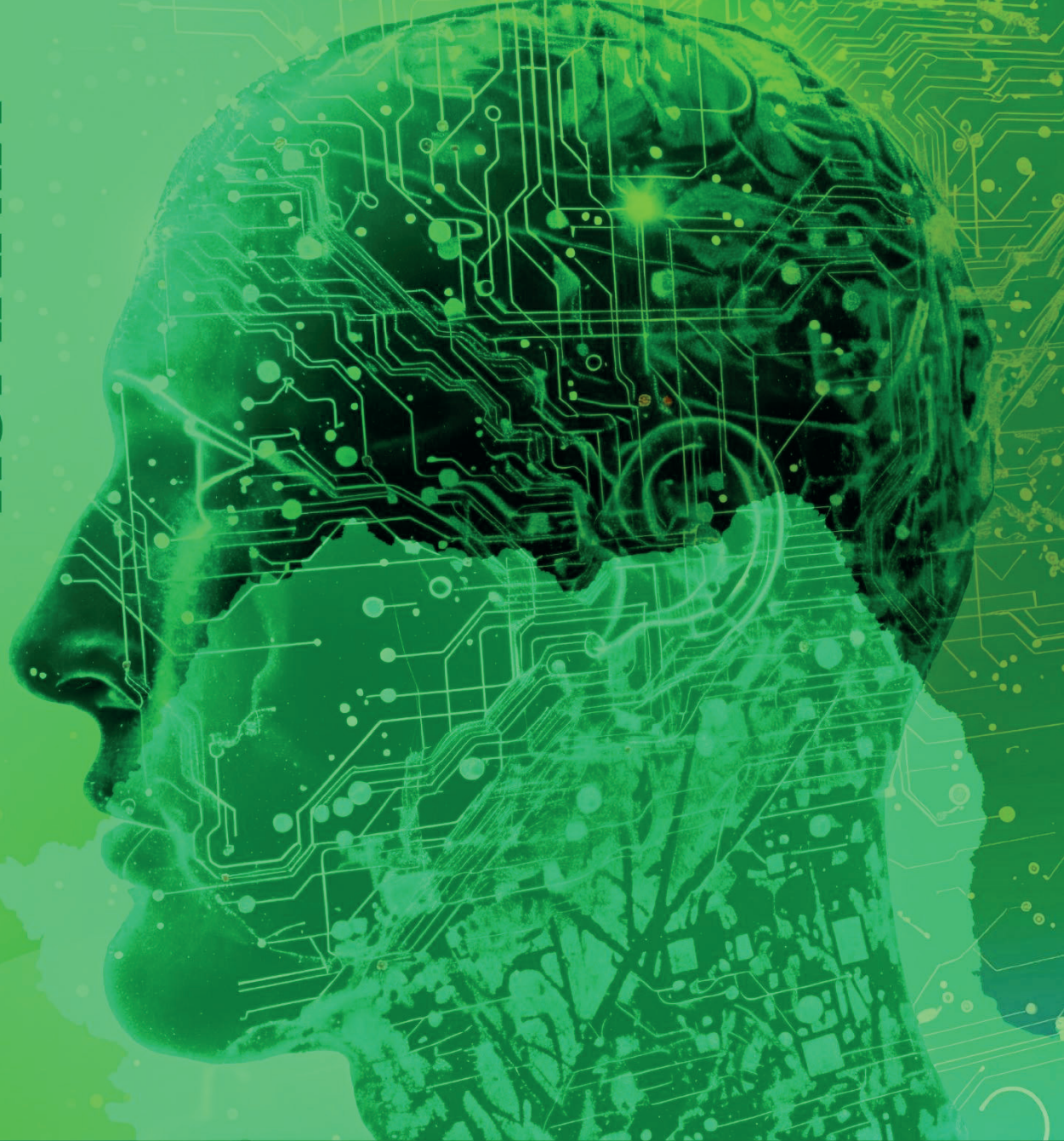


ANTREPRENORIAL ROMÂNIA



Raport de țară 2024/2025 privind

Antreprenoriatul din România

SZABÓ Tünde Petra

DÉZSI-BENYOVSZKI Annamária

BENEDEK Botond

GYÖRFY Lehel-Zoltán



Global
Entrepreneurship
Monitor



Traducere și editare în română
Cămin - Sibiu - 2024-2025 din 1001

UBBFSEGA FSEGA
Cămin

Raport de țară 2024/2025 privind antreprenoriatul din România

Autori:

SZABÓ Tünde Petra

DÉZSI-BENYOVSZKI Annamária

BENEDEK Botond

GYÖRFY Lehel-Zoltán

Online: <https://econ.ubbcluj.ro/antreprenoriat/?url=?section=news>

Design: GUȚĂ Mihai

ISBN 978-630-95354-1-2

Cuprins

Romania's Entrepreneurship Paradox: Potential in an Age of Digital Transformation	viii
Paradoxul antreprenoriatului românesc: potențial într-o eră a transformării digitale	ix
Sinteza raportului.....	x
Contextul economic și social al României.....	1
1.1 Evoluții macroeconomice recente.....	2
1.2 Piața muncii și dezechilibre regionale	4
1.3 Dinamica mediului de afaceri	7
1.4 Concluzii: implicații asupra activității antreprenoriale.....	7
Monitorizarea antreprenoriatului: cadrul metodologic GEM.....	9
1.5 Antreprenoriatul și rolul său în dezvoltarea economică	9
1.6 Proiectul Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	9
1.7 Metodologia de colectare a datelor în proiectul GEM	10
1.8 Țările participante la cercetarea GEM în anul 2024	12
Activitatea antreprenorială în România.....	14
1.9 Evoluția indicatorilor GEM în perioada 2021–2024	15
1.10 Poziționarea României în Europa: indicatori antreprenoriali-cheie.....	16
1.11 Concluzii: poziționare și tendințe principale	19
Atitudini și percepții antreprenoriale	20
1.12 Evoluția atitudinilor și percepțiilor antreprenoriale 2021–2024.....	20
1.13 Diferențe de gen și vârstă.....	24
Inițiere și întrerupere: motivații și cauze	26
1.14 Motivele inițierii unei afaceri: oportunitate versus necesitate	26
1.15 Motivele întreruperii sau închiderii afacerilor	27
Profilul antreprenorului din România	29
Sustenabilitate și responsabilitate socială	32
1.16 Integrarea sustenabilității în antreprenoriatul în stadiu incipient	32
1.17 Practici de sustenabilitate în firmele consacrate	33
1.18 Concluzii: de la intenții la implementare	35
Caracteristicile întreprinderilor din România	37
1.19 Structura sectorială a activității antreprenoriale	37
1.20 Așteptări privind crearea de locuri de muncă și creșterea afacerilor	38
1.21 Inovare și intensitate tehnologică	39
1.22 Concluzii: potențial de dezvoltare și competitivitate	40
Digitalizare și inteligență artificială în antreprenoriat	42
1.23 Nivelul de utilizare a instrumentelor digitale	42

1.24 Importanța strategică a inteligenței artificiale.....	45
1.25 Concluzii: maturitatea digitală a antreprenoriatului românesc	49
Ecosistemul antreprenorial din România.....	51
1.26 Poziționarea României în Europa: condiții-cadru și indicele NECI	51
1.27 Evaluarea condițiilor antreprenoriale (NES).....	52
1.28 Dimensiuni tematice: sustenabilitate, antreprenoriat feminin și inteligența artificială	54
1.28.1 Percepția experților privind sustenabilitatea	54
1.28.2 Antreprenoriatul feminin.....	55
1.28.3 Inteligența artificială	55
1.29 Concluzii: stabilitate instituțională și perspective de convergență.....	56
Referințe bibliografice	58
Anexe 59	
Anexa 1: Concepte și indicatori GEM (Global Entrepreneurship Monitor).....	59
Anexa 2: Evoluția indicatorilor GEM	62

Lista tabelelor

Tabelul 1.	Țările participante la GEM în 2024, clasificate după PIB pe cap de locuitor (PPP).....	12
Tabelul 2.	Ratele activității antreprenoriale în România (% din populația adultă), 2021–2024	15
Tabelul 3.	Evoluția atitudinilor și percepțiilor privind antreprenoriatul în România (% din populația adultă), 2021–2024.....	21
Tabelul 4.	Atitudinile și percepțiile privind antreprenoriatul în România, în funcție de gen (% din populația adultă), 2024.....	24
Tabelul 5.	Atitudinile și percepțiile individuale privind antreprenoriatul în România, în funcție de grupe de vârstă (% din populația adultă), 2024	25
Tabelul 6.	Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor în stadiu incipient (% dintre antreprenorii în stadiu incipient), 2021–2024.....	32
Tabelul 7.	Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor consacrați (% dintre proprietarii-manageri ai firmelor consacrate), 2021–2024	33
Tabelul 8.	Impactul antreprenorial al firmelor din România, 2024.....	38
Tabelul 9.	Importanța anticipată a inteligenței artificiale pentru modelul de afaceri și strategia antreprenorială în următorii trei ani, 2024	47
Tabelul 10.	Percepția impacturilor potențiale ale introducerii inteligenței artificiale în afaceri în rândul antreprenorilor în stadiu incipient (%), România 2024.....	47
Tabelul 11.	Percepția impacturilor potențiale ale introducerii inteligenței artificiale în afaceri în rândul antreprenorilor consacrați (%), România 2024	48
Tabelul 12.	Compararea percepțiilor privind prioritățile firmelor noi și în creștere: România, media Europei și media GEM, 2024.....	54
Tabelul 13.	Compararea percepțiilor privind antreprenoriatul feminin: România, media Europei și media GEM, 2024	55
Tabelul 14.	Compararea percepțiilor privind utilizarea inteligenței artificiale în antreprenoriat: România, media Europei și media GEM, 2024	56

Lista figurilor

Figura 1.	Evoluția ratei de creștere a PIB-ului real și a ratei inflației în România, 2014–2024	2
Figura 2.	Evoluția ratei șomajului în România, 2014–2024	4
Figura 3.	Evoluția salariului mediu net lunar în România, 2014–2024.....	5
Figura 4.	Scăderea ponderii populației aflate în risc de sărăcie pe regiuni de dezvoltare, 2024 (%)	6
Figura 5.	Procesul antreprenorial și indicatorii GEM.....	10
Figura 6.	Cadrul conceptual GEM	11
Figura 7.	Evoluția principalilor indicatori ai antreprenoriatului în România, Europa și țările participante GEM, 2021–2024.....	14
Figura 8.	Rata activității antreprenoriale potențiale în țările europene participante la GEM, 2024	16
Figura 9.	Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient în țările europene participante la GEM, 2024	17
Figura 10.	Rata proprietar-managerilor de firme consacrate în țările europene participante la GEM, 2024	18
Figura 11.	Rata totală a activității antreprenoriale în țările europene participante la GEM, 2024..	18
Figura 12.	Evoluția atitudinilor și percepțiilor antreprenoriale din România, Europa și țările participante GEM (% din populația adultă), 2021–2024	20
Figura 13.	Oportunitățile de afaceri percepute pentru următoarele șase luni în țările europene incluse în GEM, 2024	22
Figura 14.	Percepția asupra competențelor antreprenoriale în țările europene participante la GEM, 2024	23
Figura 15.	Teama de eșec ca obstacol în inițierea unei afaceri în țările europene participante la GEM, 2024	23
Figura 16.	Motivațiile pentru începerea unei afaceri în România, 2024	27
Figura 17.	Motivele pentru care antreprenorii în stadiu incipient din România au ales să închidă afacerea, 2024	27
Figura 18.	Procentul persoanelor care au închis o afacere în ultimele 12 luni și intenționează să inițieze una nouă în următorii trei ani, comparativ cu cei care nu au închis nicio afacere, dar intenționează să lanseze una (populația adultă 18–64 ani), 2024.....	28
Figura 19.	Distribuția antreprenorilor din România pe grupe de vârstă, 2024	29
Figura 20.	Distribuția antreprenorilor din România pe gen (%), 2024	30
Figura 21.	Distribuția antreprenorilor din România în funcție de nivelul de educație, 2024.....	30
Figura 22.	Distribuția antreprenorilor din România în funcție de venitul gospodăriei (%), 2024	31
Figura 23.	Distribuția întreprinderilor din România pe sectoare de activitate (%), 2024	37
Figura 24.	Distribuția antreprenorilor în stadiu incipient (TEA) și a antreprenorilor consacrați (EBO) din România în funcție de nivelul tehnologic utilizat, 2024	39

Figura 25.	Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de noutatea produselor sau serviciilor oferite, 2024.....	40
Figura 26.	Importanța percepută a instrumentelor digitale în rândul antreprenorilor în stadiu incipient, România, 2024	42
Figura 27.	Procentul antreprenorilor în stadiu incipient care se așteaptă să utilizeze mai multe tehnologii digitale pentru a-și vinde produsele sau serviciile în următoarele șase luni (%)	44
Figura 28.	Importanța percepută a instrumentelor digitale în rândul antreprenorilor consacrați, România, 2024	44
Figura 29.	Procentul antreprenorilor consacrați care se așteaptă să utilizeze mai multe tehnologii digitale pentru a-și vinde produsele sau serviciile în următoarele șase luni (%).....	45
Figura 30.	Procentul antreprenorilor în stadiu incipient care consideră că inteligența artificială este foarte importantă (%), 2024	45
Figura 31.	Procentul antreprenorilor consacrați care consideră că inteligența artificială este foarte importantă (%), 2024.....	46
Figura 32.	Indicele național al mediului antreprenorial (NECI) în Europa, 2024	51
Figura 33.	Condiții-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului, 2024 – România, media Europei și media GEM	52

Romania's Entrepreneurship Paradox: Potential in an Age of Digital Transformation

Răzvan V. Mustață

Dean, UBB FSEGA

At a time when economies are simultaneously facing structural pressures, accelerating digital transformation and profound changes in labour markets, entrepreneurship is increasingly recognized as a strategic pillar of economic development. For Romania, grounding public policy in robust empirical analysis is not merely desirable, but essential for enhancing competitiveness and narrowing the gap with more advanced European economies.

The *GEM Romania 2024/2025 Country Report*, produced within the framework of the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) project, provides precisely such an analytical foundation. Built on the Global Entrepreneurship Monitor methodology, which is globally comparable and consistently applied across more than 50 economies, the report integrates the perspectives of the adult population with the evaluations of national experts. This dual approach provides a robust analytical framework, relevant both for academic research and for economic policymaking.

The findings also highlight the presence of a persistent structural constraint. Romanian entrepreneurship remains marked by imbalances that limit its potential to generate meaningful economic transformation. At the same time, the level of entrepreneurial activity remains relatively low, and the dynamics of new entrepreneurial initiatives remain below the European average. Innovation levels also remain modest, and many businesses face persistent difficulties in scaling their operations and ensuring long-term sustainability. Taken together, these trends suggest that entrepreneurship in Romania continues to face difficulties in moving beyond a survival-oriented logic and in consolidating a more active role as a driver of productivity growth and the structural modernization of the economy.

At the same time, the report highlights an emerging strategic opportunity associated with the current wave of technological transformation. Digital transformation, and particularly the expanding role of artificial intelligence, has the potential to become an important driver of productivity growth and the modernization of business models. However, technology alone is not sufficient to generate these effects. The ability to harness this potential depends fundamentally on the presence of appropriate institutional frameworks, effective educational systems, and a workforce equipped with relevant skills.

The intersection of entrepreneurship, digitalization, and artificial intelligence will likely shape the competitive dynamics of economies in the coming years. For new and growing firms, the adoption of technology is no longer merely an option; it is increasingly becoming a necessary condition for competitiveness, productivity, and access to markets. In this context, the report examines not only the extent of digital technology adoption, but also the real barriers faced by entrepreneurs, including skills shortages, financial constraints, the availability of institutional support, and the preparedness of the workforce.

Data-driven analysis becomes indispensable. The involvement of UBB FSEGA as an academic partner of the Global GEM project reflects the conviction that rigorous research is essential both for the development of effective public policies and for strengthening the dialogue between universities, the business community, and policymakers.

Ultimately, the publication of the *GEM Romania 2024/2025 Country Report* provides decision-makers with a valuable framework for identifying key policy priorities, ranging from entrepreneurial education and the digitalization of SMEs to improving access to finance and developing the skills necessary for the integration of artificial intelligence. In a broader perspective, the objective of the annual report goes beyond understanding the realities of entrepreneurship in Romania and seeks to support the formulation of coherent economic policies oriented toward sustainable development and European convergence.

This text is published as an opinion in Ziarul Financiar (available here: zf.ro/opinii/).

Paradoxul antreprenoriatului românesc: potențial într-o eră a transformării digitale

Răzvan V. Mustață
Decan, UBB FSEGA

Într-o perioadă în care economiile se confruntă simultan cu presiuni structurale, cu o accelerare a transformării digitale și cu schimbări profunde ale pieței muncii, antreprenoriatul devine tot mai mult un pilon strategic al dezvoltării economice. Pentru România, fundamentarea politicilor publice pe analize empirice solide nu este doar dezirabilă, ci esențială pentru creșterea competitivității și pentru reducerea decalajelor față de economiile europene mai avansate.

Raportul de țară 2024/2025 privind antreprenoriatul din România, realizat în cadrul proiectului Global Entrepreneurship Monitor (GEM), oferă tocmai o astfel de bază analitică. Construit pe metodologia Global Entrepreneurship Monitor, comparabilă la nivel global și aplicată în mod consecvent în peste 50 de economii, raportul integrează perspectivele populației adulte cu evaluările experților naționali. Această abordare duală oferă un cadru analitic robust, relevant atât pentru cercetarea academică, cât și pentru elaborarea politicilor economice.

