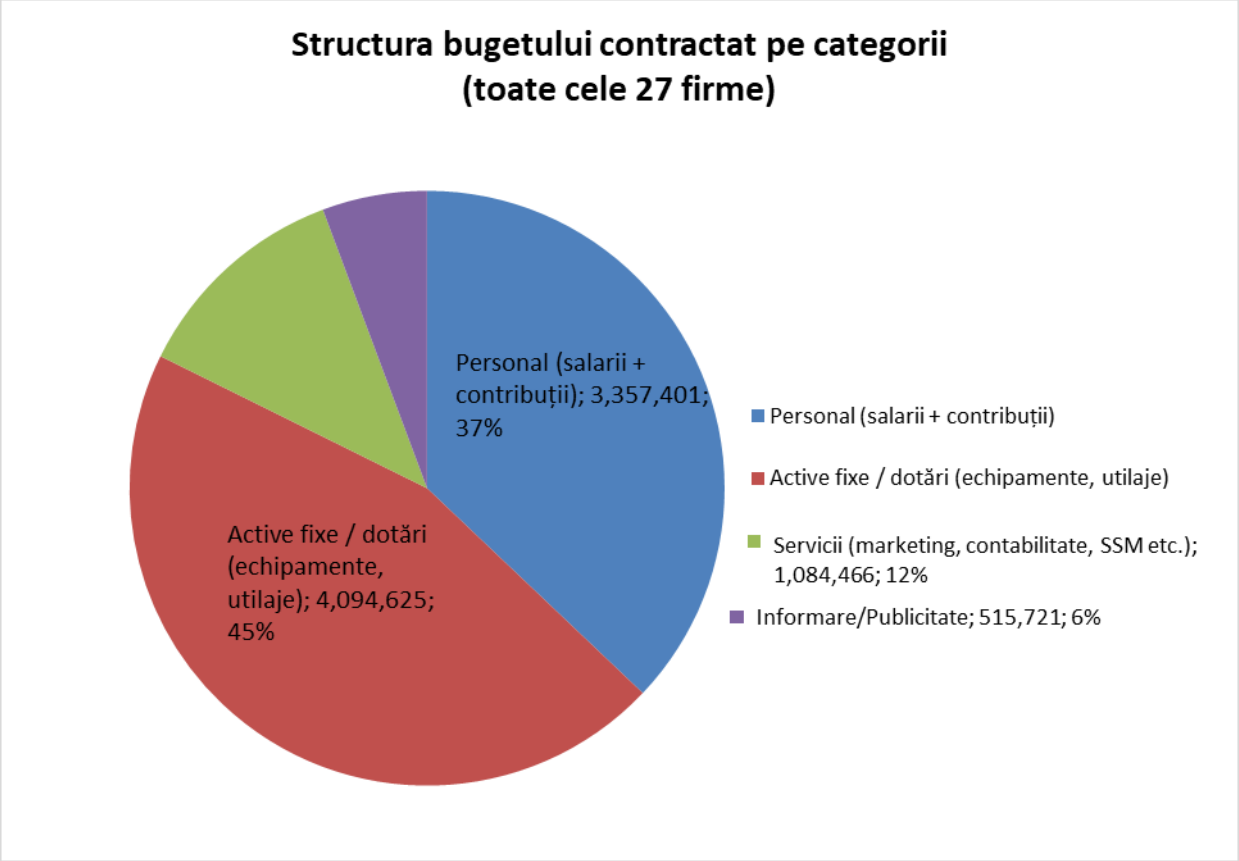
Valoarea cumulată a bugetelor contractate de cele 27 de întreprinderi (subvenție de minimis + cofinanțare proprie) însumează 9.052.212 lei. Tabelul de mai jos prezintă structura acestui buget pe cele patru categorii principale de cheltuieli.

Categorie de cheltuială	Valoare (lei)	Pondere (%)
Personal (salarii nete + contribuții sociale)	3.357.401	37,1%
Active fixe / dotări (echipamente, utilaje, mijloace de transport)	4.094.625	45,2%
Servicii (marketing, contabilitate, SSM, asigurări etc.)	1.084.466	12,0%

[5] Suma pe categorii depășește numărul total de firme, întrucât o parte dintre întreprinderi vizează simultan mai multe categorii de persoane vulnerabile

Categorie de cheltuială	Valoare (lei)	Pondere (%)
Informare și publicitate	515.721	5,7%
TOTAL	9.052.212	100,0%

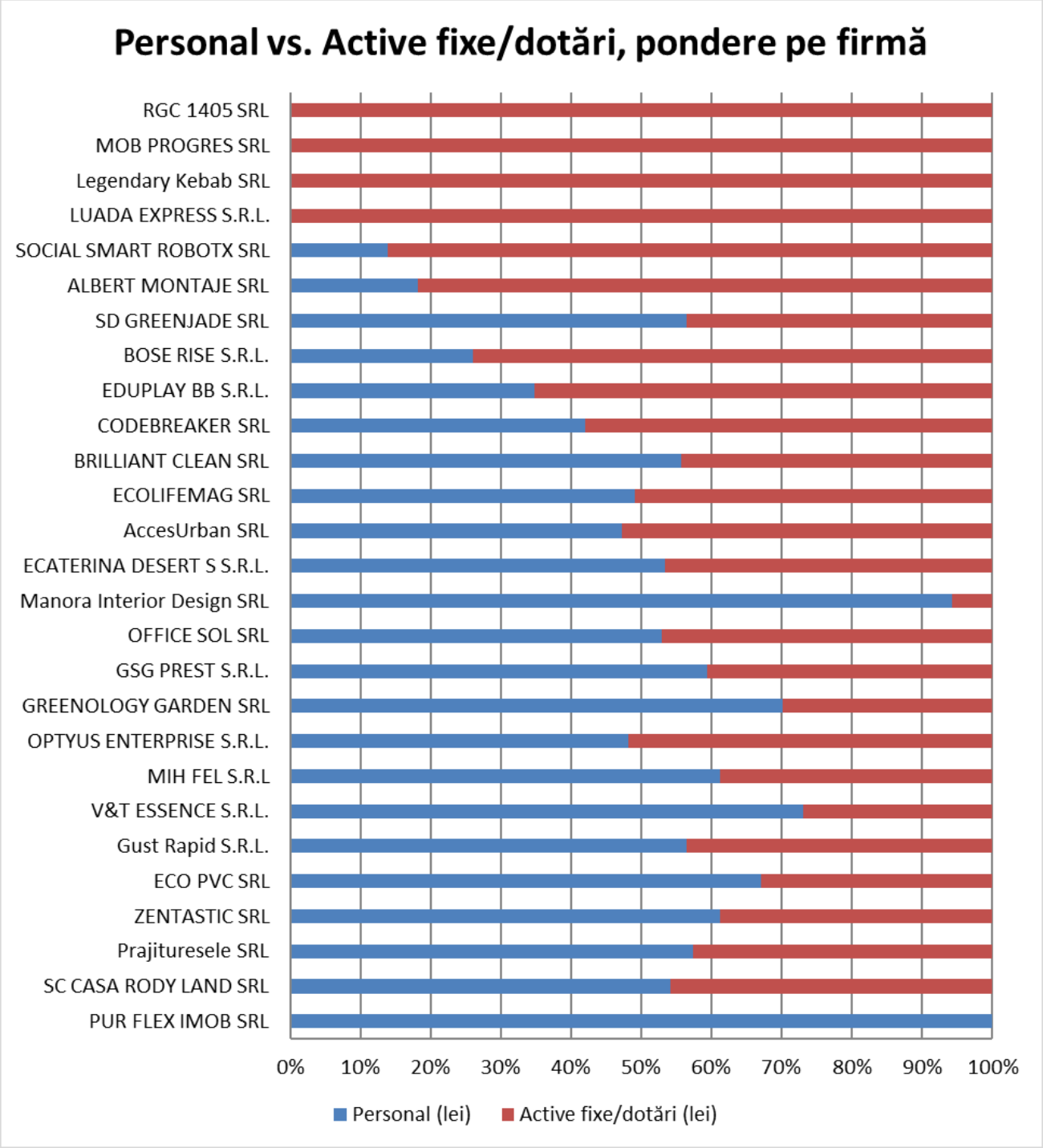
Cheltuielile cu active fixe și dotări (echipamente, utilaje, mijloace de transport) reprezintă cea mai mare pondere din bugetul cumulat (45,2%), urmate de cheltuielile de personal (37,1%). Cheltuielile cu servicii externalizate (contabilitate, marketing, SSM) și cele de informare/publicitate reprezintă împreună aproximativ 17,7% din total. Ponderea relativ ridicată a investițiilor în active fixe reflectă faptul că majoritatea firmelor pornesc de la zero și au nevoie să își constituie capacitatea de producție/prestare a serviciilor (echipamente, utilaje, mijloace de transport, dotări IT) înainte de a genera venituri proprii, iar cheltuielile de personal cresc treptat pe măsura implementării.



6.4.1. Ponderea personal vs. active fixe/dotări, pe fiecare întreprindere

Tabelul de mai jos detaliază, pentru fiecare din cele 27 de întreprinderi, valoarea planificată a cheltuielilor cu personalul și a celor cu active fixe/dotări, permițând o comparație a modelelor de afaceri: unele firme (ex. cele din servicii, unde personalul este principalul cost) au o pondere mai

mare a cheltuielilor de personal, în timp ce firmele cu activități care necesită echipamente sau mijloace de transport (ex. producție, transport) au o pondere mai mare a activelor fixe.



7. Metodologia cercetării calitative

Cercetarea calitativă a studiului se bazează pe un chestionar aplicat tuturor celor 27 de întreprinderi sociale create prin proiectul Think Social!

7.1. Instrumentul de cercetare

- Chestionarul[6] a fost structurat pe 8 secțiuni tematice și 17 întrebări (15 închise, cu răspuns unic sau multiplu, și 2 deschise), construite pornind de la structura testată în barometrele regionale anterioare ale antreprenoriatului social (proiectul SEED, 2022) și adaptate specificului legal actual (Legea nr. 219/2015 și OUG nr. 11/2026):
- statutul întreprinderii și ocuparea curentă (numărul de angajați, din care din grupuri vulnerabile);
- profilul antreprenorului (familiaritate anterioară cu antreprenoriatul social, experiență antreprenorială, apartenența la un grup vulnerabil — întrebare opțională);
- finanțarea primită prin proiect (motivație, suficiența sumei);
- cunoașterea și interesul față de marca socială de inserție și de subvenția introdusă prin OUG nr. 11/2026;
- comunitatea, clienții și piața (percepția locală, achiziții publice);
- cadrul legal — o secțiune dedicată în care fiecare întreprindere a evaluat direct, pe o scală ușor/mediu/greu/nu se aplică, gradul de dificultate al celor cinci condiții legale analizate calitativ în capitolul 2.4;
- activitatea curentă (dificultatea găsirii de personal din grupuri vulnerabile, dificultăți curente, nevoi de sprijin, perspectiva de sustenabilitate după încheierea proiectului);
- un ultim cuvânt — două întrebări deschise, opționale, prin care fiecare antreprenor a putut semnala orice altceva considera relevant și a putut propune o singură schimbare legislativă sau procedurală.

7.2. Aplicare și rată de răspuns

Toate cele 27 de întreprinderi au răspuns la chestionarul online în perioada 14-31 august 2026— o rată de răspuns de 100%, care elimină riscul de eroare de selecție și permite ca rezultatele prezentate în capitolul 8 să fie citite ca imagine completă a portofoliului de firme sprijinite prin proiect.

7.3. Limite metodologice

- Datele sunt auto-raportate de către antreprenori, fără verificare externă independentă — în special aprecierile privind gradul de dificultate al condițiilor legale (secțiunea 8.6) și impactul resimțit asupra comunității reflectă percepția subiectivă a respondenților, nu o măsurătoare obiectivă.

[6] https://forms.gle/k2YLzhpLZqgFFb9D8

- Volumul eșantionului (N=27) este mic în termeni absoluți, deși reprezintă întreaga populație de interes; procentele prezentate în capitolul 8 trebuie interpretate ca atare — o diferență de un singur răspuns poate deplasa un procent cu aproximativ 3,7 puncte.
- Întrebarea privind apartenența antreprenorului la un grup vulnerabil a fost opțională, din considerente de confidențialitate; 6 din cei 27 de respondenți (22,2%) au ales să nu răspundă, ceea ce limitează parțial analiza acestui aspect.
- Chestionarul a fost aplicat la un moment relativ timpuriu al perioadei de implementare — răspunsurile privind sustenabilitatea post-proiect (secțiunea 8.9) reflectă, prin urmare, o anticipare, nu o constatare a unui rezultat deja produs.

8. Rezultatele cercetării pe bază de chestionar

Rezultatele chestionarului sunt corelate, acolo unde este relevant, cu analiza cantitativă RUEIS (capitolul 3) și cu evaluarea legală din capitolul 2.4.

8.1. Profilul antreprenorilor

Pentru 14 din cei 27 de antreprenori (51,9%), acesta este primul contact cu conceptul de antreprenoriat social — declară că nu auziseră deloc de acest concept înainte de proiect; alți 12 (44,4%) auziseră, dar nu știau multe despre el, iar o singură persoană (3,7%) declară că era deja destul de bine familiarizată. Pentru 25 din cei 27 de antreprenori (92,6%), aceasta este prima afacere pe care o conduc — doar 2 mai avuseseră o afacere anterior. Aceste două constatări, corelate, arată că proiectul Think Social! funcționează, pentru marea majoritate a beneficiarilor, ca poartă de intrare atât în antreprenoriat în general, cât și în economia socială în particular — nu ca sprijin pentru antreprenori experimentați care își diversifică activitatea.

La întrebarea opțională privind apartenența la un grup vulnerabil, 8 din 27 de antreprenori (29,6%) declară că fac parte dintr-un grup vulnerabil, 13 (48,1%) declară că nu, iar 6 (22,2%) preferă să nu răspundă.

8.2. Ocuparea curentă

Cele 27 de întreprinderi au, în prezent, 116 angajați în total (medie 4,3 angajați/firmă) — 21 de firme (77,8%) au exact 4 angajați (pragul minim impus prin proiect), 4 firme au 5 angajați, iar 2 firme au 6 angajați. Niciuna dintre întreprinderi nu a coborât sub pragul minim de 4 locuri de muncă asumat prin planul de afaceri, ceea ce confirmă, la acest moment al implementării, respectarea integrală a condiției de eligibilitate — deși, așa cum arată secțiunea 8.6, aceasta este și condiția resimțită ca fiind cea mai dificilă.

8.3. Finanțarea primită prin proiect

Pentru 22 din cei 27 de antreprenori (81,5%), finanțarea primită prin proiect a fost decisivă: fără ea, afacerea nu ar fi fost pornită. Alți 4 (14,8%) declară că finanțarea i-a ajutat mult, dar ar fi găsit probabil și altă cale, iar un singur respondent consideră că finanțarea a contat puțin. Cu

privire la suma primită, 13 antreprenori (48,1%) o consideră suficientă, 12 (44,4%) consideră că a fost suficientă doar în parte, iar 2 (7,4%) o consideră insuficientă — per ansamblu, o evaluare pozitivă, dar cu aproape jumătate dintre beneficiari semnalând un decalaj între suma primită și nevoile reale de capitalizare a afacerii.