Rezultatele evidențiază, totodată, existența unei constrângeri structurale persistente. Antreprenoriatul românesc rămâne marcat de dezechilibre care restrâng potențialul său de a genera transformări economice semnificative. În același timp, nivelul activității antreprenoriale rămâne relativ redus, iar dinamica inițiativelor antreprenoriale noi se situează sub media europeană. Nivelul de inovare se menține relativ redus, iar multe afaceri întâmpină dificultăți persistente în procesul de creștere și consolidare a activității și în asigurarea sustenabilității pe termen lung. În ansamblu, aceste tendințe sugerează că antreprenoriatul din România se confruntă încă cu dificultăți în depășirea unei logici orientate spre supraviețuire și în consolidarea unui rol mai activ ca determinant al creșterii productivității și al modernizării structurale a economiei. În același timp, raportul evidențiază o oportunitate strategică majoră, asociată actualului val de transformări tehnologice. Transformarea digitală, și în special extinderea rolului inteligenței artificiale, are potențialul de a deveni un determinant esențial al creșterii productivității și al modernizării modelelor de afaceri. Totuși, tehnologia nu este suficientă în sine pentru a genera aceste efecte. Capacitatea de a valorifica acest potențial depinde în mod esențial de prezența unor cadre instituționale adecvate, a unor sisteme educaționale performante și a unei forțe de muncă cu competențe relevante.

Intersecția dintre antreprenoriat, digitalizare și inteligență artificială va defini, foarte probabil, dinamica competitivă a economiilor în perioada următoare. Pentru firmele noi și pentru cele aflate în creștere, adoptarea tehnologiilor nu mai reprezintă doar o opțiune. Devine tot mai mult o condiție esențială pentru competitivitate, productivitate și acces la piață. În acest context, raportul analizează nu doar nivelul de adopție al tehnologiilor digitale, ci și barierele reale cu care se confruntă antreprenorii, precum deficitul de competențe, constrângerile financiare, disponibilitatea sprijinului instituțional și nivelul de pregătire al resursei umane.

În acest context, analiza bazată pe date devine indispensabilă. Implicarea UBB FSEGA în calitate de partener academic al proiectului GEM Global reflectă convingerea că cercetarea riguroasă este esențială pentru elaborarea unor politici publice eficiente, cât și pentru consolidarea dialogului dintre universități, mediul de afaceri și factorii decizionali.

În cele din urmă, publicarea *Raportului de țară 2024/2025 privind antreprenoriatul din România* oferă decidenților un cadru valoros pentru identificarea principalelor priorități de intervenție, de la educația antreprenorială și digitalizarea IMM-urilor până la îmbunătățirea accesului la finanțare și dezvoltarea competențelor necesare integrării inteligenței artificiale. Într-o perspectivă mai largă, obiectivul raportului anual nu se limitează la înțelegerea realităților antreprenoriale din România, ci vizează și sprijinirea formulării unor politici economice coerente, orientate către dezvoltare sustenabilă și convergență europeană.

Acest text este publicat sub formă de opinie în Ziarul Financiar (disponibil aici: zf.ro/opinii/).

Sinteza raportului

Ratele activității antreprenoriale din România (% din populația adultă)

		2024/2025	2023/2024
	Antreprenori potențiali	8,08	8,95
	Antreprenori în stadiu incipient (TEA)	4,97	5,85
	Antreprenori consacrați (EBO)	4,21	5,09

Percepții privind antreprenoriatul din România

				
46,74% (45,54% în 2023/2024)	60,04% (55,67% în 2023/2024)	53,05% (52,62% în 2023/2024)	67,20% (58,97% în 2023/2024)	34,55% (35,97% în 2023/2024)
din populația adultă cunoaște pe cineva care a înființat o afacere în ultimii doi ani	din populația adultă consideră că există oportunități bune pentru lansarea unei afaceri în următoarele șase luni	din populația adultă consideră că dispune de cunoștințele și competențele necesare demarării unei afaceri	din populația adultă consideră că teama de eșec reprezintă o barieră în demararea unei afaceri	din populația adultă consideră că înființarea unei afaceri este ușoară

Motivele demarării afacerii

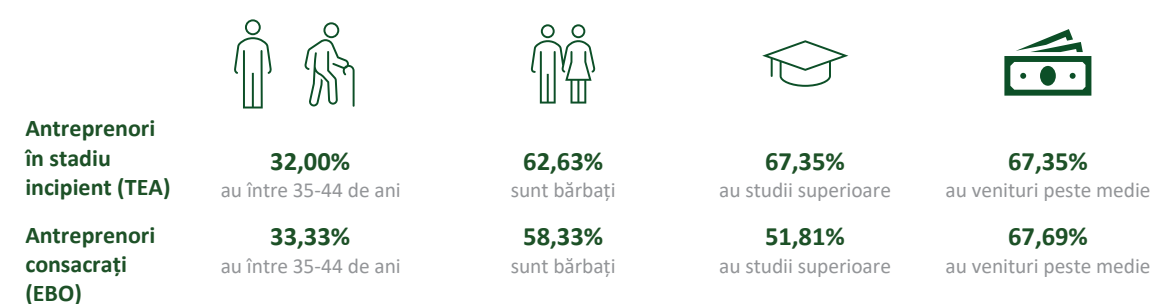
	Pentru a asigura mijloacele de trai, din cauza lipsei locurilor de muncă	TEA 84,20% (87,50% în 2023/2024)	EBO 93,31% (70,10% în 2023/2024)
	Pentru a acumula o avere considerabilă sau a obține un venit substanțial	TEA 55,00% (77,80% în 2023/2024)	EBO 53,43% (72,44% în 2023/2024)

Impactul tehnologiei și al digitalizării

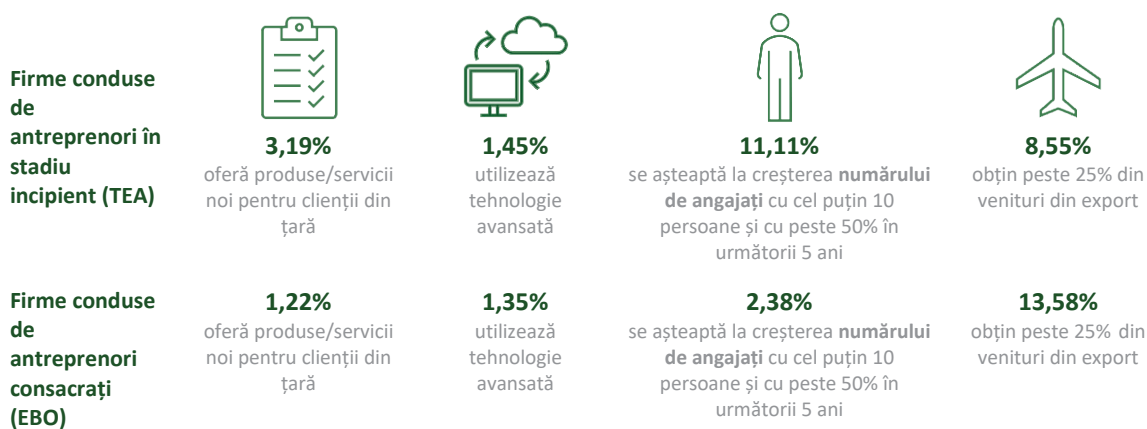
		TEA	EBO
	Orientare către instrumente digitale	44,40%	27,68%
	Importanța anticipată a inteligenței artificiale pentru modelul de afaceri și strategia antreprenorială în următorii trei ani	15,87%	11,20%

Atât firmele nou-înființate, cât și cele consacrate manifestă deschidere față de utilizarea instrumentelor digitale și recunosc potențialul inteligenței artificiale. Totuși, ponderea celor care anticipează o importanță strategică ridicată a IA în următorii trei ani rămâne redusă, ceea ce indică menținerea unui decalaj față de economiile europene avansate.

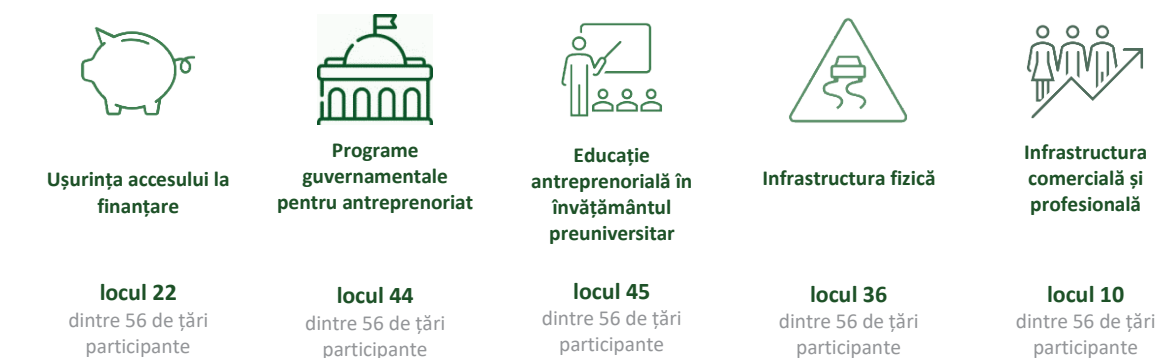
Profilul antreprenorilor din România



Caracteristicile firmelor



Opinia experților (NES)



Contextul economic și social al României

În 2024, economia României a înregistrat **evoluții mixte**, pe fondul **epuizării impulsului post-pandemic** și al **persistenței dezechilibrelor macroeconomice**. După o creștere economică robustă în 2022 (+4,0% PIB real) și o expansiune moderată în 2023 (+2,4%), ritmul de creștere s-a redus semnificativ în 2024, când estimările indică **o majorare de aproximativ 0,9% a PIB-ului real**. Această încetinire a reflectat, în principal, **diminuarea cererii interne**, principalul motor al creșterii economice în România, pe fondul **inflației încă ridicate**, al **costurilor de finanțare majorate** și al **deteriorării încrederii consumatorilor**.

Contextul extern a amplificat presiunile negative. **Încetinirea economiilor din Uniunea Europeană**, principala piață de export a României, precum și **incertitudinile geopolitice prelungite** generate de războiul dintre Rusia și Ucraina au afectat perspectivele exporturilor și au contribuit la apropierea economiei de o **stagnare** spre finalul anului. În paralel, climatul investițional s-a deteriorat, pe fondul **creșterii costului capitalului**, al **volatilității mediului internațional** și al **incertitudinilor interne** asociate ciclului electoral din 2024. În aceste condiții, mai multe proiecte investiționale au fost amânate sau redimensionate, atât în sectorul privat, cât și în cel public.

După vârful inflației din 2022 (13,8%, cel mai ridicat nivel din ultimele două decenii), anul 2024 a confirmat un proces **dezinflaționist pronunțat**. Rata anuală a inflației a coborât la 5,8% în decembrie 2024, cu 3,9 puncte procentuale sub nivelul din perioada similară a anului precedent (BNR, 2023; BNR, 2024). Totuși, inflația a rămas peste ținta de 2,5% stabilită de Banca Națională a României (BNR) și peste media Uniunii Europene, semnalând presiuni structurale persistente. Politica monetară restrictivă a BNR, reflectată în menținerea unei **rate ridicate a dobânzii de politică monetară** până spre sfârșitul anului, a contribuit la temperarea inflației, însă cu efecte

de frânare a **activității economice** și asupra **costurilor de finanțare pentru firme și gospodării**. În același timp, **cursul de schimb al leului a rămas relativ stabil**, banca centrală gestionând prudent lichiditatea din sistemul financiar pentru a limita episoadele de volatilitate valutară.

Piața muncii a rămas tensionată în 2024, **rata șomajului** menținându-se în jurul nivelului de **5,6%**. Cererea de forță de muncă a rămas ridicată în mai multe sectoare, susținută atât de **creșterile salariale**, cât și de **deficitul de personal calificat**. Totuși, persistă **dezechilibre structurale și regionale**: regiunile mai dezvoltate (de exemplu, București-Ilfov și Nord-Vest, în special Cluj) se apropie de o ocupare aproape deplină și atrag investiții, în timp ce zonele mai puțin dezvoltate (Nord-Est, Sud-Vest Oltenia etc.) înregistrează rate mai ridicate ale șomajului și niveluri îngrijorătoare ale sărăciei. Veniturile populației au crescut semnificativ în termeni nominali: **salariul mediu net lunar** la nivel național a ajuns în 2024 la aproximativ **5 196 lei** (în jur de 1 050 euro), ceea ce reprezintă o majorare de **peste 17% față de anul anterior**.

Pe plan fiscal, dezechilibrele macroeconomice s-au accentuat în 2024. Politica bugetară a rămas expansionistă, iar **deficitul bugetar** a depășit pragul de 8% din PIB, situându-se printre cele mai ridicate niveluri înregistrate din afara unei perioade de criză. Cheltuielile publice ridicate (inclusiv măsuri de sprijin anti-inflație și majorări salariale în sectorul public), coroborate cu încetinirea activității economice, au contribuit la deteriorarea echilibrului bugetar, iar finanțarea s-a realizat în principal prin creșterea îndatorării. Ca urmare, **datoria publică** a ajuns la aproximativ **55% din PIB** la finalul anului 2024.

Pe plan extern s-a conturat, de asemenea, o dinamică nefavorabilă. Contul curent al balanței de plăți și-a reluat tendința de adâncire: după o ajustare modestă în 2023 (deficit de circa 7,2% din PIB, față de 9,2% în 2022), **deficitul de cont curent a depășit pragul de 8% din PIB în 2024**,

indicând vulnerabilități persistente în ceea ce privește echilibrul extern.

Climatul de afaceri și investițional a resimțit acest context macroeconomic dificil. Investițiile publice au valorificat doar parțial fondurile europene (Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR) și fondurile de coeziune), iar absorbția a fost afectată de instabilitatea politică, de dificultăți procedurale și de capacitatea administrativă limitată. Investițiile private au fost descurajate de creșterea costurilor de creditare, de incertitudinile economice și de schimbările frecvente ale cadrului fiscal, ceea ce a determinat numeroase companii să amâne sau să redimensioneze proiectele investiționale majore pe parcursul anului 2024.

În ansamblu, anul 2024 a fost marcat de o creștere economică aproape de stagnare, o inflație pe traiectorie descendentă, dar încă ridicată, o piață a muncii tensionată, deficite gemene ridicate și investiții sub așteptări. În continuare, raportul analizează evoluția principalilor indicatori macroeconomici din ultimul deceniu – produsul intern brut, inflația, piața muncii, dinamica veniturilor și indicatorii sociali – pentru a evidenția fundamentele

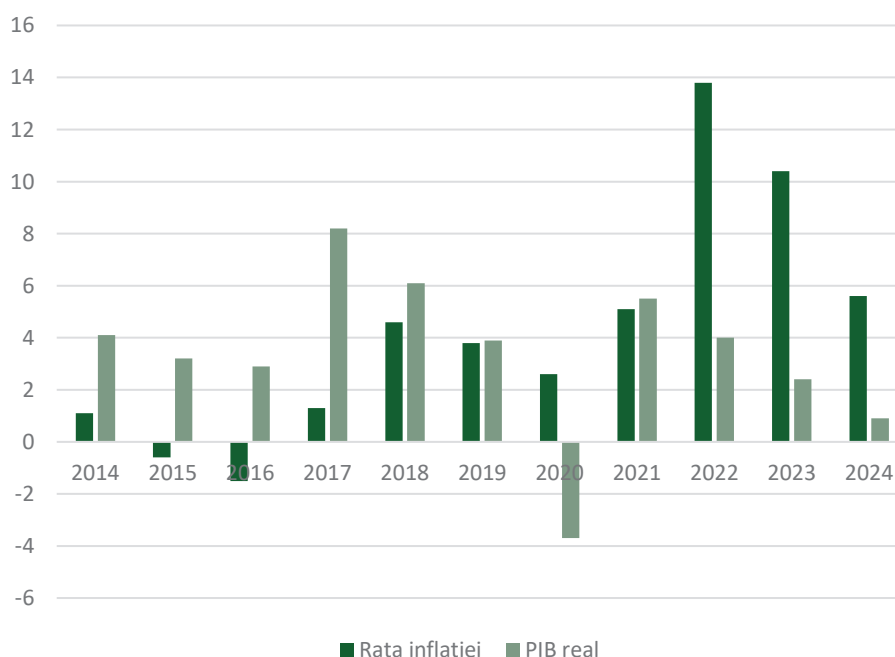
acestor tendințe și implicațiile lor asupra ecosistemului de afaceri.

1.1 Evoluții macroeconomice recente

După șocul sever generat de pandemia din 2020 (când PIB-ul real a scăzut cu $-3,7\%$), economia României a înregistrat o revenire robustă în 2021, cu o creștere de $5,5\%$, susținută de redresarea consumului și a investițiilor. În anii următori, ritmul de creștere s-a temperat vizibil (a se vedea Figura 1). În 2022, PIB-ul real a crescut cu $4,0\%$, iar în 2023 a încetinit la $2,4\%$, pe fondul încetinerii economice la nivelul Uniunii Europene și al inflației ridicate, care a afectat cererea internă.

Datele pentru 2024 indică o **creștere anuală de aproximativ $0,9\%$** , ceea ce sugerează o încetinire accentuată a activității economice și o dinamică apropiată de stagnare spre finalul anului. Principalul motor al creșterii a rămas **consumul intern**, însă **contribuția acestuia s-a diminuat treptat**, pe fondul scăderii puterii de cumpărare și al creșterii costurilor de finanțare.

Figura 1. Evoluția ratei de creștere a PIB-ului real și a ratei inflației în România, 2014–2024



Sursă: calcule proprii pe baza datelor INS și Eurostat

Din perspectiva formării PIB, **investițiile private** au încetinit, **exporturile nete** au avut o contribuție negativă (importurile crescând mai rapid decât exporturile), iar **producția industrială a stagnat**, reflectând o cerere externă mai scăzută.