8.4. Marca socială și subvenția introdusă prin OUG nr. 11/2026

Doar 7 din cei 27 de antreprenori (25,9%) cunoșteau, la momentul chestionarului, subvenția lunară pentru angajatorii de inserție introdusă prin OUG nr. 11/2026 — 20 (74,1%) nu auziseră de ea. Cu privire la intenția de a solicita marca socială, 19 antreprenori (70,4%) nu s-au gândit încă la acest pas, 5 (18,5%) declară explicit că nu intenționează, iar doar 3 (11,1%) au inițiat sau intenționează să inițieze demersurile.

Semnalul cel mai important pentru politicile publice apare însă la întrebarea de condiționare: atunci când li s-a explicat că obținerea mărcii sociale le-ar aduce acces la această subvenție, 9 antreprenori (33,3%) declară că ar solicita-o cu siguranță, iar alți 11 (40,7%) ar lua în calcul acest pas — împreună, 20 din 27 de firme (74,1%) devin receptive la ideea mărcii sociale odată ce înțeleg beneficiul financiar asociat. Cu alte cuvinte, bariera principală nu pare a fi reticența față de condițiile mărcii sociale (angajarea a minimum 30% persoane din grupuri vulnerabile — condiție pe care 20 din 27 de firme o consideră deja ușoară sau medie, conform secțiunii 8.6), ci pur și simplu lipsa de informare cu privire la existența și la beneficiile acestei măsuri.

8.5. Comunitatea, clienții și piața

24 din cele 27 de întreprinderi (88,9%) raportează o primire bună sau foarte bună din partea comunității locale, doar 3 semnalând indiferență sau neîncredere. Vizibilitatea statutului de întreprindere socială față de clienți este ridicată — 24 din 27 (88,9%) declară că majoritatea sau o parte dintre clienți știu că firma este întreprindere socială — dar acest statut se traduce rareori într-un avantaj comercial resimțit: doar 7 antreprenori (25,9%) consideră că statutul de întreprindere socială îi determină pe clienți să cumpere mai degrabă de la ei, în timp ce 20 (74,1%) consideră că nu prea, sau deloc.

Accesul la achiziții publice rămâne aproape complet neexploatat: doar o singură întreprindere (3,7%) a câștigat vreun contract prin achiziții publice, 22 (81,5%) nu au participat niciodată, iar 4 (14,8%) nici nu știau că există posibilitatea unor achiziții publice rezervate întreprinderilor sociale. Acest rezultat este consecvent cu recomandarea Consiliului UE din noiembrie 2023 (capitolul 5.2), care *semnalează achizițiile publice sociale drept o pârghie-cheie, insuficient utilizată în România*.

8.6. Gradul de dificultate perceput în respectarea condițiilor legale

Această secțiune a chestionarului a fost construită pentru a testa empiric evaluarea calitativă a gradului de dificultate realizată în capitolul 2.4. Rezultatele confirmă parțial acea evaluare, dar aduc și o corecție importantă:

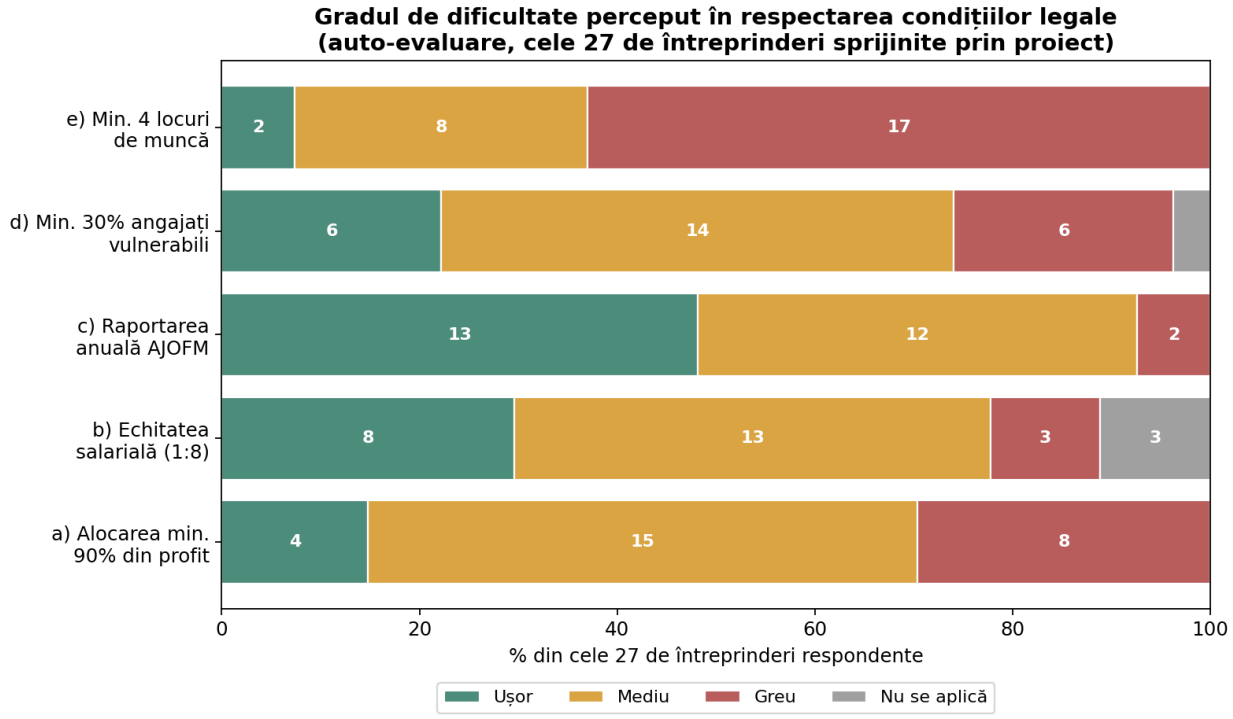


Figura 18. Gradul de dificultate perceput în respectarea condițiilor legale (N=27)

Condiția resimțită, de departe, ca fiind cea mai dificilă nu este alocarea a minimum 90% din profit către scopul social (așa cum sugera evaluarea calitativă din capitolul 2.4), ci crearea și menținerea a minimum 4 locuri de muncă: 17 din 27 de antreprenori (63,0%) o consideră grea, mult peste orice altă condiție. Alocarea a 90% din profit este, la rândul ei, considerată grea de 8 antreprenori (29,6%), dar mai frecvent doar medie (55,6%) — o dificultate reală, dar mai gestionabilă decât s-a anticipat. Angajarea a minimum 30% persoane din grupuri vulnerabile (condiție pentru marca socială) este considerată grea de doar 6 respondenți (22,2%), fiind în general văzută ca fezabilă — o constatare care întărește concluzia secțiunii 8.4, unde 74% dintre antreprenori s-au arătat receptivi la ideea de a solicita marca socială. Raportarea anuală către AJOFM este condiția cel mai frecvent considerată ușoară (48,1%), infirmând ipoteza inițială că birocrația de raportare ar fi principala barieră administrativă — deși, așa cum arată secțiunea 8.8, birocrația rămâne totuși cea mai frecvent citată dificultate curentă, cel mai probabil generată de altă sursă decât raportarea anuală specifică Legii 219/2015.

8.7. Găsirea de personal din grupuri vulnerabile

14 din 27 de antreprenori (51,9%) consideră greu sau foarte greu, în prezent, să găsească persoane din grupuri vulnerabile pentru angajare, în timp ce 12 (44,4%) fie nu mai au nevoie să angajeze în acest moment (au deja echipa completă), fie consideră procesul ușor. Această dificultate de recrutare este consecventă cu constatarea din capitolul 4.9, unde am semnalat amploarea sprijinului public deja existent pentru angajatorii care încadrează persoane defavorizate — un sprijin financiar generos, dar care nu pare să rezolve, singur, dificultatea practică de a identifica și menține astfel de persoane în activitate.

8.8. Dificultăți curente și nevoi de sprijin

Solicitați să bifeze toate dificultățile curente aplicabile, antreprenorii au indicat, cel mai frecvent, birocrația (16 din 27, 59,3%), urmată de găsirea de clienți/comenzi (13, 48,1%), găsirea de angajați (9, 33,3%) și lipsa resurselor financiare (8, 29,6%). Doar 5 antreprenori (18,5%) declară că nu se confruntă cu nicio dificultate deosebită.

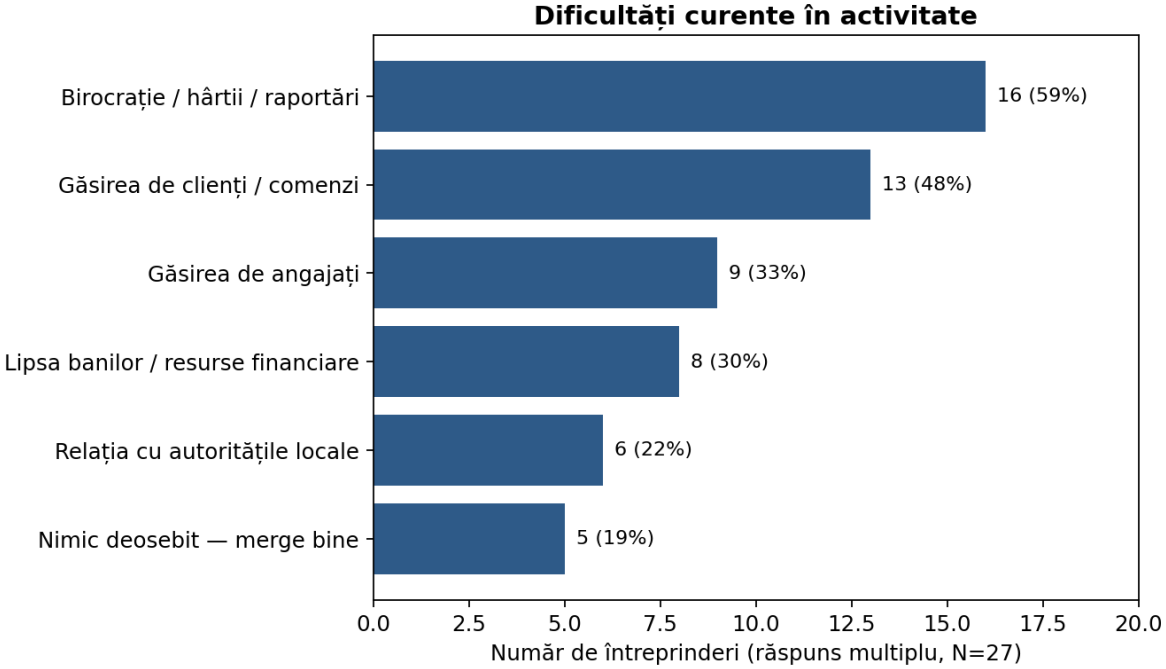


Figura 19. Dificultăți curente în activitate (răspuns multiplu, N=27)

Solicitați să aleagă cel mult 3 priorități dintre nevoile de sprijin propuse, antreprenorii au ales, în medie, 2,4 opțiuni fiecare. Reducerile de taxe și impozite (19 din 27, 70,4%) și finanțarea suplimentară (17, 63,0%) domină clar preferințele, urmate, la mare distanță, de simplificarea raportării către AJOFM (9, 33,3%) și ajutorul pentru promovare (8, 29,6%). Accesul prioritar la achiziții publice este cel mai puțin ales dintre toate opțiunile (3, 11,1%) — deși, conform secțiunii 8.5, doar o firmă a accesat vreodată acest canal, ceea ce sugerează că antreprenorii nu percep încă achizițiile publice ca pe o soluție realistă pentru firma lor, mai degrabă decât că nu ar avea nevoie de ea.

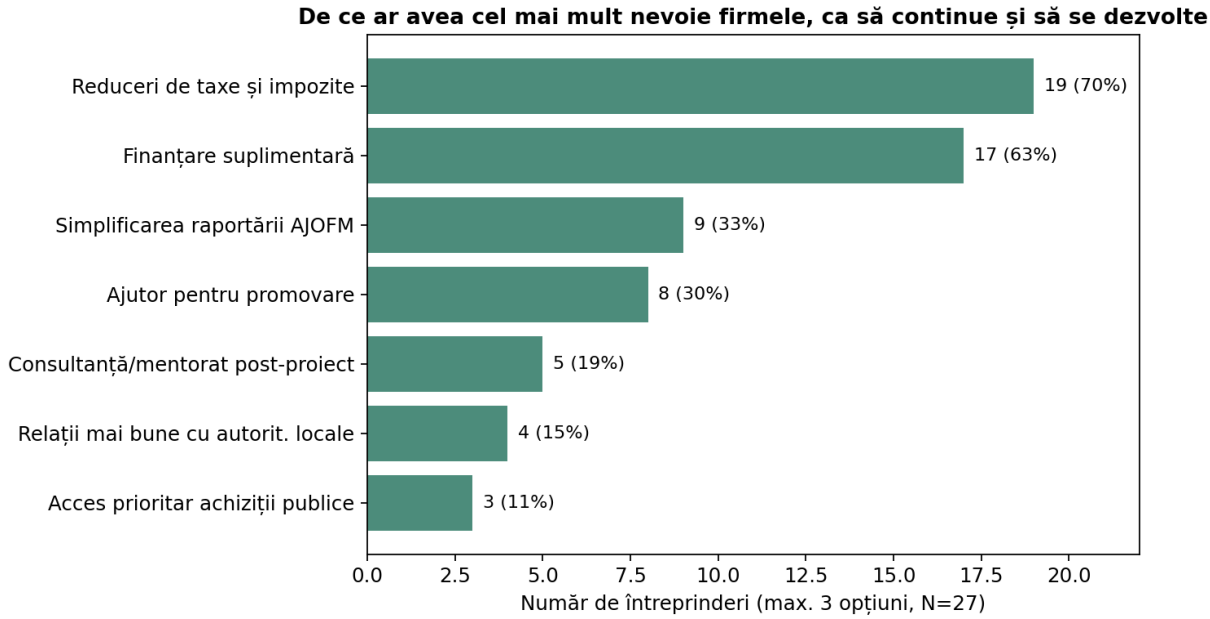


Figura 20. Nevoile de sprijin cele mai frecvent alese (răspuns multiplu, max. 3 opțiuni, N=27)

8.9. Sustenabilitatea preconizată după încheierea proiectului

La întrebarea dacă vor putea menține activitatea și locurile de muncă fără alt sprijin extern, după încheierea celor 13 luni de sustenabilitate prevăzute de schema de finanțare, 8 antreprenori (29,6%) sunt siguri că da, iar alți 15 (55,6%) răspund „probabil da” — împreună, 85,2% dintre firme se declară optimiste, chiar dacă nu toate cu certitudine deplină. Doar 2 antreprenori (7,4%) se declară neîncrezători („probabil nu”), iar alți 2 (7,4%) nu sunt siguri. Deși optimismul declarat este ridicat, ponderea celor care aleg formularea condiționată „probabil da”, nu una certă, sugerează o încredere prudentă, nu o certitudine — un semnal pentru continuarea monitorizării acestor firme și dincolo de perioada oficială de sustenabilitate a proiectului.