Un factor definitoriu al mediului macroeconomic din ultimii ani a fost **accelerarea inflației**. După perioada 2010–2020, caracterizată de o **stabilitate relativă a prețurilor** (cu rate anuale ale inflației, în general, sub 5% și **episoade de deflație în 2015–2016**), România a intrat, începând cu 2021, într-o perioadă de **șoc inflaționist**. Rata anuală a inflației a crescut de la **5,1% în 2021 la 13,8% în 2022**, cel mai ridicat nivel din ultimele două decenii, evoluție alimentată în principal de **scumpirea energiei și a materiilor prime**, pe fondul redeschiderii economiei globale post-pandemie și al izbucnirii conflictului din Ucraina. În **2023**, inflația s-a moderat parțial, coborând la **9,8%**, pe fondul **înăsprii politicii monetare** de către Banca Națională a României și al **relaxării treptate a blocajelor din lanțurile de aprovizionare**. În **2024**, **procesul dezinflaționist** s-a consolidat, iar rata medie anuală a inflației coborând la aproximativ **5,8%**. Totuși, nivelul rămâne superior țintei de politică monetară, sugerând **persistența unor presiuni inflaționiste de natură structurală**.

Pe parcursul acestei perioade, Banca Națională a României a urmărit menținerea **stabilității cursului de schimb**, reușind să mențină leul într-un interval relativ îngust de variație prin **gestionarea prudentă a lichidității** și utilizarea instrumentelor de politică monetară. **Costul creditului a rămas ridicat**: dobânzile interbancare de referință (ROBOR la 3 luni, peste 7% în 2022–2023) au determinat **majorarea poverii serviciului datoriei** și au început să **frâneze investițiile private și consumul finanțat prin credit**. Abia în **a doua jumătate a anului 2024** au devenit posibile **primele relaxări prudente ale ratei de politică monetară**, pe fondul atenuării presiunilor inflaționiste.

Politica fiscal-bugetară a rămas **pronunțat expansionistă**, autoritățile menținând un nivel ridicat de stimul chiar și în perioada de revenire post-criză. **Cheltuielile publice** au crescut,

inclusiv prin măsuri sociale destinate atenuării impactului inflației (de exemplu, **plafonarea prețurilor la energie** și acordarea de **vouchere pentru populația vulnerabilă**), menținând astfel **deficitul bugetar** la niveluri ridicate, de aproximativ **5–6% din PIB** în 2022 și 2023. Conform datelor Ministerului Finanțelor, execuția bugetară pe 2023 s-a încheiat cu un deficit de aproximativ **5,7% din PIB**, apropiat de nivelul consemnat în anul precedent. În **2024**, pe fondul **relaxării disciplinei fiscale** specifice unui an electoral, deficitul bugetar **s-a adâncit considerabil**, depășind pragul de **8% din PIB**. Acest derapaj, unul dintre cele mai ridicate deficite înregistrate în absența unei crize majore, reflectă atât **insuficiența veniturilor bugetare** în raport cu dinamica cheltuielilor, cât și **amânarea unor măsuri de ajustare fiscală** înainte de alegeri.

Finanțarea deficitului s-a realizat preponderent prin îndatorare, accelerând creșterea datoriei publice: **datoria guvernamentală** a urcat de la aproximativ **49% din PIB** la finele lui 2023 la circa **55% din PIB** la sfârșitul lui 2024. Deși acest nivel rămâne sub pragul de 60% din PIB impus de criteriile de la Maastricht, ritmul alert al acumulării datoriei amplifică presiunile asupra **sustenabilității finanțelor publice**, în lipsa unei **consolidări fiscale credibile**.

Dezechilibrele externe au rămas **pronunțate**. Deficitul de cont curent s-a redus la **aproximativ 8,2% din PIB** în 2023 (de la 9,2% în 2022), pe fondul temperării importurilor energetice și al exporturilor de servicii robuste. Totuși, în 2024, deficitul de cont curent a revenit pe o traiectorie ascendentă, depășind **8% din PIB**. Creșterea importurilor, alimentată de **cererea internă încă relativ ridicată**, coroborată cu **scăderea unor venituri din exporturi și servicii**, a accentuat deteriorarea balanței comerciale. Finanțarea unui deficit extern de asemenea magnitudine devine mai dificilă în condițiile **reducerii fluxurilor de capital investițional** către România, iar persistența **deficitelor gemene** – bugetar și de cont curent – reprezintă un **risc pentru stabilitatea macroeconomică**. Aceste dezechilibre au atras atenția instituțiilor europene, România fiind menținută sub monitorizare în cadrul **Procedurii de**

Dezechilibru Macroeconomic (MIP) la nivelul Uniunii Europene.

Per ansamblu, evoluțiile fiscale și externe din 2024 evidențiază **vulnerabilități sporite**, pe fondul contextului politic intern, care a întârziat adoptarea unor măsuri corective. **Consolidarea bugetară** și **reducerea deficitului extern** rămân obiective prioritare pentru perioada post-electorală.

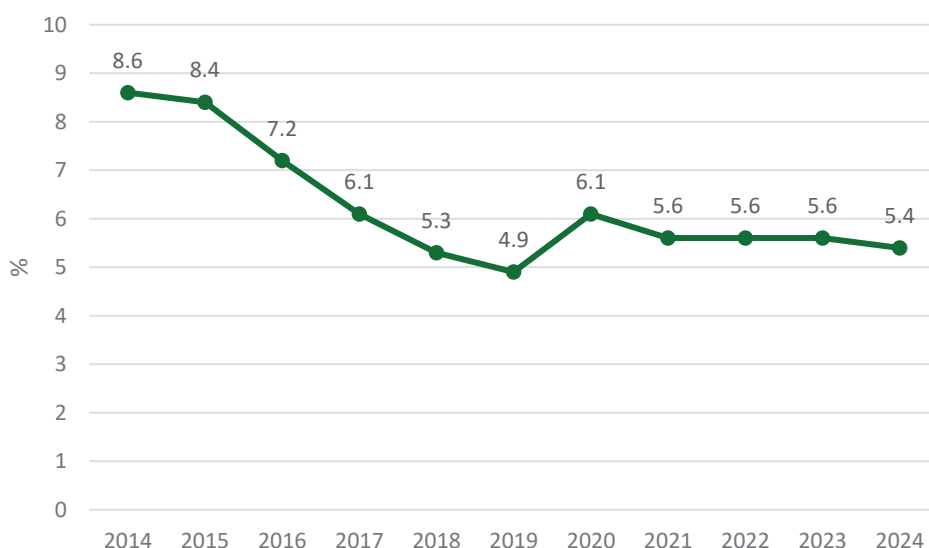
1.2 Piața muncii și dezechilibre regionale

În pofida încetinirii activității economice, piața muncii din România **s-a menținut relativ strânsă** și la un nivel ridicat al ocupării în 2024. Rata șomajului (în definiția BIM) s-a situat pe tot parcursul anului în intervalul 5–6% (a se vedea *Figura 2*), atingând aproximativ **5,6%, un nivel printre cele mai scăzute înregistrate în ultimii ani**. Acest nivel, inferior mediei Uniunii Europene, indică **o cerere robustă de forță de muncă**, dar reflectă totodată și reducerea bazei potențiale de lucrători, pe fondul **emigrației persistente**. Angajatorii din numeroase sectoare au raportat **dificultăți de recrutare**, în special pentru pozițiile care necesită competențe

tehnice sau calificări înalte. Deficitul structural de competențe a determinat multe companii să majoreze salariile pentru a atrage și a reține angajați, alimentând presiunile salariale pe termen scurt.

În spatele acestor indicatori favorabili se află însă **disparități regionale majore**. Regiunile mai dezvoltate, precum București-Ilfov și Nord-Vest (în special Cluj), beneficiază de investiții consistente, de un ecosistem antreprenorial activ și de o diversitate ridicată de oportunități de angajare, înregistrând **rate ale șomajului foarte scăzute**. În contrast, regiunile cu dezvoltare structurală redusă, precum Nord-Est (Moldova) și Sud-Vest Oltenia, înregistrează încă **rate ale șomajului semnificativ peste media națională**, însoțite de **sărăcie extinsă**, nivel educațional mai scăzut și **migrație intensă**. Acest contrast regional accentuează **provocările de coeziune economică și socială**, reflectând un model de dezvoltare neuniform care stimulează migrația internă către polii de creștere și exodul extern al forței de muncă. Persistența acestor decalaje reprezintă un obstacol major în consolidarea unui model sustenabil de dezvoltare economică și în formarea unei piețe a muncii funcționale la nivel național.

Figura 2. Evoluția ratei șomajului în România, 2014–2024



Sursă: calcule proprii pe baza datelor INS și Eurostat

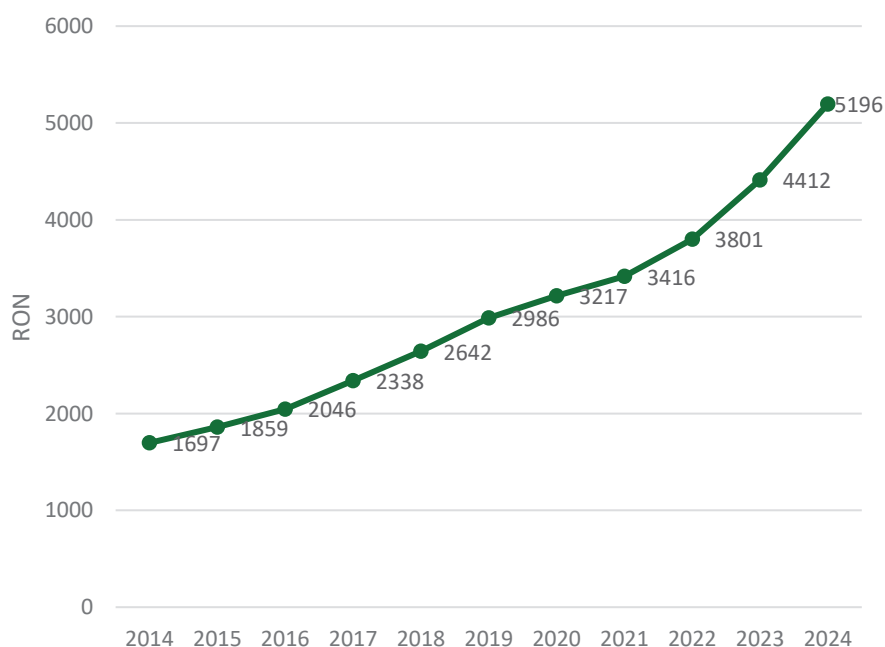
Din perspectiva veniturilor populației, anii recenți au adus **creșteri salariale semnificative**, impulsionate atât de presiunile inflaționiste, cât și de intensificarea competiției pentru forța de muncă. Salariul mediu net pe economie a ajuns în 2024 la circa **5 196 lei lunar** (circa 1 050 euro), în **creștere cu peste 17% față de 2023** (a se vedea *Figura 3*). Pe termen mai lung, câștigul salarial mediu **aproape s-a triplat** față de nivelul înregistrat în urmă cu un deceniu, evidențiind un proces continuu de **convergență salarială** față de media Uniunii Europene. Aceste evoluții au fost susținute atât de **majorările succesive ale salariului minim**, cât și de **deficitul de forță de muncă** în sectoare-cheie, care a determinat companiile să ofere remunerații mai competitive pentru a ocupa posturile vacante. Deși aceste ajustări salariale au sprijinit **puterea de cumpărare** și au susținut **consumul intern**, ele au exercitat presiuni suplimentare asupra **costurilor operaționale ale companiilor**, mai ales ale celor orientate către export, contribuind la **erodarea competitivității prețurilor**.

Totuși, creșterile salariale nu au fost suficiente pentru a reduce în mod semnificativ **inegalitățile**

sociale și regionale. Diferențele de dezvoltare economică dintre județe se reflectă direct în nivelul câștigurilor salariale: **Bucureștiul și județele mai bogate din vest** raportează salarii medii nete cu **50–70% mai mari** decât județele cele mai sărace ale țării. Acest decalaj indică o **distribuție inegală a beneficiilor creșterii economice** și o vulnerabilitate persistentă în regiunile rămase în urmă.

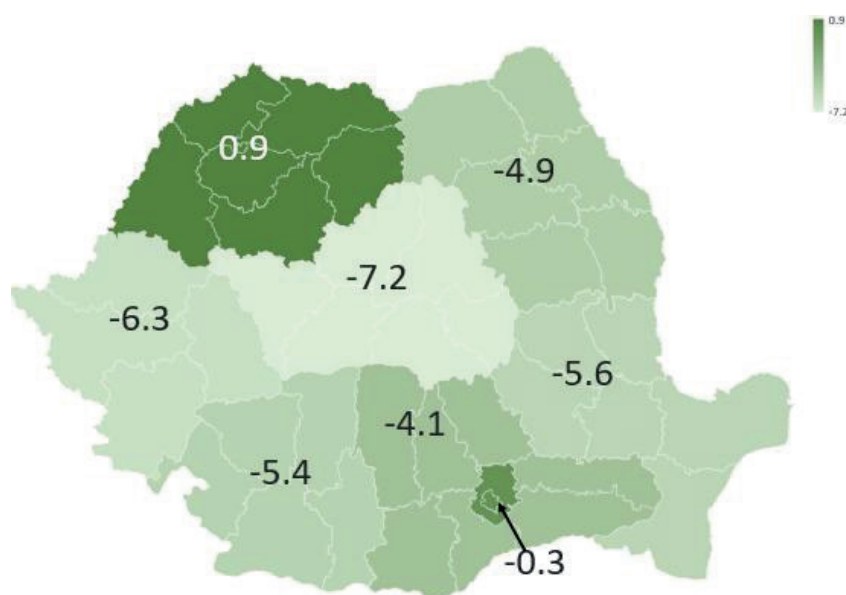
Consecințele acestor dezechilibre sunt vizibile în principalii indicatori sociali, în special în **rata sărăciei**. România rămâne unul dintre statele Uniunii Europene cu **cele mai ridicate rate ale sărăciei relative** și cu o **polarizare socială accentuată**. **Peste o treime din populație** este expusă **riscului de sărăcie** sau excluziune socială (indicatorul AROPE), semnalând faptul că beneficiile creșterii economice nu s-au reflectat uniform la nivelul tuturor categoriilor sociale. Cu toate acestea, datele pentru 2024 relevă o **îmbunătățire în majoritatea regiunilor**, după deteriorările înregistrate în timpul pandemiei.

Figura 3. Evoluția salariului mediu net lunar în România, 2014–2024



Sursă: calcule proprii pe baza datelor INS și Eurostat

Figura 4. Scăderea ponderii populației aflate în risc de sărăcie pe regiuni de dezvoltare, 2024 (%)



Sursă: calcule proprii pe baza datelor INS și Eurostat

Figura 4 prezintă scăderea ponderii populației aflate în risc de sărăcie în **7 din cele 8 regiuni de dezvoltare**, comparativ cu anul precedent. Cele mai notabile progrese s-au înregistrat în **regiunea Centru** (unde rata sărăciei a scăzut de la 31,9% în 2023 la 24,7% în 2024) și în **regiunea Vest** (unde indicatorul a coborât de la 27,6% la 21,3%). Ambele regiuni au consemnat **reduceri de peste 6 puncte procentuale**. De asemenea, regiunile cu vulnerabilitate socială tradițional ridicată – **Sud-Est, Sud-Vest Oltenia și Nord-Est** – au înregistrat scăderi de circa **5 puncte procentuale**, deși nivelurile absolute rămân ridicate, în intervalul **34–39%** din populație. **Regiunea Sud-Muntenia** a raportat, la rândul său, o reducere notabilă, de la 32,9% la **28,8%**. În **București-Ilfov**, cea mai prosperă regiune a țării, nivelul sărăciei a rămas foarte scăzut și aproape stabil (aproximativ **12,0%** în 2024, față de 12,3% în 2023).

Singura regiune în care s-a înregistrat o **creștere** a riscului de sărăcie în 2024 a fost **Nord-Vest** (de la 24,7% la 25,6%), sugerând că această zonă nu a beneficiat de același ritm de îmbunătățire ca restul țării. În ansamblu, **discrepanțele regionale rămân foarte accentuate** – de exemplu, regiunile cele mai sărace (Nord-Est, Sud-Vest) au încă **o incidență a sărăciei de**

aproape trei ori mai mare decât regiunea capitalei. Persistența acestor decalaje reflectă **vulnerabilități structurale profunde**: servicii publice insuficiente (educație, sănătate) în zonele defavorizate, infrastructură insuficient dezvoltată, oportunități economice limitate în mediul rural și o piață a muncii puternic segmentată. Toate acestea limitează **șansele unei creșteri economice incluzive** și afectează **coeziunea socială** la nivel național.

Politicile publice recente au vizat reducerea acestor inegalități, prin **orientarea investițiilor finanțate din fonduri europene** către zonele cu infrastructură deficitară (de exemplu, în Moldova) și prin **majorarea prestațiilor sociale pentru gospodăriile vulnerabile**. Cu toate acestea, **ritmul de reducere a sărăciei a rămas lent**, deoarece inflația ridicată a erodat veniturile reale ale persoanelor cu venituri mici, care alocă o pondere mai mare din bugetul gospodăriei pentru bunuri de strictă necesitate. Persistența unei **rate ridicate a sărăciei și a excluziunii sociale** evidențiază necesitatea **continuării reformelor structurale și a intensificării investițiilor în capitalul uman** (educație, sănătate, formare profesională). Numai în aceste condiții, creșterea economică viitoare poate deveni **sustenabilă și incluzivă**, cu

beneficii în toate regiunile țării și de toate categoriile sociale.