8.10. Vocea antreprenorilor

Cele două întrebări deschise ale chestionarului au strâns un număr limitat, dar consistent, de răspunsuri, care converg tematic cu rezultatele cantitative de mai sus. Cu privire la ce ar schimba dacă ar putea propune o singură modificare legislativă sau procedurală, cele mai frecvente teme sunt reducerea birocrației și simplificarea actelor, reducerea sau flexibilizarea unor obligații fiscale, și continuarea sprijinului financiar dincolo de perioada de sustenabilitate:

> *„Tot ce înseamnă documente, acte. Sunt mult prea multe.”*
>
> *„Eliminarea sau reducerea impozitelor și taxelor în timpul perioadei de implementare și sustenabilitate.”*
>
> *„Subvenție/ajutor pentru menținerea salariaților în perioada de sustenabilitate.”*
>
> *„Să NU mai fie folosit cel puțin 90% din profit pentru scopuri sociale — să se reducă procentul sau să se ofere și alte alternative.”*

> *„Să se simplifice acordarea de subvenții de către AJOFM pentru persoanele din grupurile vulnerabile (peste 45 de ani).”*

La întrebarea liberă despre orice altceva important din experiența lor în proiect, un răspuns central privind fluxul financiar merită semnalat separat, pentru relevanța sa practică directă:

> *„Faptul că întreprinderea socială a fost nou-înființată pentru a beneficia de finanțare a făcut foarte dificilă colaborarea cu furnizorii și obținerea finanțării suplimentare pentru finalizarea proiectului; majoritatea achizițiilor din proiect au fost finanțate din resurse proprii și rambursate ulterior, foarte puțini furnizori acceptând decontarea după livrarea bunurilor.”*

Această mărturie descrie o dificultate reală de flux de numerar pentru firmele nou-înființate fără istoric financiar: mecanismul de rambursare a cheltuielilor (frecvent folosit în finanțările din fonduri europene, inclusiv în cadrul proiectului Think Social!) presupune ca firma să avanseze ea însăși banii, decontarea făcându-se abia după dovada livrării bunurilor sau serviciilor. Acest mecanism nu este întâmplător: el protejează atât fondurile publice, cât și antreprenorii aflați la început de drum împotriva riscului de fraudă sau de întârziere/neconformitate a livrărilor din partea furnizorilor, menținând disciplina financiară impusă de logica finanțării nerambursabile. Dificultatea semnalată de antreprenor este, așadar, costul real al unei măsuri de protecție necesare, nu o simplă deficiență de proiectare — o distincție relevantă pentru orice propunere de politică publică privind mecanismele de plată în viitoarele scheme de finanțare a economiei sociale.

8.11. Implicații pentru propunerile de politică publică

Rezultatele acestui capitol permit conturarea unui set de propuneri fundamentate empiric, pentru a fi susține de CNIPMMR (IMM România) în dialogul cu autoritățile — Ministerul Muncii, Familiei, Tineretului și Solidarității Sociale, ANOFM, Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene:

- **Reconsiderarea pragului de minimum 4 locuri de muncă ca o condiție uniformă a schemelor de minimis pentru economia socială — este condiția legală resimțită, de departe, ca fiind cea mai dificilă (63% dintre antreprenori), mai dificilă decât condițiile din Legea 219/2015 propriu-zisă. O gradare a pragului în funcție de domeniul de activitate sau de mărimea planului de afaceri ar putea reduce presiunea fără a compromite obiectivul de ocupare al schemei.**
- **O campanie de informare directă, țintită, privind subvenția introdusă prin OUG nr. 11/2026 și marca socială — dat fiind că 74% dintre antreprenori nu cunoșteau măsura, dar 74% devin receptivi odată informați, acesta este exact tipul de decalaj pe care o intervenție simplă și ieftină (comunicare directă către beneficiarii de proiecte similare, prin AJOFM sau prin administratorii de grant) îl poate corecta rapid, fără nicio modificare legislativă suplimentară.**
- Plată în avans, limitată la achizițiile de echipamente, pentru întreprinderile nou-înființate fără istoric financiar — menținând mecanismul actual de rambursare pentru serviciile achiziționate, unde riscul unei livrări de calitate scăzută sau neconforme (de exemplu, la

crearea unui site web cu funcționalități specifice) este mult mai greu de verificat înainte de plată. CNIPMMR (IMM România) poate aplica acest model diferențiat — avans pentru echipamente, rambursare pentru servicii — în cadrul propriilor proiecte viitoare, păstrând astfel rolul de protecție al mecanismului de rambursare exact acolo unde riscul de fraudă sau de neconformitate este cel mai greu de gestionat.

- Simplificarea administrativă a birocrației curente (nu neapărat a raportării anuale specifice Legii 219/2015, care este ea însăși considerată gestionabilă, ci a birocrației generale de funcționare) — birocrația rămâne cea mai frecvent citată dificultate curentă (59%) și a doua cea mai frecventă nevoie de sprijin (33%), dar sursa ei pare a fi mai degrabă administrația generală decât obligațiile specifice statutului de întreprindere socială.
- Extinderea sau flexibilizarea facilităților fiscale dincolo de perioada de implementare — cea mai frecvent aleasă nevoie de sprijin (70%), consecventă cu constatarea din capitolul 2.4 că legea nu prevede, în prezent, facilități fiscale concrete și substanțiale pentru întreprinderile sociale.
- Promovarea activă a achizițiilor publice rezervate ca instrument accesibil, nu doar teoretic — cu doar o firmă din 27 care a accesat vreodată acest canal și 15% dintre antreprenori care nici nu știau că există, orice progres legislativ la nivel european (capitolul 5.2) rămâne fără efect practic în absența unor măsuri active de promovare și facilitare la nivel local.

9. Studii de caz: interviuri cu exemple de bună practică

Antreprenoriatul social în cuvintele celor care îl practică zi de zi

9.1. Metodologie și profilul întreprinderilor intervievate

Au fost realizate interviuri aprofundate cu reprezentanții a trei dintre întreprinderile create, alese ca exemple de bună practică, pentru domenii de activitate și profiluri de beneficiari diferite: educație non-formală prin tehnologie (robotică educațională), servicii pentru copii și familii (centru educațional și de joacă) și recondiționare/producție de mobilier. Interviul a urmărit 6 teme — alegerea drumului antreprenorial, finanțarea, angajații, autoritățile și sprijinul din proiect, dificultățile întâmpinate și motivația de fond — cu durata estimată de 40 de minute/interviu.

Secțiunile 9.2-9.6 sintetizează, tematic, răspunsurile celor trei antreprenori, cu citate directe acolo unde răspunsurile au fost deosebit de relevante sau de personale. Profilul celor trei întreprinderi este prezentat mai jos.

Întreprindere	Beneficiar	Domeniu de activitate
SOCIAL SMART ROBOTX SRL	Leahu David	Educație non-formală — robotică și programare pentru copii

Satu Mare		
EDUPLAY BB SRL, Galați	Haltric Mariana	Centru educațional și de joacă pentru copii
GSG PREST SRL, Galați	Flavius-Gabriel Duțu	Tâmplărie și recondiționare de mobilier



SOCIAL SMART ROBOTX SRL



EDUPLAY BB SRL



GSG PREST SRL

Fotografii puse la dispoziție de cele trei întreprinderi: activități cu copiii la Social Smart RobotX și EduPlay BB; lucrări de tâmplărie și recondiționare la GSG Prest.

9.2. De la idee la antreprenoriat social: alegerea domeniului și calitățile necesare

Pentru toți cei trei antreprenori intervievați, alegerea domeniului de activitate a pornit dintr-o pasiune sau o preocupare anterioară proiectului, nu dintr-un calcul pur oportunist — **finanțarea Think Social! a fost mai degrabă catalizatorul care a transformat o intenție mai veche în afacere concretă**, nu motivul ei de fond.

Fondatorul Social Smart RobotX descrie un traseu care a pornit din experiența de voluntariat:

> *„Am trecut la robotica educațională acum 7 ani, după ce mi-am făcut experiență într-o echipă de robotică din liceu. [...] Să-mi deschid eu propria școală de robotică a fost pur și simplu un următor pas natural."*
>
> *— Leahu David, Social Smart RobotX*

La EduPlay BB, dorința de a lucra cu copiii venea din copilărie, dar proiectul a oferit contextul decisiv:

> *„Cred însă că momentul decisiv a fost apariția oportunității de a urma cursurile de antreprenoriat social prin proiectul Think Social. A apărut exact într-un moment în care ideea unui astfel de proiect exista deja în mintea mea de câțiva ani, dar nu găsisem încă acel context care să mă determine să o transform în realitate."*
>
> *— Haltric Mariana, EduPlay BB*

La GSG Prest, pasiunea pentru tâmplărie exista dinainte, ca activitate de weekend, dar economia socială a fost descoperită abia odată cu proiectul:

> *„La momentul descoperirii proiectului Think Social! eram pe punctul de a începe o activitate antreprenorială clasică, neavând cunoștință de această ramură socială a economiei, pe care am descoperit-o ulterior cooptării mele în proiect."*
>
> *— Flavius-Gabriel Duțu, GSG Prest*

Întrebați ce calități suplimentare — sau, dimpotrivă, ce lipsuri — sunt necesare pentru a alege antreprenoriatul social în locul unei afaceri obișnuite, cei trei converg spre același set de valori: empatia, altruismul, simțul echității și dorința de a rămâne conectat la nevoile reale ale comunității, chiar și după ce afacerea începe să funcționeze bine din punct de vedere economic. Antreprenorul de la GSG Prest formulează, poate, cel mai direct acest echilibru:

> *„Persoana dispusă să-și asume o misiune socială nu trebuie să se focalizeze numai pe profitul firmei și să nu fie inflexibil la nevoile comunității, colaborarea socială jucând un rol definitoriu în progresul societății."*
>
> *— Flavius-Gabriel Duțu, GSG Prest*

9.3. Finanțarea, cursurile și mentoratul: cât de utilă a fost ghidarea primită

Toți cei trei antreprenori confirmă rolul decisiv al finanțării primite prin proiect — niciunul nu exclude că ar fi pornit afacerea și fără ea, dar toți sunt de acord că ar fi fost mai târziu, mai greu

și, probabil, într-o formă mult mai modestă. Beneficiarul de la GSG Prest este explicit cu privire la riscurile evitate:

> *„Fără contractarea acestui grant, probabil că afacerea ar fi început destul de greoi, cu utilizarea resurselor familiale, cu împrumuturi de la rude sau prieteni [...], iar de misiune socială nici nu cred că ar fi fost vorba."*
>
> *— Flavius-Gabriel Duțu, GSG Prest*

Cu privire la utilitatea cursurilor de formare, experiențele diferă vizibil. Pentru fondatorul de la Social Smart RobotX, cursurile au rămas mai degrabă la nivel teoretic, deși au influențat modul de gândire în afaceri. Pentru antreprenoarea de la EduPlay BB, dimpotrivă, cursurile au fost punctul de plecare concret al întregii afaceri:

> *„Am reușit să îmi realizez singură, fără să contractez o firmă specializată de consultanță, planul de afaceri, bugetul de cheltuieli și, ulterior, să mă ocup de implementarea proiectului, de la înființarea firmei până la începerea propriu-zisă a activității."*
>
> *— Haltric Mariana, EduPlay BB*

La GSG Prest, cursurile au avut un rol de fundamentare a principiilor economiei sociale, aplicate ulterior concret — un exemplu concret, oferit chiar de antreprenor, ilustrează bine acest lucru:

> *„Principiul reinvestirii profitului l-am aplicat cu succes, ajutând o persoană vulnerabilă recondiționându-i un corp de mobilier pe cheltuiala societății pe care o administrez."*
>
> *— Flavius-Gabriel Duțu, GSG Prest*

Mentoratul oferit de experții proiectului este, dintre toate componentele de sprijin, **cea mai unanim apreciată** — toți trei îl descriu ca esențial, nu doar util. Formularea cea mai puternică vine de la GSG Prest:

> *„Suportul oferit de mentori a fost neprețuit! Nu cred că ar fi răzbit cineva care să fi fost la prima experiență de a accesa fonduri europene fără să beneficieze de suportul avizat al mentorilor."*
>
> *— Flavius-Gabriel Duțu, GSG Prest*

Singura sugestie de îmbunătățire notabilă vine de la EduPlay BB, care ar fi dorit acces la ghidul de implementare a proiectului încă din etapa premergătoare semnării contractului de finanțare, pentru o planificare mai riguroasă.

9.4. Fondurile europene în practică: documentație, achiziții și flux de numerar

Aceasta este tema pe care cei trei antreprenori au experiențe cel mai puțin convergente — de la „foarte interesant" până la cea mai dificilă etapă a implementării proiectului.

La Social Smart RobotX, procedura a fost apreciată ca riguroasă, consumatoare de timp și energie suplimentară, dar fără dificultăți de fond. La GSG Prest, experiența a fost și mai lină, procedura fiind considerată clară de la bun început. Cea mai detaliată și mai valoroasă mărturie

vine însă de la EduPlay BB, care descrie exact problema de flux de numerar deja semnalată, la nivel agregat, în capitolul 8.10:

> *„Faptul că decontarea fondurilor se face după recepția bunurilor a fost pentru mine una dintre cele mai dificile etape. Firma era nou-înființată, fiind creată special pentru accesarea finanțării, iar acest lucru nu ne-a oferit suficientă credibilitate în fața furnizorilor pentru plata ulterioară livrării. Nu am reușit să obțin nici finanțare temporară din partea băncii, deși în contul de grant al societății se afla deja o mare parte din fondurile nerambursabile."*
>
> *— Haltric Mariana, EduPlay BB*

Concluzia proprie a antreprenoarei, formulată aproape ca o recomandare de politică publică:

> *„Pentru mine, aceasta a fost una dintre cele mai importante lecții antreprenoriale: o finanțare nerambursabilă nu înseamnă automat că un antreprenor aflat la început nu are nevoie și de capital de lucru. O procedură care ar permite mai multă flexibilitate în această etapă ar putea fi foarte utilă, mai ales pentru întreprinderile nou-înființate."*
>
> *— Haltric Mariana, EduPlay BB*

9.5. Angajații, autoritățile și managementul cotidian

Modul de lucru cu angajații reflectă, la toți trei, o filosofie asemănătoare: nu se așteaptă angajați „gata pregătiți", ci se investește în formarea lor la locul de muncă, cu accent pe atitudine mai mult decât pe calificarea inițială. Fondatorul de la Social Smart RobotX rezumă acest principiu direct:

> *„Nu am avut niciodată pretenția să vină angajați gata pregătiți [...]. Tot timpul eram pe principiul că, dacă angajatul vine cu energie și dorința de a munci și de a învăța, partea de educație și de training pe care o ofer angajaților rezolvă orice lacună."*
>
> *— Leahu David, Social Smart RobotX*

La EduPlay BB, toți angajații provin din categorii vulnerabile (șomeri de lungă durată, tineri absolvenți, studenți aflați în căutarea unui loc de muncă), iar criteriul de selecție a fost, în primul rând, atitudinea, nu doar competența tehnică. La GSG Prest apare însă și o notă critică, importantă pentru capitolul de recomandări: birocrația nu oferă, în prezent, niciun sprijin logistic specific pentru formarea profesională a angajaților din grupuri vulnerabile în cadrul întreprinderilor sociale:

> *„A trebuit să dau piept cu birocrația din domeniu, care nu ține cont nicicum de faptul că acești angajați fac parte dintr-o structură aparte a economiei și nu beneficiază de niciun suport logistic pentru cursuri de calificare specifice locului de muncă."*
>
> *— Flavius-Gabriel Duțu, GSG Prest*

În privința relației cu autoritățile, experiențele sunt, per ansamblu, pozitive și adesea surprinzător de bune față de așteptările inițiale. Cea mai elocventă mărturie vine de la EduPlay BB:

> *„[...] Experiența mea mi-a arătat că birocrația poate fi mai ușor de gestionat atunci când întâlnești (în instituții, n.a.) oameni bine pregătiți și dispuși să te îndrume.”*
>
> *— Haltric Mariana, EduPlay BB*

9.6. Dificultăți, lecții învățate și motivația de fond

Dificultățile concrete diferă în funcție de specificul fiecărei afaceri: la Social Smart RobotX, cea mai mare provocare este sezonalitatea (lipsa clienților plătitori în vacanța de vară, compensată prin ateliere concentrate de câte 5 zile); la EduPlay BB, replanificarea bugetului din cauza creșterii TVA și întârzierea începerii activității; la GSG Prest, un context economic general nefavorabil — scăderea puterii de cumpărare și dificultăți în lanțul de furnizori — mai degrabă decât un moment critic punctual.