1.3 Dinamica mediului de afaceri

Evoluțiile investiționale din 2024 au fost **contrastante**. Investițiile publice au fost susținute parțial de finanțări europene (prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR) și prin fondurile structurale), însă **absorbția acestora a rămas sub potențial**, din cauza întârzierilor administrative și a **instabilității politicii interne**. În consecință, implementarea proiectelor majore de infrastructură (autostrăzi, căi ferate, energie) a **înregistrat un ritm inferior așteptărilor**, limitând contribuția sectorului public la creșterea economică.

În același timp, investițiile private interne, după revenirea post-pandemie din 2021–2022, au resimțit în 2024 presiunea costurilor ridicate de finanțare și a unui climat economic dominat de incertitudini. **Nivelul ridicat al dobânzilor și înăsprirea condițiilor de creditare** au determinat multe companii să amâne sau să **redimensioneze planurile de extindere**. În plus, majorarea costurilor cu materialele de construcții și utilitățile a redus **fezabilitatea economică** a unor proiecte de capital.

Cu toate acestea, au existat și sectoare reziliente. **Construcțiile** au rămas susținute de cererea relativ solidă de locuințe și de proiectele de infrastructură publică deja lansate, menținând un nivel ridicat al activității.

În contrast, fluxul investițiilor străine directe (ISD) a înregistrat o **scădere semnificativă**. După nivelul record din 2022 (peste 10 miliarde euro intrări nete), anul 2023 a marcat o corecție abruptă, volumul ISD reducându-se cu aproape o treime, până la **6,7 miliarde euro**. Tendința descendentă a continuat și în 2024, când intrările de capital străin s-au contractat cu aproximativ 17%, până la circa 5,6 miliarde euro, conform datelor preliminare ale BNR, situându-se la unul dintre cele mai reduse niveluri din ultimii ani. Diminuarea apetitului investitorilor străini reflectă atât **contextul financiar internațional** (creșterea aversiunii la risc și majorarea costului capitalului), cât și factori

interni, precum deficitele bugetare ridicate și dezechilibrele macroeconomice persistente, volatilitatea legislativă și incertitudinile politice dinaintea alegerilor, care au afectat încrederea investitorilor.

Nivelul redus al ISD este îngrijorător, având în vedere rolul acestora în finanțarea deficitului extern și în modernizarea tehnologică a economiei. În absența unui mediu de afaceri predictibil și a accelerării reformelor structurale, investițiile străine pot rămâne sub potențial, ceea ce poate frâna convergența economică a României către statele dezvoltate ale Uniunii Europene. Revigorarea fluxurilor investiționale presupune consolidarea cadrului fiscal, creșterea stabilității regulatorii și valorificarea oportunităților asociate tranziției verzi și digitale, astfel încât România să își poată consolida un model de creștere sustenabil și competitiv în anii următori.

1.4 Concluzii: implicații asupra activității antreprenoriale

Per ansamblu, **anul 2024 a marcat intrarea economiei României într-o fază de cvasi-stagnare**, pe fondul unor **presiuni macroeconomice persistente**. Creșterea PIB a încetinit la aproximativ **0,9%**, iar **inflația**, deși aflată pe o traiectorie descendentă, s-a menținut **peste nivelul țintă**, afectând puterea de cumpărare și dinamica cererii interne. **Piața muncii** a rămas tensionată, cu un nivel redus al șomajului, dar cu **dezechilibre structurale și regionale pronunțate**.

Pe plan fiscal și extern, România a înregistrat **deficite gemene** ridicate, reflectate în:

- **deficit bugetar** de peste **8% din PIB**;
- **deficit de cont curent** de peste **8% din PIB**;
- **creșterea datoriei publice**.

Aceste evoluții au amplificat vulnerabilitatea macroeconomică și au afectat încrederea investitorilor, într-un context electoral caracterizat de incertitudine.

Pentru restabilirea stabilității macroeconomice și relansarea creșterii, este necesară adoptarea unui set coerent de măsuri, axat pe:

- o **consolidare fiscală** credibilă;

- îmbunătățirea **climatului investițional** și a predictibilității cadrului regulator;
- accelerarea **absorbției fondurilor europene**;
- investiții în **infrastructură, capital uman** și în **tranziția verde și digitală**.

Totodată, politicile publice trebuie să vizeze **reducerea disparităților regionale și sociale**, astfel încât beneficiile creșterii economice să fie

distribuite mai echilibrat la nivelul întregii țări. Consolidarea coeziunii economice și sociale reprezintă nu doar un obiectiv social, ci și o condiție esențială pentru **creșterea sustenabilă și convergența reală** cu economiile dezvoltate ale Uniunii Europene.

Monitorizarea antreprenoriatului: cadrul metodologic GEM

1.5 Antreprenoriatul și rolul său în dezvoltarea economică

Antreprenoriatul reprezintă unul dintre principalii catalizatori ai dezvoltării economice, având un rol esențial în stimularea ocupării forței de muncă și în generarea unor dinamici economice sustenabile. Prin inițiative inovatoare, în special în domenii precum tehnologia, serviciile digitale, economia circulară și industriile creative, antreprenorii contribuie la **crearea de locuri de muncă**, la diversificarea structurii economice și la creșterea potențialului de dezvoltare. În același timp, activitățile antreprenoriale pot susține o **piață a muncii mai flexibilă și mai adaptabilă**, oferind oportunități profesionale variate și reducând presiunile asupra șomajului (Komninos et al., 2024). Prin capacitatea lor de a răspunde rapid la schimbările tehnologice și de piață, antreprenorii contribuie la consolidarea rezilienței economice în fața șocurilor externe.

La nivel macroeconomic, antreprenoriatul este considerat un **pilon fundamental al dezvoltării sustenabile**, datorită impactului asupra atragerii investițiilor, stimulării inovării și accelerării transferului de cunoștințe (Meyer și de Jongh, 2018). Literatura de specialitate evidențiază că antreprenoriatul nu se limitează la redistribuirea resurselor existente între actori economici, ci contribuie activ la **extinderea bazei economice**, optimizarea proceselor productive, creșterea competitivității și apariția de noi oportunități de angajare (Acs et al., 2017; Hamdan et al., 2022).

1.6 Proiectul Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

În anul **2024**, proiectul internațional de cercetare **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)** a aniversat peste **25 de ani de existență**, perioadă în care a devenit cea mai amplă și mai longevivă inițiativă de monitorizare a

antreprenoriatului la nivel mondial (GEM, 2024, p. 24). Lansat în 1999 ca parteneriat între **Babson College** (Statele Unite ale Americii) și **London Business School** (Marea Britanie), GEM are ca obiectiv principal furnizarea de date comparabile la nivel internațional privind nivelul și caracteristicile activității antreprenoriale, utilizând o metodologie unitară aplicată anual în economii de pe toate continentele (GEM, 2025, p. 12).

Proiectul funcționează ca un consorțiu global de echipe naționale și reunește în principal instituții academice și centre de cercetare de prestigiu. Specificul GEM constă în faptul că se bazează pe **date primare, colectate direct de la populația adultă și de la experți naționali**, și nu pe statistici administrative. Din această perspectivă, GEM se distinge prin faptul că surprinde sistematic atât comportamentele și intențiile antreprenoriale, cât și evaluările calitative privind mediul în care acestea se manifestă (GEM, 2025, p. 11–12, 20).

Elementul central al metodologiei îl reprezintă **sondajul populației adulte** (*Adult Population Survey*, APS), realizat anual pe eșantioane reprezentative de minimum 2 000 de persoane cu vârste între 18–64 de ani în fiecare economie participantă la GEM. APS furnizează informații detaliate privind intențiile de a iniția o afacere, stadiile activității antreprenoriale, percepțiile privind oportunitățile, teama de eșec, motivațiile și așteptările privind crearea de locuri de muncă. Complementar, **sondajul experților naționali** (*National Expert Survey*, NES) colectează opiniile specialiștilor cu privire la condițiile-cadru pentru antreprenoriat, precum politicile publice, accesul la finanțare, educația antreprenorială, infrastructura, cultura și normele sociale. Împreună, APS și NES oferă o imagine integrată asupra ecosistemului antreprenorial din fiecare țară (GEM, 2025, p. 11–12, 20).

În ciclul de cercetare **2024/2025**, **56 de economii** au participat la proiectul GEM, dintre care **51** au fost incluse în sondajul APS. Împreună, acestea

reprezintă aproximativ **63% din populația mondială** și circa **77–78% din PIB-ul global**, ceea ce conferă rezultatelor GEM o relevanță ridicată pentru analiza comparativă internațională (GEM, 2025, p. 12, 22). În acest sens, GEM sprijină atât diagnoza mediului antreprenorial, cât și monitorizarea impactului politicilor publice în timp.

Rezultatele GEM constituie o resursă de referință pentru **factorii de decizie, antreprenori și mediul academic**. Datele obținute oferă un fundament solid pentru elaborarea de politici publice orientate spre dezvoltarea unui ecosistem antreprenorial robust și incluziv, capabil să stimuleze inovația, să genereze locuri de muncă și să contribuie la creșterea economică sustenabilă (GEM, 2025, p. 24).

1.7 Metodologia de colectare a datelor în proiectul GEM

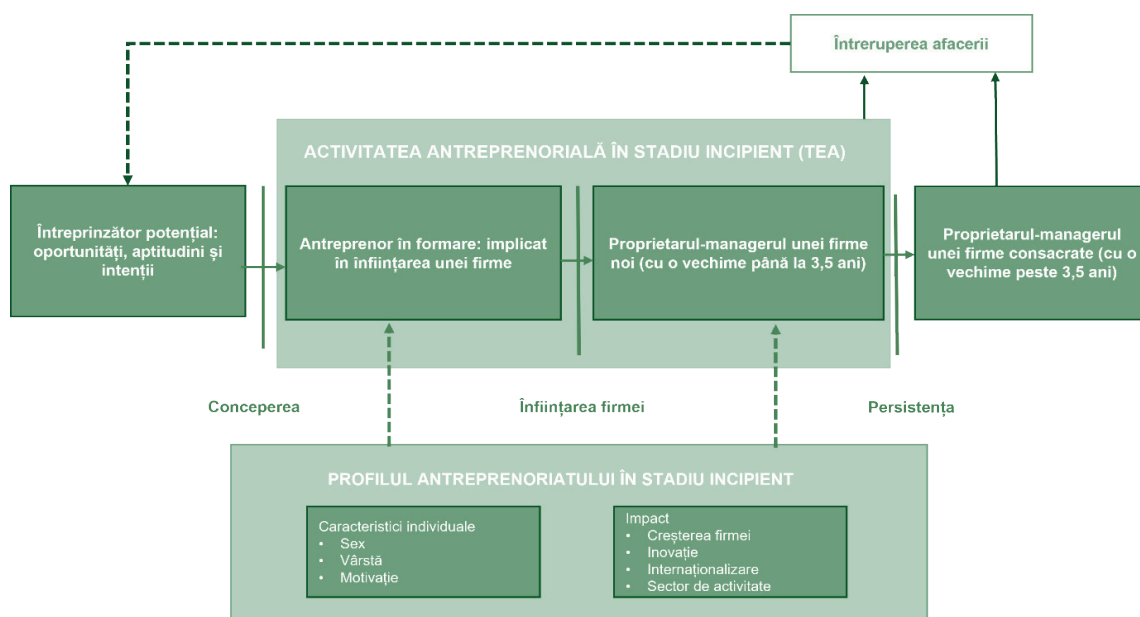
Pentru a asigura o analiză riguroasă și comparabilă la nivel internațional, proiectul Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se bazează pe **două instrumente principale de cercetare**, aplicate anual în economiile participante (GEM, 2025, p. 20):

- **Sondajul populației adulte** (*Adult Population Survey, APS*): chestionar standardizat aplicat unui eșantion aleatoriu, reprezentativ, de **minimum 2 000 de persoane cu vârste între 18 și 64 de ani** în fiecare economie participantă;
- **Sondajul experților naționali** (*National Expert Survey, NES*): chestionar adresat unui panel de **cel puțin 36 de experți** cu experiență relevantă în domenii, precum antreprenoriatul, politicile publice, finanțarea, educația și inovarea.

Sondajul populației adulte (APS) măsoară implicarea populației adulte în procesul antreprenorial și percepțiile față de antreprenariat. Pe lângă informațiile socio-demografice, chestionarul include întrebări privind:

- intenția de a iniția o afacere în următorii trei ani;
- percepția asupra oportunităților de afaceri și a propriilor competențe;
- teama de eșec și barierele percepute;
- stadiul concret al implicării într-o afacere (planificare, start-up, firmă nouă, firmă consolidată).

Figura 5. Procesul antreprenorial și indicatorii GEM



Sursă: GEM (2024), pg. 34

Pe baza răspunsurilor, GEM urmărește indivizii de-a lungul procesului antreprenorial și îi clasifică în mai multe categorii (GEM Luxembourg, 2024, p. 21–22; GEM Northern Ireland, 2024, p. 7):

- **Antreprenori în formare:** persoane implicate în înființarea unei afaceri **care nu au plătit** salarii sau alte remunerații **pentru o perioadă mai mare de 3 luni;**
- **Antreprenori noi:** proprietari-manageri ai unor afaceri care au plătit salarii sau alte remunerații pentru o perioadă de **3–42 de luni;**
- **Antreprenori consacrați:** proprietari-manageri ai unor firme care plătesc salarii **de peste 42 de luni.**

Indicatorul central utilizat de GEM este **rata activității antreprenoriale în stadiu incipient** (*Total Early-Stage Entrepreneurial Activity, TEA*), definită ca proporția adulților (18–64 de ani) care sunt fie antreprenori în formare, fie antreprenori noi. Astfel, TEA surprinde nivelul de dinamism antreprenorial dintr-o economie, fiind calculat în mod identic în toate țările participante (GEM UK, 2024, p. 61).

Pentru a identifica persoanele implicate efectiv în procesul de creare a unei afaceri, APS utilizează o întrebare filtru referitoare la alocarea de resurse (timp și bani). În cazul unui răspuns afirmativ, respondenții sunt intervievați

suplimentar cu privire la momentul inițierii plăților salariale, durata acestora și statutul curent al afacerii. Aceste informații permit delimitarea clară a stadiilor procesului antreprenorial și calcularea indicatorilor GEM, prezentați schematic în *Figura 5* (GEM, 2024, p. 34).

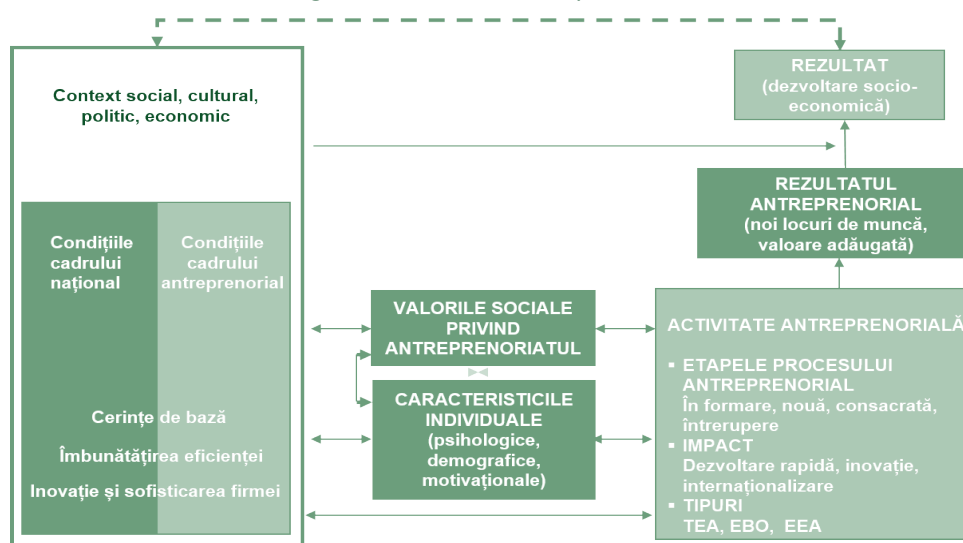
În fiecare economie, implementarea APS este realizată de echipa națională GEM, în cooperare cu echipa internațională, care coordonează **traducerea chestionarului, eșantionarea, ponderarea și verificarea calității datelor**, pentru a garanta comparabilitatea în timp și între țări.

Experții naționali evaluează fiecare dimensiune pe o scală standardizată, iar răspunsurile sunt agregate pentru construirea unor indicatori compoziți, utilizați ulterior la calcularea **Indicelui național al mediului antreprenorial** (*National Entrepreneurship Context Index, NECI*), care sintetizează calitatea mediului antreprenorial dintr-o economie.

Cadrul conceptual GEM, ilustrat în *Figura 6*, descrie relația bidirecțională dintre antreprenariat și mediul său:

- pe de o parte, **decizia de a porni o afacere** este influențată de resursele disponibile (financiare, umane, tehnologice), de politicile publice și de valorile sociale;

Figura 6. Cadrul conceptual GEM



Sursă: GEM (2024), pg. 32

- pe de altă parte, **rezultatele antreprenoriale** (locuri de muncă, inovare, valoare adăugată) modifică în timp acest mediu, contribuind la creșterea economică și schimbarea structurală (GEM, 2024, p. 32–34; GEM Luxembourg, 2024, p. 21–22).

În acest cadru, antreprenoriatul este tratat ca un **proces ciclic**, care evoluează de la intenție la consolidare sau ieșirea din afacere, iar metodologia GEM, bazată pe combinația dintre APS și NES, permite surprinderea atât a **comportamentelor individuale**, cât și a **condițiilor-cadru** care le pot stimula sau limita.