Motivația de fond, dincolo de profit, este însă universal prezentă și exprimată cu multă sinceritate. La EduPlay BB, motivația vine direct de la beneficiarii finali:

> *„Zâmbetele și bucuria sinceră de pe fețele copiilor proveniți din medii vulnerabile care participă la atelierele noastre [...] sunt pentru mine cea mai importantă confirmare că ceea ce fac are un sens.”*
>
> *— Haltric Mariana, EduPlay BB*

Sfaturile oferite de cei trei pentru un viitor antreprenor social converg, din nou, spre același mesaj: profită de sprijinul disponibil, dar nu uita partea de responsabilitate socială asumată. De la Social Smart RobotX:

> *„Profitați de sprijin și de finanțările disponibile, dar dați ceva la schimb comunității [...]. Avem posibilitatea să creăm un impact asupra unor oameni care nici nu ar fi visat să beneficieze de cursuri/servicii/produsele pe care le oferim noi, și chiar le pot schimba cursul vieții.”*
>
> *— Leahu David, Social Smart RobotX*

9.7. Concluzii în urma interviurilor

- Cele trei interviuri confirmă, la nivel individual și cu detalii concrete, tiparele deja identificate statistic în capitolele 3, 4 și 8: finanțarea este decisivă pentru pornirea afacerii, mentoratul este resursa cel mai unanim apreciată din pachetul de sprijin, iar gestionarea fluxului de numerar în etapa de achiziții rămâne principala dificultate administrativă.
- **Unii angajatori resimt lipsa unui sprijin logistic dedicat pentru calificarea profesională a angajaților din grupuri vulnerabile în cadrul întreprinderilor sociale — o birocrație a formării profesionale care nu ține cont de specificul acestor angajatori.**
- Calitățile pe care cei trei antreprenori le asociază, spontan, cu antreprenoriatul social — empatia, altruismul, simțul echității, dorința de a rămâne conectat la nevoile comunității confirmă că **alegerea acestui drum rămâne, pentru toți trei, una ce ține de valori, nu doar economică**.

- Impactul componentei de formare depinde puternic de profilul și experiența anterioară a fiecărui antreprenor — un argument pentru o formare mai personalizată sau modulară în proiectele viitoare, nu doar pentru menținerea formatului actual.

PARTEA A III-A — RECOMANDĂRI

10. Recomandări și soluții pentru susținerea și promovarea antreprenoriatului social

Recomandările din acest capitol sintetizează constatările analizei cantitative (capitolele 3-4), ale contextului legal și european (capitolele 2 și 5) și ale cercetării calitative în rândul celor 27 de întreprinderi sprijinite prin proiect (capitolul 8). Ele sunt grupate pe categorii de instituții, potrivit pârghiilor concrete pe care fiecare categorie le poate acționa, pentru a face mai ușoară viața antreprenorilor sociali și pentru a susține rezolvarea problemelor din comunitățile în care aceștia activează.

10.1. Recomandări pentru operatorii de granturi de finanțare

- Reconsiderarea pragului uniform de minimum 4 locuri de muncă impus prin schemele de minimis pentru economia socială — este condiția resimțită, de departe, ca fiind cea mai dificilă de către antreprenorii sprijiniți prin Think Social! (63% o consideră grea, capitolul 8.6), mai dificilă decât oricare dintre condițiile prevăzute chiar de Legea nr. 219/2015. O gradare a acestui prag în funcție de domeniul de activitate sau de mărimea planului de afaceri ar putea reduce presiunea asupra beneficiarilor, fără a compromite obiectivul de ocupare al schemei.
- Proiectarea unor apeluri de proiecte care să combine mediul urban și mediul rural, acolo unde este oportun, în locul unor apeluri separate exclusiv pe unul dintre cele două medii — actualele apeluri din Programul Educație și Ocupare (mediu urban) și din Programul Incluziune și Demnitate Socială (mediu rural) acoperă, împreună, ambele medii de rezidență la nivel național, dar gestionarea lor separată poate genera duplicare administrativă și inegalități teritoriale între regiuni, în funcție de ce tip de apel a fost activ la un moment dat.
- Diferențierea mecanismului de plată în funcție de tipul cheltuielii: plată în avans pentru achizițiile de echipamente, menținând mecanismul de rambursare (plată după dovada livrării) pentru serviciile achiziționate. Mecanismul actual de rambursare integrală joacă un rol legitim de protecție a fondurilor publice și a antreprenorilor înșiși împotriva riscului de fraudă sau de neconformitate a livrărilor (capitolul 8.10), dar acest risc este semnificativ mai redus și mai ușor de verificat în cazul echipamentelor (bunuri fizice, cu

factură și recepție clară) decât în cazul serviciilor (de exemplu, crearea unui site web cu funcționalități specifice, unde calitatea reală este greu de evaluat înainte de finalizare).

- Introducerea, în ghidurile viitoarelor apeluri, a posibilității explicite ca beneficiarul de proiect să acorde punctaj suplimentar unor sectoare de activitate pe care le identifică drept prioritare — pe baza unor criterii transparente (studii proprii, evaluări de impact, consultarea organizațiilor patronale membre) — cu condiția ca această flexibilitate să nu contravină condițiilor specifice ale fiecărui apel.

10.2. Recomandări pentru ministere și instituții centrale

- Adoptarea, fără alte întârzieri, a Strategiei naționale pentru dezvoltarea economiei sociale (2025-2032), aflată în întârziere de peste un an față de termenul asumat prin Recomandarea Consiliului UE din noiembrie 2023 — inclusiv a componentelor de facilități fiscale explicite pentru întreprinderile sociale, aspect semnalat ca prioritar de 70% dintre antreprenorii chestionați (capitolul 8.8).
- Simplificarea administrativă a birocrației generale de funcționare a unei firme (nu doar a raportării anuale specifice Legii nr. 219/2015, care este ea însăși considerată gestionabilă de majoritatea antreprenorilor sprijiniți prin proiect) — birocrația rămâne cea mai frecvent citată dificultate curentă în rândul celor 27 de întreprinderi (59%, capitolul 8.8).
- Centralizarea și publicarea, de către Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene, a listei tuturor beneficiarilor de proiecte cu obiectiv înființarea de întreprinderi sociale, la nivel național — o resursă simplă, care ar facilita diseminarea rapidă a informațiilor despre măsuri noi (precum subvenția introdusă prin OUG nr. 11/2026) către toate întreprinderile sociale existente, prin intermediul rețelei acestor beneficiari, complementar canalelor AJOFM.
- Operaționalizarea efectivă a art. 21 alin. (3) din Legea nr. 219/2015, care prevede accesul anual al întreprinderilor sociale la programele naționale de finanțare a IMM-urilor, derulate de autoritatea publică centrală cu atribuții în domeniul IMM-urilor (conform art. 25^1 lit. d) din Legea nr. 346/2004). În practică, întreprinderile sociale nu par incluse explicit ca beneficiare eligibile în programele naționale de finanțare a IMM-urilor lansate până acum — o restanță de implementare, nu o lipsă legislativă.
- Monitorizarea transparentă a modului în care este aplicată, în practică, subvenția pentru angajatorii de inserție introdusă prin OUG nr. 11/2026, având în vedere că doar 26% dintre antreprenorii chestionați cunoșteau această măsură la momentul cercetării (capitolul 8.4).
- Introducerea unei scutiri de impozit pe venitul din salarii pentru persoanele angajate din grupuri vulnerabile în întreprinderile sociale de inserție. România are deja precedente funcționale de scutiri sectoriale similare (IT, construcții, agricultură și industrie alimentară), astfel încât mecanismul administrativ de aplicare există și e testat, iar implementarea nu ar presupune un precedent legislativ nou. Măsura ar răspunde direct celei mai frecvent alese nevoi de sprijin în rândul antreprenorilor chestionați (reduceri de taxe și impozite, 70%, capitolul 8.8) și ar reduce costul net al angajării persoanelor din

grupuri vulnerabile, exact acolo unde antreprenorii semnalează cea mai mare dificultate de recrutare și menținere (capitolul 8.7).

10.3. Recomandări pentru agențiile județene pentru ocuparea forței de muncă (AJOFM)

- O campanie de informare directă și activă, cu materiale simple și prietenoase ca formă, privind marca socială de inserție și subvenția introdusă prin OUG nr. 11/2026, adresată tuturor întreprinderilor sociale atestate din propriul județ. AJOFM-urile dețin deja datele de contact ale tuturor întreprinderilor înregistrate în RUEIS și pot transmite direct această informație, fără a fi nevoie de intermediari — o soluție cu cost minim pentru un decalaj de informare semnificativ: 74% dintre antreprenorii sprijiniți prin Think Social! nu cunoșteau această subvenție, dar 74% dintre ei devin receptivi la ideea mărcii sociale odată informați despre beneficiul financiar asociat (capitolul 8.4).
- Colaborarea cu beneficiarii de proiecte care au ca obiectiv înființarea de întreprinderi sociale (identificabili, la nivel național, prin datele centralizate de MIPE — recomandarea din secțiunea 10.2) ca și canal suplimentar de diseminare a informațiilor despre măsurile de sprijin disponibile. Antreprenorii sociali au deja exercițiul comunicării cu experții acestor beneficiari de proiecte, din perioada de implementare a planurilor de afaceri, iar această relație de încredere deja construită poate fi folosită pentru a transmite eficient informații despre noi facilități, fără a mai fi nevoie de un canal de comunicare nou.
- Simplificarea procedurii de acordare a subvențiilor pentru angajarea persoanelor din grupuri vulnerabile, în special pentru categoriile de vârstă peste 45 de ani — o dificultate menționată explicit de antreprenori în răspunsurile deschise ale chestionarului (capitolul 8.10).
- Introducerea unor programe subvenționate de calificare profesională specifice pentru angajații din grupuri vulnerabile încadrați în întreprinderi sociale — nu doar stimulente financiare acordate angajatorului, ci sprijin logistic direct pentru formarea acestor angajați.

10.4. Recomandări pentru CNIPMMR (IMM România), beneficiar de proiect

- În limitele permise de ghidul fiecărui apel de proiecte, acordarea de punctaj suplimentar, în viitoarele concursuri de planuri de afaceri, sectoarelor de activitate pe care CNIPMMR le identifică drept prioritare — pe baza propriilor studii și analize, a evaluărilor de impact realizate în cadrul unor proiecte precum acesta și a intereselor exprimate de organizațiile patronale membre. Analiza din capitolul 4.8 arată, de exemplu, o suprareprezentare a economiei sociale în sectorul HoReCa (cel mai slab plătit sector din economia regională) și o sub-reprezentare în sănătate, educație și servicii profesionale — un posibil criteriu obiectiv pentru o astfel de direcționare.
- Diseminarea activă, către întreprinderile deja sprijinite prin proiect și către rețeaua mai largă a organizației, a informațiilor despre marca socială de inserție și despre subvenția introdusă prin OUG nr. 11/2026, valorificând relația de încredere deja construită cu cele 27 de întreprinderi pe durata implementării proiectului.

- Adoptarea, în cadrul propriilor proiecte viitoare, a unui mecanism diferențiat de plată — avans pentru achizițiile de echipamente, rambursare pentru serviciile achiziționate — acolo unde regulile de finanțare permit această flexibilitate, ca răspuns direct la dificultatea de flux de numerar semnalată de antreprenori.
- **Inițierea demersurilor pentru înființarea unei organizații patronale dedicate întreprinzătorilor sociali, sub egida sau cu sprijinul CNIPMMR (IMM România), după o etapă prealabilă de explicare a beneficiilor specifice firmelor vizate. Un patronat dedicat ar putea aduce beneficii concrete pentru membrii săi:**

  — o voce colectivă și unitară pentru promovarea intereselor întreprinderilor sociale în dialogul social și în relația cu autoritățile (Ministerul Muncii, ANOFM, autorități locale), inclusiv pentru susținerea propunerilor din acest capitol;

  — un cadru instituțional pentru schimbul de bune practici între cele 27 de întreprinderi deja sprijinite și viitoarele întreprinderi sociale finanțate prin proiecte similare;

  — un canal facilitat de acces la informații despre finanțări, măsuri de sprijin și modificări legislative relevante (precum OUG nr. 11/2026), complementar informării prin AJOFM;

  — consolidarea unei identități distincte a sectorului economiei sociale în raport cu IMM-urile clasice, utilă atât pentru recunoașterea publică a acestui model antreprenorial, cât și pentru negocierea unor facilități fiscale sau administrative adaptate specificului său.

Bibliografie

1. Legea nr. 219/2015 privind economia socială, cu modificările și completările ulterioare (Legea nr. 210/2016; Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 33/2022), formă consolidată. Disponibilă la: legislatie.just.ro/public/detaliidocument/170086.

2. Legea nr. 76/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă, cu modificările și completările ulterioare.

3. Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 11/2026 pentru modificarea și completarea Legii nr. 76/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă (publicată în Monitorul Oficial al României nr. 181 din 9 martie 2026).

4. Planul de Acțiune al UE pentru Economia Socială (Social Economy Action Plan — SEAP), Comisia Europeană (2021), 9 decembrie 2021.

5. Rezoluția Parlamentului European (2022) din 6 iulie 2022 referitoare la Planul de acțiune al UE pentru economia socială (2021/2179(INI)).

6. Rezoluția din 18 aprilie 2023 a Adunării Generale a Organizației Națiunilor Unite (2023) privind rolul economiei sociale și solidare în atingerea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă.

7. Recomandarea Consiliul Uniunii Europene (2023), din 27 noiembrie 2023 privind dezvoltarea condițiilor-cadru pentru economia socială. Disponibilă la: eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=OJ:C_202301344.

8. Iftimoaei, C. (coord.), Gabor, V.-R., Achiței, A., Iftimoaei, M., Merfea, B. (2025). Barometrul Economiei Sociale din România — ediția 2025. Proiectul „SEEDing – Social Enterprising", finanțat de Romanian-American Foundation, coordonat de Asociația de Finanțare Socială (SFA), în parteneriat cu ADV România Group, Rețeaua Română a Economiei Sociale (RISE) și AFIN IFN. Disponibil la: alaturidevoi.ro/barometrul-economiei-sociale-in-romania/.

9. Câmpeanu, M. (2023). *Economia socială — vector al dezvoltării regiunilor Nord-Est și Sud-Est*. București, iulie 2023. Studiu realizat în cadrul proiectului „Social Entrepreneurs Network", implementat de Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii din România (CNIPMMR) în perioada noiembrie 2019 – ianuarie 2023, finanțat prin Programul Operațional Capital Uman (POCU) 2014-2020, axa prioritară de investiții 9.v, obiectivul specific 4.16.

10. Gramaticu, M., Văcaru, C., Epure, M. (analiști de date); Tapai, A. (coordonator de proiect) (2023). Barometrul Antreprenoriatului Social în Regiunile de Dezvoltare Sud-Vest, Sud-Est, Sud-Muntenia. Raport realizat în cadrul proiectului „Social Economy Entrepreneurship Development" (SEED), contract POCU/449/4/16/128496, Asociația „Centrul de Consultanță și Management al Proiectelor" EUROPROJECT, cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020.

11. Institutul Național de Statistică — baza de date TEMPO Online.