1.8 Țările participante la cercetarea GEM în anul 2024

În cadrul ciclului de cercetare GEM **2024/2025**, la sondajul populației adulte (APS) au **participat 51 de economii**, iar în **total 56 de echipe naționale** au fost implicate în proiect, inclusiv cele care au realizat doar sondajul experților naționali (NES). Printre acestea se numără și **Ucraina**, care, în pofida contextului geopolitic extrem de dificil, a reușit să colecteze date în condiții limitate. Din cauza dimensiunii reduse a eșantionului și a provocărilor legate de reprezentativitate, o parte dintre rezultatele pentru această țară sunt interpretate cu prudență în raportul global.

Tabelul 1. Țările participante la GEM în 2024, clasificate după PIB pe cap de locuitor (PPP)

Grupul A – venituri ridicate (> 50 000 USD)	Grupul B – venituri medii (25 001–50 000 USD)	Grupul C – venituri scăzute (≤ 25 000 USD)
Arabia Saudită	Argentina	Africa de Sud*
Austria	Belarus	Armenia
Bahrain*	Chile	Bosnia și Herțegovina
Canada	Costa Rica	Brazilia
Cipru	Croația	China
Elveția	Estonia	Ecuador
Emiratele Arabe Unite	Grecia	Egipt
Franța	Kazahstan	Guatemala
Germania	Letonia	India
Israel	Mexic	Indonezia*
Italia	Oman	Iordania
Japonia*	Polonia	Maroc
Lituania	Puerto Rico	Thailanda
Luxemburg	România	Ucraina
Norvegia	Serbia	
Qatar	Slovacia	
Regatul Unit	Ungaria	
Republica Coreea	Uruguay*	
Slovenia	Venezuela	
Spania		
Statele Unite ale Americii		
Suedia		
Taiwan		

Notă: * Țările marcate cu * (Bahrain, Japonia, Indonezia, Africa de Sud și Uruguay) au participat doar la sondajul experților naționali (NES), fără a realiza ancheta populației adulte (APS).

Sursă: GEM (2025), pg. 22.

Pentru a permite comparații relevante între economii, GEM clasifică țările participante în **trei grupe de venit**, pe baza produsului intern brut (PIB) pe cap de locuitor, exprimat în dolari internaționali (la paritatea puterii de cumpărare, PPP). Această metodologie, introdusă inițial în 2021 și actualizată pentru ciclul 2024, urmărește formarea unor grupuri relativ omogene din punctul de vedere al nivelului de dezvoltare (GEM, 2025, p. 21–22):

- **Grupul A – țări cu venituri ridicate:** PIB pe cap de locuitor peste 50 000 USD;
- **Grupul B – țări cu venituri medii:** PIB pe cap de locuitor între 25 001 și 50 000 USD;
- **Grupul C – țări cu venituri scăzute:** PIB pe cap de locuitor sub 25 000 USD.

Tabelul 1 prezintă lista completă a țărilor participante la GEM în 2024, repartizate în funcție de aceste categorii de venit.

Deși pragurile de venit utilizate sunt, într-o anumită măsură, arbitrare, această clasificare este utilă pentru a facilita analiza comparativă și formularea unor concluzii relevante. În ansamblu, cele **56 de economii** participante la cercetarea GEM 2024 reprezintă aproximativ **63% din populația mondială** și circa **78% din PIB-ul global**, ceea ce conferă rezultatelor GEM o acoperire extinsă la nivel internațional (GEM, 2025, p. 21).

Încadrarea **României** în **Grupul B** – economii cu venituri medii – facilitează realizarea unor comparații relevante ale performanței antreprenoriale, atât față de economiile cu un nivel superior de dezvoltare, cât și față de cele cu niveluri similare sau inferioare.

Activitatea antreprenorială în România

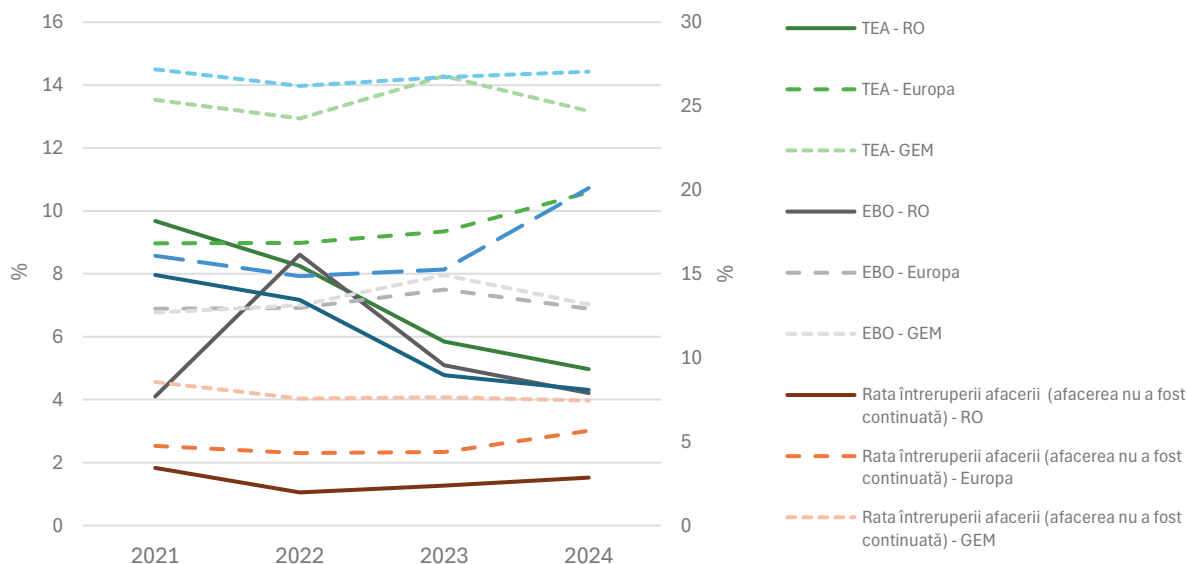
Activitatea antreprenorială din România a înregistrat un **trend descendent în perioada 2021–2024**, iar în **2024** valorile se situează **sub media europeană** și semnificativ **sub media economiilor participante la GEM**. *Figura 7* prezintă evoluția principalilor indicatori pentru România, în comparație cu Europa și media GEM, evidențiind că declinul este vizibil în special la nivelul TEA (*Total Early-Stage Entrepreneurial Activity*). Dacă în 2021 România se afla la valori relativ apropiate de media europeană, în 2024 la **unul dintre cele mai scăzute niveluri** din regiune.

În ceea ce privește **intențiile antreprenoriale**, România înregistrează **o evoluție fluctuantă**, însă se menține pe întreg intervalul analizat sub media europeană și la o distanță semnificativă

față de media GEM. Această evoluție sugerează **un potențial antreprenorial mai redus** și o **diminuare a apetitului pentru inițierea unei afaceri**.

Un element relativ stabil îl reprezintă **rata întreruperii afacerilor**: România înregistrează în fiecare an valori **inferioare** atât **mediei europene**, cât și **mediei GEM**. Acest lucru poate indica o **capacitate mai bună de menținere** a activităților antreprenoriale odată lansate, în pofida dificultăților asociate inițierii acestora. Totodată, stabilitatea ratei poate **reflecta reziliență și o gestionare mai eficientă a afacerilor existente**, dar poate fi influențată și de factori instituționali sau administrativi care întârzie închiderea formală a firmelor.

Figura 7. Evoluția principalilor indicatori ai antreprenoriatului în România, Europa și țările participante GEM, 2021–2024



Sursă: GEM APS (2021–2024)

1.9 Evoluția indicatorilor GEM în perioada 2021–2024

Analiza evoluției activității antreprenoriale din România în perioada **2021–2024** evidențiază un **declin accentuat** al majorității indicatorilor GEM, tendință confirmată de comparațiile sintetizate în *Tabelul 2*.

Ponderea **antreprenorilor potențiali** s-a redus semnificativ, de la **14,93%** în 2021 la **8,08%** în 2024, în timp ce **media europeană** a crescut de la 16,07% la **20,11%**. La nivel global, media GEM a rămas relativ stabilă, în jurul valorii de **27%**.

Rata **activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA)** s-a redus aproape la jumătate în România, coborând de la **9,68%** în 2021 la **4,97%** în 2024, ceea ce plasează țara pe **locul 50 din 51**

economii incluse în APS în 2024. În schimb, TEA a crescut moderat în Europa (de la 8,97% la **10,59%**), iar media GEM s-a menținut la niveluri superioare (între **13% și 14%**).

Rata **proprietar-managerilor de firme consacrate (EBO)** a înregistrat un vârf conjunctural în **2022 (8,61%)**, depășind mediile europeană și globală. În restul perioadei, România s-a situat permanent sub mediile europeană (6,89% în 2024) și GEM (7,03% în 2024), ajungând la **4,21%** în 2024.

Rata **întreruperii afacerilor** s-a menținut la valori reduse, sub mediile europeană și GEM. Totuși, aceste niveluri trebuie interpretate cu prudență: ele pot reflecta și dimensiunea mai redusă a bazei antreprenoriale, nu neapărat o probabilitate mai mică a eșecului.

Tabelul 2. Ratele activității antreprenoriale în România (% din populația adultă), 2021–2024

Indicator	2021	2022	2023	2024	Media țărilor europene 2024	Media GEM 2024	Poziția României 2024*
Proporția populației adulte care intenționează să demareze o afacere	14,93	13,45	8,95	8,08	20,11	27,06	48/51
Procentul adulților care intenționează să inițieze o afacere, dar nu sunt implicați în prezent în activități antreprenoriale	9,72	6,38	5,79	5,99	16,10	22,91	48/51
Rata antreprenorilor în formare	4,54	4,06	3,61	5,01	9,92	12,26	45/51
Rata proprietar-managerilor unei firme noi	5,27	4,65	2,64	2,14	3,84	5,43	49/51
Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (TEA)	9,68	8,25	5,85	4,97	10,59	13,18	50/51
Rata proprietar-managerilor de firme consacrate (EBO)	4,10	8,61	5,09	4,21	6,89	7,03	40/51
Rata totală a activității antreprenoriale	13,66	16,41	10,60	9,18	17,09	19,83	49/51
Rata îngerilor de afaceri	2,61	2,04	0,88	1,28	6,92	8,07	51/51
Rata întreruperii afacerii 1 (afacerea nu a fost continuată)	1,83	1,05	1,27	1,52	3,01	3,97	49/51
Rata întreruperii afacerii 2 (afacerea a fost continuată)	0,77	0,59	0,14	0,13	1,64	2,08	51/51

Notă: *Poziția României reprezintă rangul ocupat în clasamentul celor 51 de economii participante la sondajul populației adulte (APS) în anul 2024.

Sursă: calcule proprii pe baza GEM APS România (2021–2024), GEM APS (2024)

Toți indicatorii relevanți ai activității antreprenoriale indică o **tendință descendentă**, ceea ce plasează România, în 2024, în partea inferioară a clasamentului GEM (APS, 51 de economii):

- **intenția de a porni o afacere:** 8,08% (locul 48/51);
- intenție fără implicare antreprenorială curentă: 5,99% (locul 48/51);
- **antreprenori în formare:** 5,01% (locul 45/51);
- **proprietar-manageri ai unei firme noi:** 2,14% (locul 49/51);
- **activitate antreprenorială în stadiu incipient (TEA):** 4,97% (locul 50/51);
- **proprietari-manageri ai unor firme consacrate (EBO):** 4,21% (locul 40/51);
- **activitate antreprenorială totală:** 9,18% (locul 49/51);
- **rata îngrilor de afaceri:** 1,28% (loc 51/51).

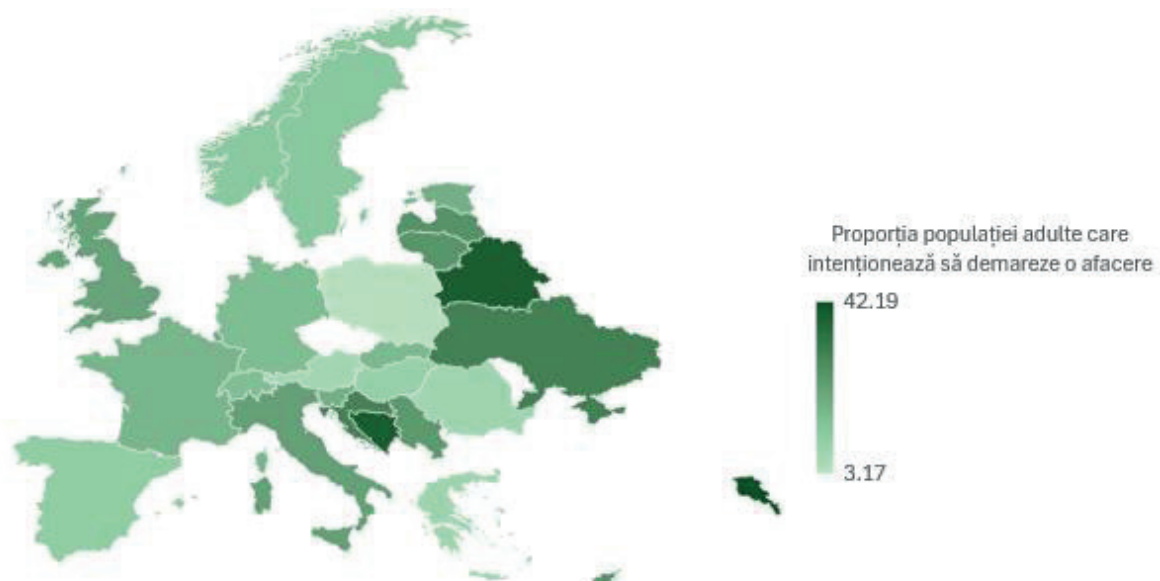
Rata întreruperii afacerilor (1,52%) se situează, de asemenea, la un nivel redus în comparație cu celelalte economii GEM, iar pentru componenta **întrerupere cu continuare** România ocupă **locul 51/51**. Această poziționare nu reflectă o performanță superioară, ci dimensiunea redusă a bazei antreprenoriale și particularități administrative privind continuarea formală a afacerilor.

1.10 Poziționarea României în Europa: indicatori antreprenoriali-cheie

Rata antreprenorilor potențiali din România (**8,08%**) se situează semnificativ sub media europeană (**20,11%**) și nivelurile raportate de unele economii europene cu valori ridicate ale acestui indicator, precum **Armenia (42,19%)**, **Bosnia și Herțegovina (38,98%)** și **Belarus (38,70%)** (a se vedea *Figura 8*).

În Europa, cele mai scăzute niveluri ale intenției antreprenoriale se regăsesc în Polonia (3,17%), Austria (7,54%), România (8,08%), Grecia (8,42%) și Ungaria (9,91%). Acest tablou sugerează diferențe regionale vizibile: economiile din **Europa Centrală tind să înregistreze valori mai reduse ale antreprenoriatului potențial**, în timp ce **unele economii din Europa de Est și Balcani raportează niveluri mai ridicate**. Aceste diferențe pot fi asociate, în funcție de contextul național, cu factori precum antreprenoriatul de necesitate, volatilitatea economică sau percepția unor oportunități favorabile.

Figura 8. Rata activității antreprenoriale potențiale în țările europene participante la GEM, 2024



Sursă: GEM APS (2024)

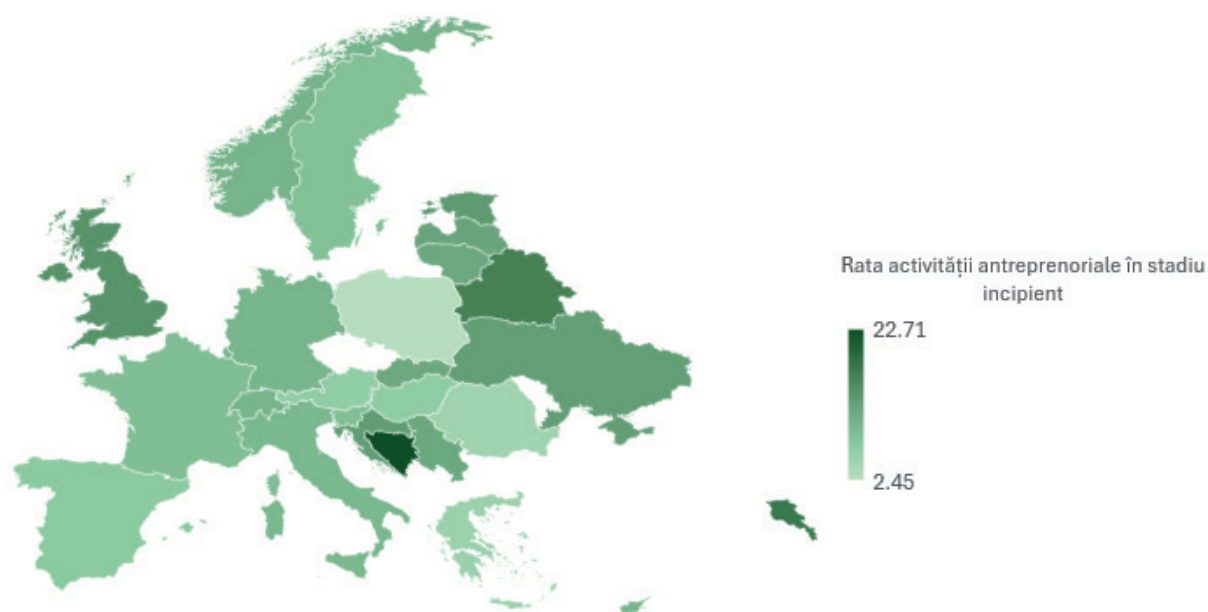
În 2024, **România** raportează o **rată TEA de 4,97%**, plasându-se în partea inferioară a distribuției europene: peste Polonia (2,45%), dar considerabil sub media europeană (10,59%) și sub media GEM (13,18%).

Țările europene cu cele mai mari rate TEA (a se vedea *Figura 9*) sunt **Bosnia și Herțegovina** (22,71%), **Armenia** (17,59%), **Regatul Unit**

(14,22%), **Estonia** (13,36%) și **Croația** (13,06%). Nivelurile ridicate ale TEA pot reflecta:

- ecosisteme antreprenoriale dinamice (de exemplu, Regatul Unit, Estonia);
- o pondere mai mare a antreprenoriatului de necesitate în economii aflate în tranziție (de exemplu, Armenia, Bosnia și Herțegovina);
- sau o combinație a acestor factori.

Figura 9. Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient în țările europene participante la GEM, 2024

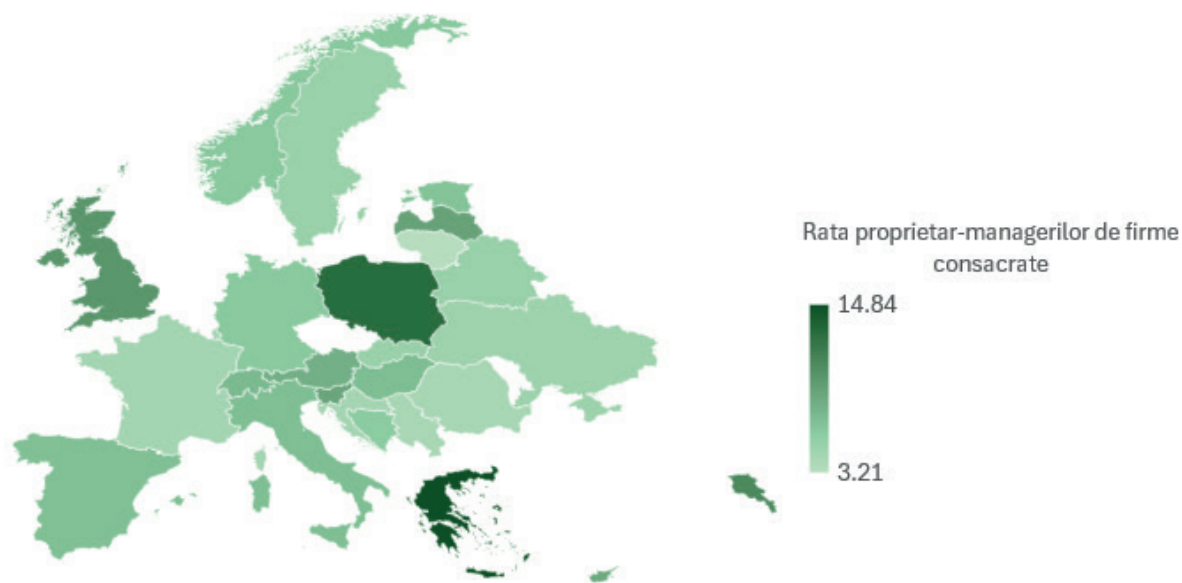


Sursă: GEM APS (2024)

În 2024, **România** înregistrează o **rată a proprietar-managerilor de firme consacrate (EBO) de 4,21%**, situată printre cele mai reduse din Europa și foarte apropiată de nivelul consemnat în urmă cu patru ani (4,10%). Doar **Lituania (3,21%)** raportează o valoare mai mică (a se vedea *Figura 10*). În contrast, cele mai ridicate rate ale firmelor consacrate sunt înregistrate de **Grecia (14,84%)**, **Polonia (12,82%)** și **Armenia (10,78%)**.

Acest profil sugerează că, deși Polonia și Grecia au niveluri scăzute ale antreprenoriatului în stadiu incipient, ele mențin o bază relativ solidă de firme consolidate. În schimb, România înregistrează valori scăzute atât la începutul procesului antreprenorial, cât și în segmentul firmelor maturizate, indicând o bază antreprenorială mai îngustă pe întregul ciclu de viață al afacerilor.

Figura 10. Rata proprietar-managerilor de firme consacrate în țările europene participante la GEM, 2024

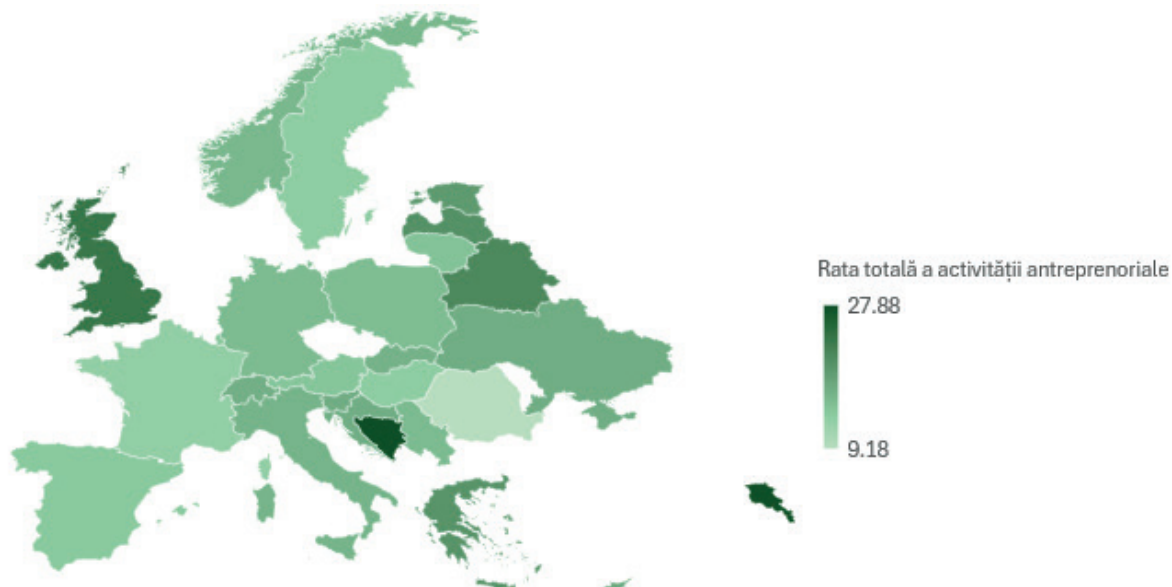


Sursă: GEM APS (2024)

România înregistrează în 2024 una dintre cele mai reduse rate ale activității antreprenoriale totale din Europa, 9,18% (a se vedea Figura 11). Cele mai ridicate valori sunt raportate de Bosnia și Herțegovina (27,88%), Armenia (27,71%), Regatul Unit (23,33%), Belarus (21,36%) și Letonia (20,36%). La polul opus,

cele mai scăzute rate se regăsesc în România (9,18%), Franța (12,83%) și Ungaria (13,26%). Diferențele față de economiile aflate în partea superioară a clasamentului indică un **dinamism antreprenorial redus și o capacitate limitată de a transforma intențiile în inițiative concrete și inițiativele în firme sustenabile.**

Figura 11. Rata totală a activității antreprenoriale în țările europene participante la GEM, 2024



Sursă: GEM APS (2024)

1.11 Concluzii: poziționare și tendințe principale

Analiza comparativă a indicatorilor GEM pentru anul 2024 evidențiază următoarele:

- **România se plasează în mod constant în partea inferioară a clasamentului** pentru majoritatea etapelor procesului antreprenorial (intenție, formare, start-up, firmă nouă, firmă consacrată);
- Deși **rata întreruperii afacerilor este redusă**, aceasta pare să reflecte în principal dimensiunea limitată a bazei

antreprenoriale, nu neapărat un ecosistem mai performant;

- Unele economii europene din spațiul ex-sovietic și din Balcani înregistrează niveluri ridicate ale activității antreprenoriale, asociate frecvent cu antreprenoriatul de necesitate și cu presiuni economice;
- În Europa de Vest, indicatorii tind să fie moderați spre ridicați, pe fondul unor ecosisteme mai stabile și al unui sprijin instituțional mai consistent.

Atitudini și percepții antreprenoriale

Percepțiile și atitudinile populației față de antreprenoriat reprezintă elemente esențiale în înțelegerea deciziei individuale de a iniția o afacere. În metodologia GEM, acestea reflectă atât contextul economic și social, cât și normele culturale care pot încuraja sau inhiba inițiativa antreprenorială (GEM, 2025, p. 27).

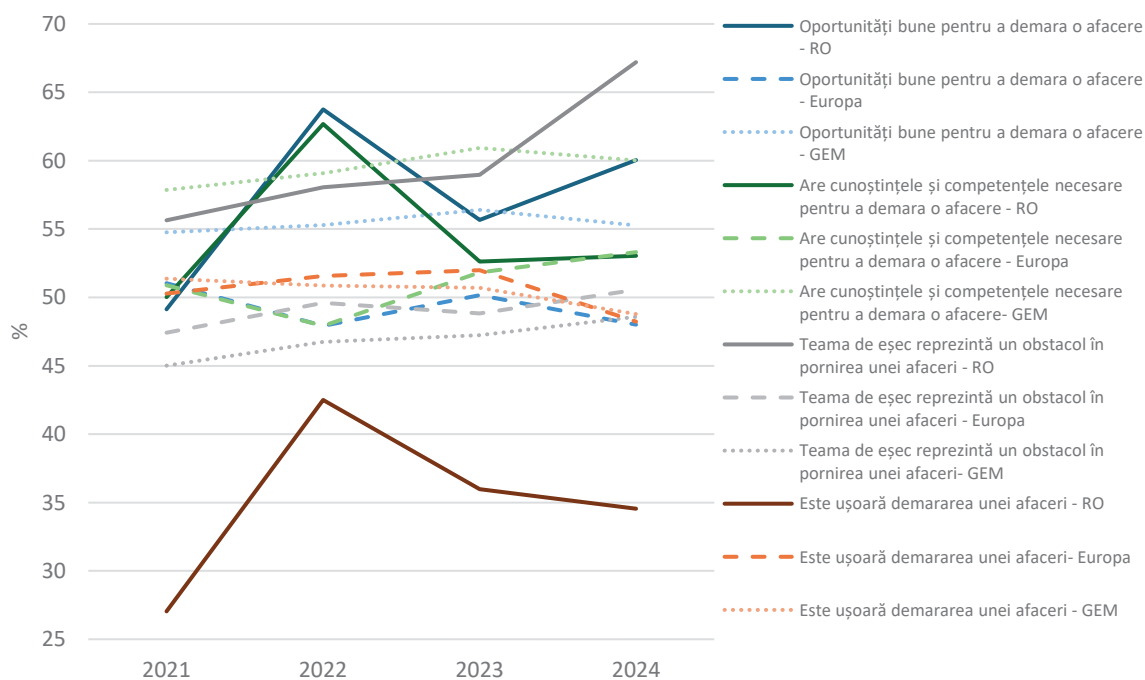
Decizia de a demara o afacere este influențată de un ansamblu de factori, precum:

- **percepția asupra oportunităților** și încrederea în competențele proprii;
- **contextul social**, incluzând rețelele de sprijin, accesul la resurse și atitudinile comunității;
- **mediul cultural și instituțional**, de la existența modelelor antreprenoriale până la valorile asociate succesului;
- **factorii inhibitori**, precum teama de eșec sau percepția unui climat economic imprevizibil (GEM, 2025, p. 27.)

1.12 Evoluția atitudinilor și percepțiilor antreprenoriale 2021–2024

Percepțiile populației din România asupra antreprenoriatului au înregistrat schimbări semnificative în ultimii patru ani. Conform *Figurii 12*, **ponderea persoanelor care percep existența unor oportunități bune pentru demararea unei afaceri se situează peste media europeană și peste media GEM.** În același timp, **proportia celor care consideră că dețin competențele necesare pentru a iniția o afacere este apropiată de media țărilor europene, deși rămâne sub media GEM.**

Figura 12. Evoluția atitudinilor și percepțiilor antreprenoriale din România, Europa și țările participante GEM (% din populația adultă), 2021–2024



Sursă: GEM APS (2021–2024)

Totuși, efectul favorabil al acestor indicatori este contrabalansat de **nivelul foarte ridicat al fricii de eșec**: aproximativ **67,20% din adulți** consideră că teama de eșec reprezintă un obstacol în demararea unei afaceri, iar acest indicator a înregistrat o tendință de creștere în perioada analizată. În plus, **doar 34,55%** dintre adulții din România consideră că este ușor să demarezi o afacere, valoare situată mult sub mediile Europei și ale țărilor GEM, ceea ce indică percepția unui climat antreprenorial dificil și riscant.

Conform datelor prezentate în *Tabelul 3*, **ponderea persoanelor din România care cunosc pe cineva care a demarat o afacere** în ultimii doi ani a crescut de la **37,66%** în 2021 la **46,74%** în 2024, cu o creștere mai pronunțată în intervalul 2021–2022. Deși valoarea rămâne sub mediile europeană și GEM, diferențele sunt moderate, iar România se situează pe **locul 39 din 50 de economii** pentru acest indicator (Belarus nefiind inclusă în comparație).

Percepția asupra oportunităților antreprenoriale a crescut notabil după perioada pandemică: între 2021 și 2022, ponderea celor care identifică oportunități bune de a demara o afacere în următoarele șase luni a urcat de la **49,13%** la **63,75%**, menținându-se ulterior la un nivel relativ ridicat (**60,04%** în 2024). Aceste valori depășesc atât media țărilor europene, cât și media GEM, iar România ocupă **locul 21 din 51**.

Ponderea persoanelor care consideră că dețin cunoștințele și competențele necesare pentru a demara o afacere a crescut ușor în perioada analizată (de la **50,02%** în 2021 la **53,05%** în 2024). Nivelul este apropiat de media europeană, însă rămâne sub media GEM (**60,01%**), România situându-se pe **locul 34 din 51**.

Tabelul 3. Evoluția atitudinilor și percepțiilor privind antreprenoriatul în România (% din populația adultă), 2021–2024

Indicator*	2021	2022	2023	2024	Media țărilor europene 2024	Media GEM 2024	Poziția României 2024**
Cunoaște pe cineva care a demarat o afacere în ultimii doi ani	37,66	46,20	45,54	46,74	53,91	56,20	39/50***
Oportunități bune pentru a demara o afacere în zona în care locuiește în următoarele șase luni	49,13	63,75	55,67	60,04	48,00	55,27	21/51
Are cunoștințele și competențele necesare pentru a demara o afacere	50,02	62,68	52,62	53,05	53,31	60,01	34/51
Teama de eșec reprezintă un obstacol în pornirea unei afaceri	55,64	58,05	58,97	67,20	50,56	48,58	2/51
Rata fricii de eșec în cadrul celor care identifică oportunități antreprenoriale	48,25	55,69	58,07	67,40	46,75	46,31	2/51
Este ușoară demararea unei afaceri	27,04	42,50	35,97	34,55	48,23	48,78	41/51

Notă: * Procentele reflectă respondenții care au selectat opțiunile „Complet de acord” sau „Oarecum de acord”.

** Poziția României indică în clasamentul celor 51 de economii participante la APS (2024).

*** Belarus nu este inclusă din cauza lipsei datelor.

Sursă: GEM APS (2021–2024)

În schimb, **teama de eșec reprezintă un obstacol major pentru antreprenoriatul din România**. Ponderea celor care declară că frica de eșec îi împiedică să pornească o afacere a crescut de la **55,64%** în 2021 la **67,20%** în 2024, poziționând România **pe locul 2 din 51** la nivel GEM și la un nivel foarte ridicat în Europa. În mod similar, în rândul celor care identifică oportunități antreprenoriale, rata fricii de eșec a crescut de la **48,25%** la **67,40%**, România situându-se din nou **pe locul 2 din 51**.

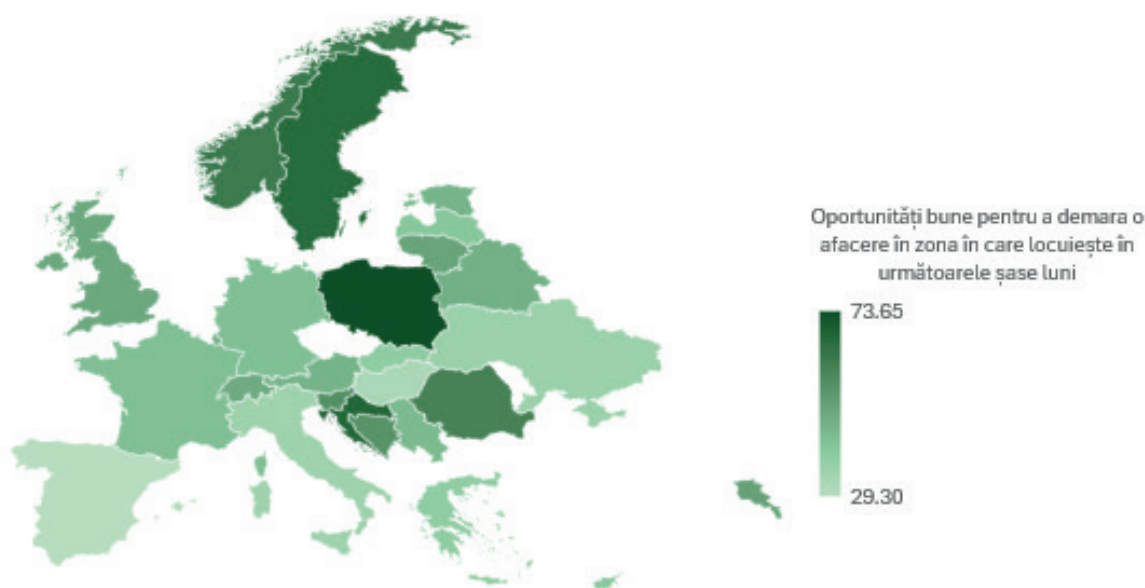
Ponderea celor care consideră că **demararea unei afaceri este ușoară** a crescut de la **27,04%** în 2021 la **34,55%** în 2024, însă nivelul rămâne semnificativ sub media europeană (**48,23%**) și sub media GEM (**48,78%**). În consecință, România se situează pe **locul 41 din 51** la acest indicator.

În ansamblu, **ponderea celor care identifică oportunități bune**, a celor care consideră că au

competențele necesare și a celor care apreciază drept ușoară demararea unei afaceri a atins un vârf în 2022, urmat de o corecție în anii următori. Această evoluție poate reflecta un episod temporar de optimism asociat ieșirii din perioada pandemică, urmat de o reaşezare a percepțiilor într-un context macroeconomic mai dificil.

Așa cum se observă în *Figura 13*, în Europa **cele mai ridicate ponderi ale persoanelor care identifică oportunități de afaceri** în următoarele șase luni se înregistrează în **Polonia (73,65%)**, **Croația (67,28%)**, **Suedia (66,21%)**, **Norvegia (61,95%)** și **România (60,04%)**. La polul opus se află economii, precum **Spania (29,30%)**, **Ungaria (32,34%)**, **Italia (35,20%)** și **Ucraina (36,19%)**, unde percepția oportunităților antreprenoriale este considerabil mai redusă.

Figura 13. Oportunitățile de afaceri percepute pentru următoarele șase luni în țările europene incluse în GEM, 2024

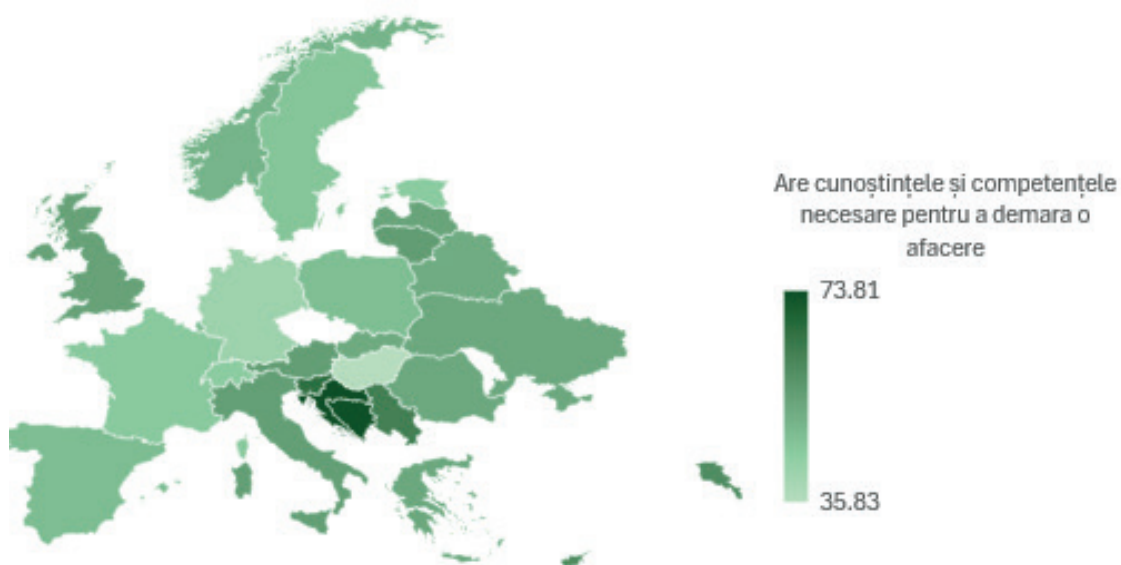


Sursă: GEM APS (2024)

Analiza comparativă la nivel european a ponderii persoanelor care consideră că dețin **competențele necesare pentru antreprenoriat** evidențiază **valori ridicate** în special în **Croația (73,81%)**, **Bosnia și Herțegovina (73,34%)**, **Slovenia (66,43%)** și **Serbia (62,72%)** (a se vedea

Figura 14). La polul opus se regăsesc **Ungaria (35,83%)**, **Germania (41,07%)**, **Elveția (44,42%)** și **Estonia (44,68%)**, unde o pondere mai redusă a populației își evaluează competențele antreprenoriale ca fiind suficiente.

Figura 14. Percepția asupra competențelor antreprenoriale în țările europene participante la GEM, 2024

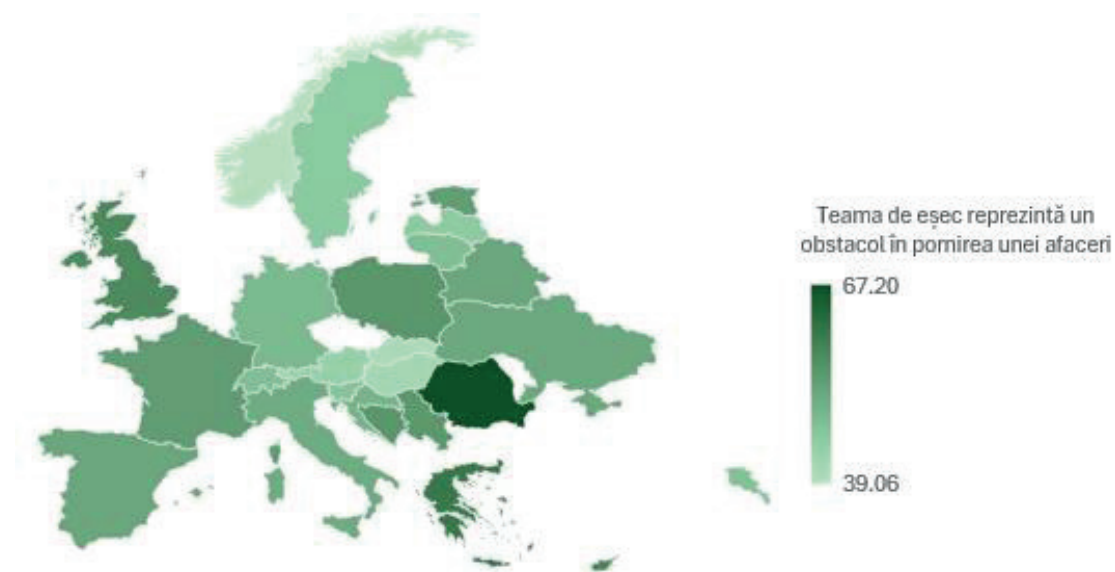


Sursă: GEM APS (2024)

În ceea ce privește teama de eșec ca obstacol în inițierea unei afaceri, **România** înregistrează în 2024 cea mai ridicată valoare din Europa, **67,20% dintre adulți declarând că frica de eșec îi împiedică să pornească o afacere** (a se vedea Figura 15). Urmează Grecia (60,44%), Cipru

(58,03%), Regatul Unit (57,29%) și Bosnia și Herțegovina (55,04%). La polul opus, cele mai scăzute niveluri ale fricii de eșec se înregistrează în Norvegia (39,06%), Slovacia (40,85%) și Ungaria (42,06%).

Figura 15. Teama de eșec ca obstacol în inițierea unei afaceri în țările europene participante la GEM, 2024



Sursă: GEM APS (2024)

În concluzie, **România prezintă un profil aparent contradictoriu al percepțiilor antreprenoriale**: deși se situează printre primele economii europene în ceea ce privește identificarea oportunităților de afaceri, iar nivelul competențelor percepute este apropiat de media europeană, acest potențial este puternic limitat de **cea mai ridicată rată a fricii de eșec din Europa**. Această combinație – oportunități percepute ridicate, dar reticență accentuată față de risc – reduce probabilitatea ca percepțiile favorabile să se transforme în inițiative antreprenoriale concrete.

1.13 Diferențe de gen și vârstă

Analiza percepțiilor privind antreprenoriatul în România în 2024 nu evidențiază diferențe majore între femei și bărbați la nivel agregat. Totuși, se observă **câteva decalaje relevante** (a se vedea *Tabelul 4*). În ceea ce privește încrederea în propriile **competențe**

antreprenoriale, bărbații se autoevaluează mai favorabil decât femeile: **57,04%** dintre **bărbați** consideră că dețin cunoștințele și competențele necesare pentru a demara o afacere, comparativ cu **48,92%** dintre **femei**.

Diferențe apar și în raport cu **frica de eșec**. La nivelul populației adulte, **69,89%** dintre **femei** și **64,62%** dintre **bărbați** consideră că teama de eșec reprezintă un obstacol în demararea unei afaceri. În rândul persoanelor care identifică oportunități antreprenoriale, indicatorul rămâne ridicat, iar distribuția diferă între genuri (44,00% femei; 56,00% bărbați).

În schimb, percepțiile privind **existența oportunităților de afaceri** și **ușurința înființării unei afaceri** sunt relativ similare între femei și bărbați. Aproximativ **59–61%** din ambele grupuri consideră că există oportunități bune pentru lansarea unei afaceri în următoarele șase luni, iar în privința ușurinței de a porni o afacere, valorile sunt apropiate (**48,93%** femei; **46,95%** bărbați).

Tabelul 4. Atitudinile și percepțiile privind antreprenoriatul în România, în funcție de gen (% din populația adultă), 2024

Indicator*	Femei	Bărbați
Cunoaște pe cineva care a înființat o afacere în ultimii doi ani	45,99	47,48
Consideră că există oportunități bune pentru lansarea unei afaceri în următoarele șase luni	59,16	60,79
Consideră că dispune de cunoștințele și competențele necesare demarării unei afaceri	48,92	57,04
Consideră că teama de eșec este o barieră în demararea unei afaceri	69,89	64,62
Teama de eșec (în rândul celor care identifică oportunități antreprenoriale)	44,00	56,00
Consideră că înființarea unei afaceri este ușoară	48,93	46,95

Notă: * Procentele reflectă respondenții care au selectat opțiunile „Complet de acord” sau „Oarecum de acord”.

Sursă: GEM APS România (2024)

Analizând percepțiile populației adulte din România pe **grupe de vârstă**, nu se evidențiază o categorie care să înregistreze valori superioare pe toți indicatorii (a se vedea *Tabelul 5*). În

schimb, se conturează **diferențe clare în funcție de dimensiunea analizată**:

- **Cunoașterea altor antreprenori** descrește odată cu vârsta, de la **59,81%** în grupa 18–24 ani la **34,53%** în grupa 55–64 ani.

- **Percepția oportunităților de afaceri** este cea mai favorabilă în rândul persoanelor de **35–44 ani** (66,58%) și cea mai redusă la grupa **55–64 ani** (50,00%).
- **Încrederea în competențele antreprenoriale** atinge cele mai înalte valori la grupele **25–34 ani** (60,20%) și **35–44 ani** (60,40%), în timp ce cel mai scăzut nivel se înregistrează la grupa **55–64 ani** (38,36%).

Teama de eșec – identificată anterior ca principal obstacol pentru antreprenoriatul din România – prezintă un profil diferențiat. Ponderea celor care consideră că teama de eșec

reprezintă o barieră este **cea mai ridicată** în grupele **18–24 ani** (70,67%) și **45–54 ani** (70,88%), și **cea mai redusă** în grupa **55–64 ani** (59,78%). În rândul persoanelor care identifică oportunități antreprenoriale, frica de eșec este cea mai frecventă în grupa **35–44 ani** (30,00%) și cea redusă în grupa **55–64 ani** (8,00%).

În ceea ce privește **percepția asupra ușurinței de a demara o afacere**, cele mai ridicate valori se observă în grupa **25–34 ani** (40,45%), în timp ce grupa **18–24 ani** înregistrează cel mai redus nivel, doar **26,24%** considerând că înființarea unei afaceri este ușoară.

Tabelul 5. Atitudinile și percepțiile individuale privind antreprenoriatul în România, în funcție de grupe de vârstă (% din populația adultă), 2024

Indicator*	18–24	25–34	35–44	45–54	55–64
Cunoaște pe cineva care a înființat o afacere în ultimii doi ani	59,81	52,23	49,67	42,60	34,53
Consideră că există oportunități bune pentru lansarea unei afaceri în următoarele șase luni	60,98	59,59	66,58	59,69	50,00
Consideră că dispune de cunoștințele și competențele necesare demarării unei afaceri	50,81	60,20	60,40	52,10	38,36
Consideră că teama de eșec reprezintă o barieră în demararea unei afaceri	70,67	67,52	66,73	70,88	59,78
Consideră că teama de eșec reprezintă o barieră în demararea unei afaceri în cadrul celor care identifică oportunități antreprenoriale	17,00	24,00	30,00	21,00	8,00
Consideră că înființarea unei afaceri este ușoară	26,24	40,45	33,03	37,01	30,90

Notă: * Procentele reflectă respondenții care au selectat opțiunile „Complet de acord” sau „Oarecum de acord”.

Sursă: GEM APS România (2024)

În ansamblu, datele indică faptul că segmentul de vârstă **25–44 de ani** concentrează un potențial antreprenorial mai ridicat (competențe antreprenoriale percepute mai

ridicate și o expunere mai mare la exemple antreprenoriale), însă acest avantaj este parțial diminuat de nivelurile ridicate ale fricii de eșec, mai ales în rândul tinerilor.

Inițiere și întrerupere: motivații și cauze

În cadrul sondajului GEM APS, persoanele identificate ca fiind implicate în activități antreprenoriale sunt întrebat care este **motivația principală** pentru care au decis să inițieze o afacere. Respondenții pot selecta unul sau mai multe motive din următoarele patru categorii (GEM, 2025, p. 54):

- pentru **a face o diferență în lume;**
- pentru **a acumula o avere considerabilă sau a obține un venit foarte ridicat;**
- pentru a continua o **tradiție de familie;**
- pentru **a-și asigura mijloacele de trai**, deoarece locurile de muncă sunt rare.

În metodologia GEM, antreprenorii sunt grupați, în funcție de motivația predominantă, în două categorii:

- **antreprenori motivați de oportunitate:** cei care inițiază o afacere pentru a face o diferență în lume, pentru a acumula o avere/obține un venit ridicat sau pentru a continua o tradiție de familie;
- **antreprenori motivați de necesitate:** cei care pornesc o afacere pentru a-și asigura mijloacele de trai, în contextul lipsei (sau rarității) locurilor de muncă.

Aceste distincții permit evaluarea profilului și a calității potențiale a activității antreprenoriale, nu doar a volumului acesteia.

1.14 Motivele inițierii unei afaceri: oportunitate versus necesitate

Analiza motivațiilor **antreprenorilor în stadiu incipient (TEA)** și a **proprietar-managerilor de**

firme consacrate (EBO) din România în 2024 evidențiază un profil în mare parte similar pentru cele două categorii (a se vedea *Figura 16*).

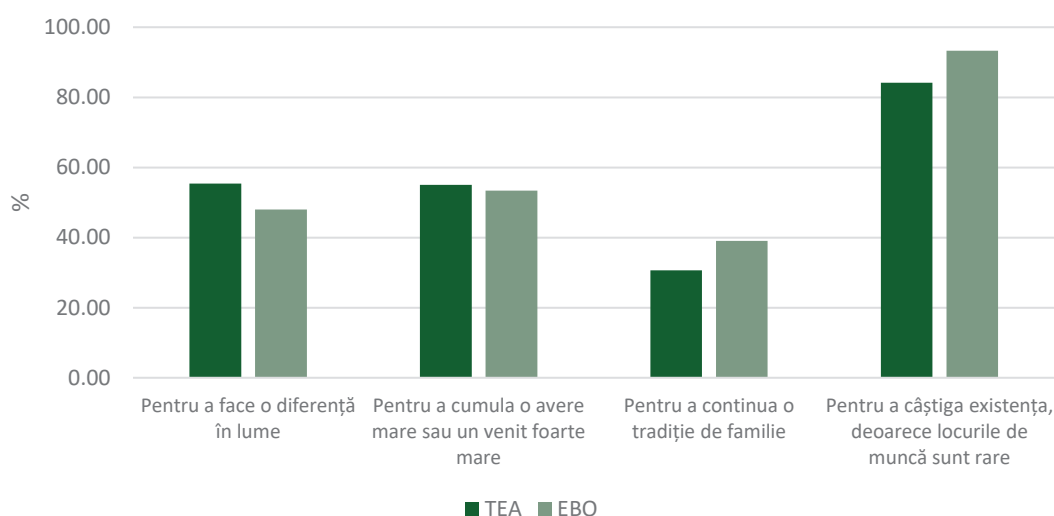
Pentru ambele grupuri, **cea mai frecventă motivație declarată** este aceea de **a-și asigura mijloacele de trai**, în contextul rarității locurilor de muncă. Această distribuție sugerează o pondere importantă a **antreprenoriatului de necesitate** în structura activității antreprenoriale din România. Cu alte cuvinte, o parte semnificativă dintre respondenți inițiază o afacere mai degrabă ca alternativă la opțiuni salariale limitate sau nesatisfăcătoare decât ca rezultat al identificării unei oportunități antreprenoriale clar conturate.

În același timp, se conturează și un segment relevant de **antreprenori motivați de oportunitate**. Dintre motivațiile de acest tip, respondenții menționează relativ frecvent:

- dorința de **a face o diferență în lume** (impact social, economic sau comunitar);
- dorința de **a obține un venit sau o avere foarte mare** (motivație economică și aspirație de mobilitate socială).

La acestea se adaugă categoria celor care își motivează inițiativa prin **continuarea unei tradiții de familie**, ceea ce indică relevanța afacerilor familiale și a succesiunii antreprenoriale în economia românească.

Figura 16. Motivațiile pentru începerea unei afaceri în România, 2024



Sursă: GEM APS România (2024)

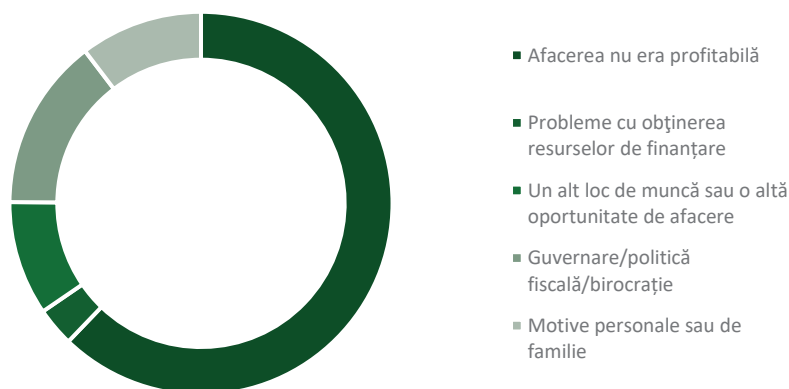
Per ansamblu, structura motivațională evidențiază faptul că antreprenoriatul în România este dominat **motivații de necesitate**, însă include și un nucleu de antreprenori orientați spre oportunitate, creștere și impact, cu un potențial mai ridicat de a genera activități inovative și productive.

afacerilor este **lipsa profitabilității**: 61% dintre respondenți au indicat faptul că afacerea lor nu era profitabilă (a se vedea *Figura 17*). Această distribuție sugerează dificultăți persistente în atingerea și menținerea sustenabilității financiare, într-un context caracterizat de costuri ridicate și incertitudine economică.

1.15 Motivele întreruperii sau închiderii afacerilor

Datele GEM pentru România în 2024 arată că principalul motiv invocat pentru închiderea

Figura 17. Motivele pentru care antreprenorii în stadiu incipient din România au ales să închidă afacerea, 2024



Sursă: GEM APS România (2024)

Alte motive menționate includ **obținerea unui alt loc de muncă sau identificarea unei noi oportunități de afaceri** (8,92%), precum și **factorii instituționali** (de exemplu, guvernarea, politica fiscală și birocrăția) (13,44%). **Motivale personale sau familiale** sunt invocate de 9,57% dintre respondenți, iar **dificultățile în accesarea finanțării** sunt menționate de 3,03%, indicând o pondere relativ redusă a acestui tip de constrângere în decizia de închidere.

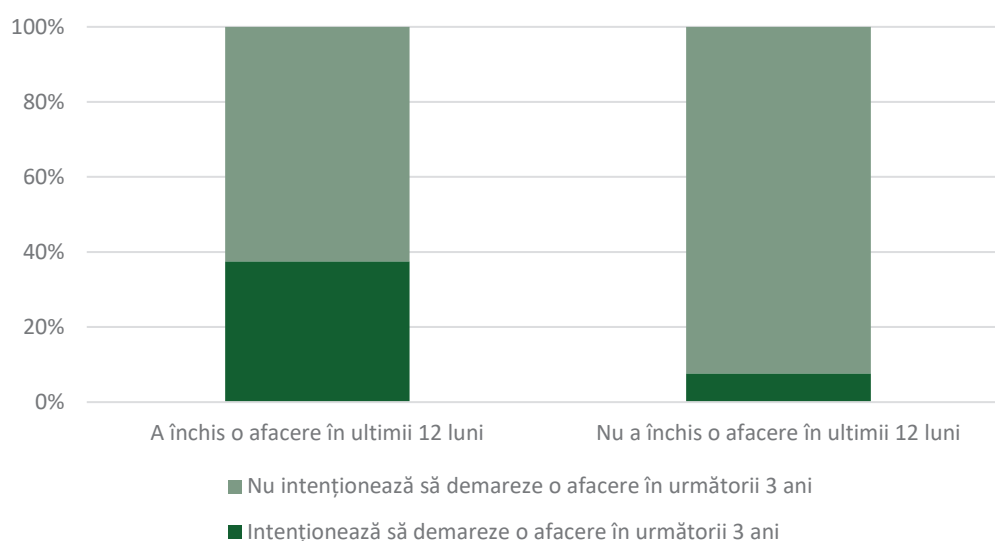
Un aspect important evidențiat de *Figura 18* este **diferența privind intențiile antreprenoriale viitoare între persoanele care au închis o afacere și cele care nu au avut o astfel de experiență recentă**. Astfel, 37,50% dintre persoanele care au închis o afacere în ultimele 12 luni declară că intenționează să inițieze o

nouă afacere în următorii trei ani, comparativ cu 8% în rândul celor care nu au închis nicio afacere în perioada analizată.

Acest contrast sugerează că experiența antreprenorială, chiar și în situația încetării activității poate fi asociată cu o **disponibilitate mai mare pentru relansare**, precum și cu un nivel mai ridicat de învățare acumulată, reziliență și toleranță la risc.

În concluzie, datele sugerează că, deși o parte semnificativă a afacerilor se închid din motive economice sau instituționale, **o proporție considerabilă a antreprenori rămâne dispusă să reîncearcă**. Această tendință indică existența unui potențial antreprenorial care poate fi consolidat, dar care este în prezent limitat de constrângeri structurale ale mediului de afaceri din România.

Figura 18. Procentul persoanelor care au închis o afacere în ultimele 12 luni și intenționează să inițieze una nouă în următorii trei ani, comparativ cu cei care nu au închis nicio afacere, dar intenționează să lanseze una (populația adultă 18–64 ani), 2024



Sursă: GEM APS România (2024)

Profilul antreprenorului din România

Analiza datelor GEM pentru România în 2024 conturează un profil relativ coerent al antreprenorului tipic: **bărbat**, cu vârsta între **35–44 de ani**, cu **studii superioare** și cu **venit al gospodăriei peste medie**.

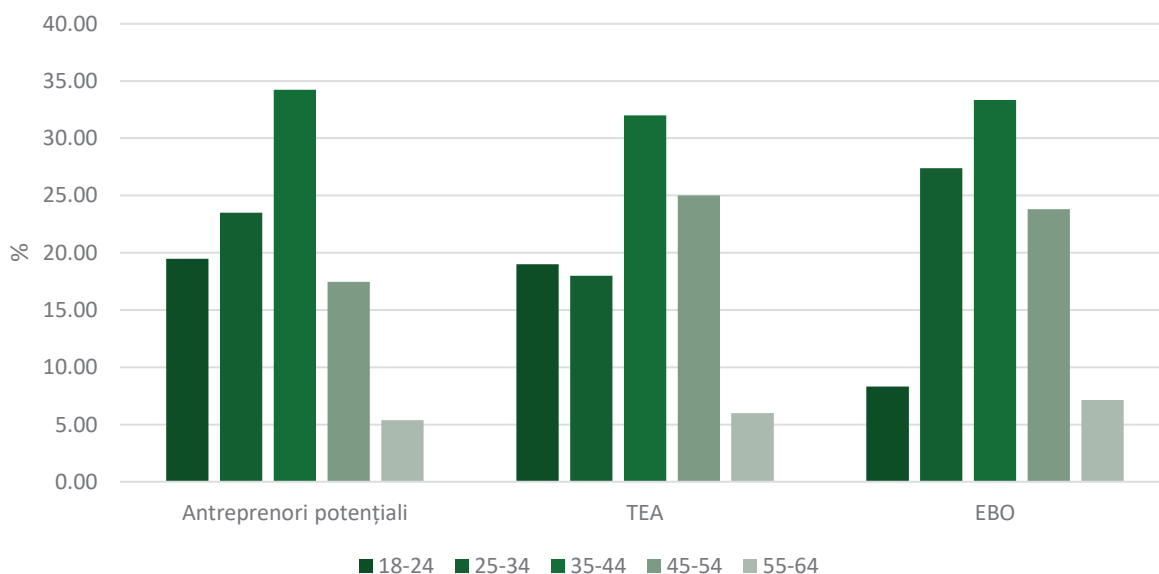
Așa cum se observă în *Figura 19*, cea mai mare pondere în toate cele trei categorii analizate – antreprenori potențiali, antreprenori în stadiu incipient (TEA) și proprietar–manageri de firme consacrate (EBO) – revine grupei de vârstă **35–44 de ani**:

- **33,23%** dintre antreprenorii potențiali;
- **32,00%** dintre antreprenorii în stadiu incipient;

- **33,33%** dintre proprietar–managerii de firme consacrate.

În cazul antreprenorilor potențiali și al proprietari–managerilor de firme consacrate, grupa **25–34 de ani** reprezintă a doua cea mai importantă categorie, în timp ce, pentru antreprenorii în stadiu incipient, a doua pondere ca mărime se regăsește în grupa **45–54 de ani**. Pentru toate cele trei categorii de antreprenori, **cea mai redusă pondere** se înregistrează în grupa de vârstă **55–64 de ani**, ceea ce sugerează că implicarea antreprenorială este concentrată în special în segmentul de mijloc al carierei profesionale.

Figura 19. Distribuția antreprenorilor din România pe grupe de vârstă, 2024



Sursă: GEM APS România (2024)

Distribuția antreprenorilor din România pe gen indică **o predominanță moderată a bărbaților** în toate stadiile procesului antreprenorial (a se vedea *Figura 20*). În 2024, bărbații reprezintă **58,50%** dintre antreprenorii potențiali, **62,63%** dintre antreprenorii în stadiu incipient (TEA) și

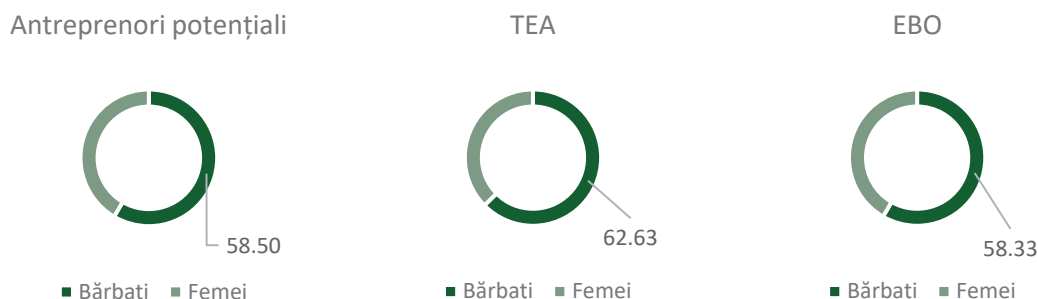
58,33% dintre proprietarii–manageri de firme consacrate (EBO).

Deși femeile rămân subreprezentate, ele dețin o pondere semnificativă în toate cele trei categorii. Această situație indică un potențial

relevant pentru consolidarea antreprenoriatului feminin în România, în special prin măsuri orientate spre reducerea barierelor legate de

accesul la resurse, rețele profesionale și dezvoltarea încrederii în propriile competențe.

Figura 20. Distribuția antreprenorilor din România pe gen (%), 2024



Sursă: GEM APS România (2024)

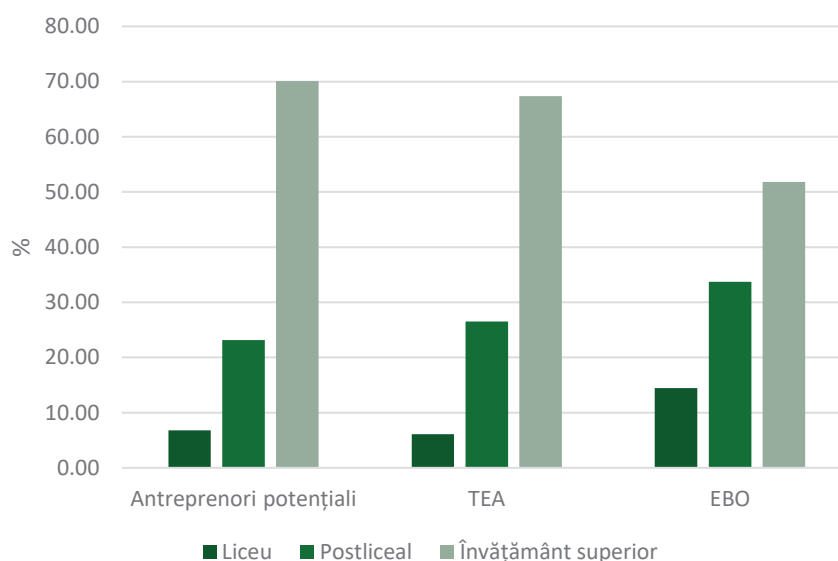
Privind nivelul de educație al antreprenorilor din România, datele indică o **concentrare a antreprenoriatului în rândul persoanelor cu studii superioare** (a se vedea Figura 21). În 2024, **70,06%** dintre antreprenorii potențiali, **67,35%** dintre antreprenorii în stadiu incipient și **51,81%** dintre proprietarii–manageri de firme consacrate au **studii universitare**.

În contrast, **persoanele cu studii liceale** sunt slab reprezentate: doar **6,81%** dintre antreprenorii potențiali, **6,12%** dintre

antreprenorii în stadiu incipient și **14,46%** dintre proprietarii–manageri de firme consacrate provin din această categorie.

Această structură sugerează că, în România, **implicarea în antreprenoriat este puternic asociată cu un nivel educațional ridicat**. Acest fapt poate reflecta atât **rolul competențelor formale** în inițierea și dezvoltarea unei afaceri, cât și existența unor **bariere de acces** pentru persoanele cu nivel de educație mai scăzut.

Figura 21. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de nivelul de educație, 2024



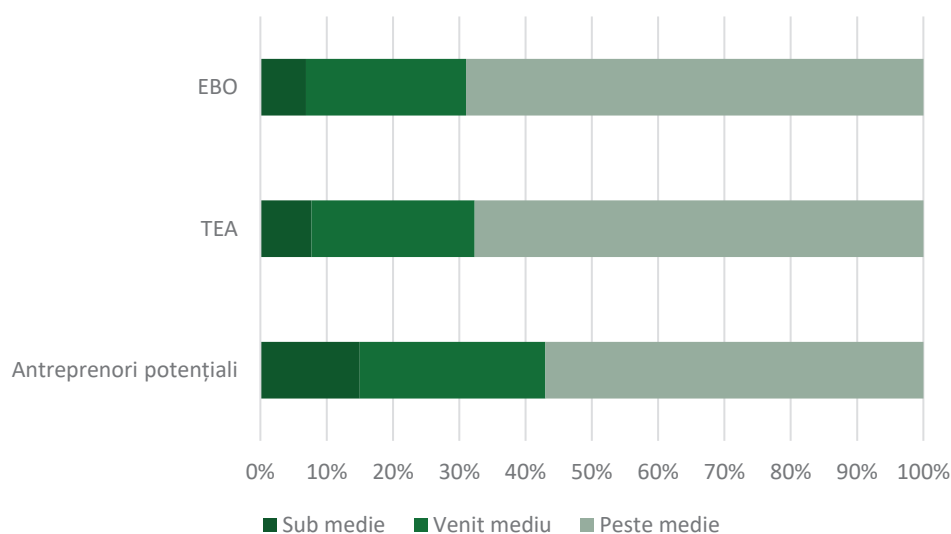
Sursă: GEM APS România (2024)

Cea mai mare parte a antreprenorilor din România provine din gospodării cu **venituri peste medie** (a se vedea Figura 22): **57,00%** dintre antreprenorii potențiali, **67,69%** dintre antreprenorii în stadiu incipient și **68,96%** dintre proprietarii–manageri de firme consacrate declară venituri ale gospodăriei peste media națională. În schimb, **gospodăriile cu venituri sub medie** sunt slab reprezentate: doar **15,00%** dintre antreprenorii potențiali, **7,69%** dintre

antreprenorii în stadiu incipient și **6,90%** dintre proprietarii–manageri de firme consacrate se încadrează în această categorie.

Aceste rezultate indică faptul că, în România, **antreprenoriatul este semnificativ mai accesibil persoanelor din gospodării cu resurse financiare superioare**, ceea ce sugerează existența unor **bariere de intrare importante pentru persoanele cu venituri reduse**.

Figura 22. Distribuția antreprenorilor din România în funcție de venitul gospodăriei (%), 2024



Sursă: GEM APS România (2024)

La nivel general, datele GEM pentru România în 2024 conturează un **profil relativ îngust al bazei antreprenoriale**: activitatea este concentrată în principal în rândul persoanelor **de 35–44 de ani, bărbați**, cu **studii superioare** și cu **venituri ale gospodăriei peste medie**. Participarea este vizibil mai redusă în rândul persoanelor de peste 55 de ani, al celor cu nivel de educație mai scăzut și al gospodăriilor cu venituri sub medie, ceea ce indică o corelație puternică între accesul la antreprenoriat și resursele de educație și venit.

Acest profil sugerează că antreprenoriatul din România are, în prezent, un caracter **relativ selectiv**, fiind dominat de grupuri cu capital uman și financiar mai ridicat. Din perspectiva politicilor publice, rezultatele indică o **marjă importantă de extindere a bazei antreprenoriale** prin măsuri care să faciliteze intrarea în antreprenoriat a femeilor, a tinerilor aflați la început de carieră, a persoanelor din gospodării cu venituri reduse și a celor din medii mai puțin avantajate.

Sustenabilitate și responsabilitate socială

Datele furnizate de GEM evidențiază faptul că antreprenorii din România, indiferent de stadiul de dezvoltare al afacerii, prezintă **un nivel ridicat al orientării declarative către responsabilitatea socială și ecologică**, situându-se, în majoritatea indicatorilor analizați, peste mediile europene și global (a se vedea *Tabelul 6* și *Tabelul 7*).

1.16 Integrarea sustenabilității în antreprenoriatul în stadiu incipient

Antreprenorii în stadiu incipient din România raportează, în mod constant, **niveluri ridicate**

ale responsabilității sociale și de mediu, situându-se frecvent peste mediile europeană și GEM global (a se vedea *Tabelul 6*).

În perioada **2021–2024**, peste **80%** dintre antreprenorii în stadiu incipient afirmă că **iau întotdeauna în considerare consecințele sociale** atunci când adoptă decizii de afaceri. În 2024, acest indicator a atins **85,50%**, o valoare superioară mediei europene (72,76%) și mediei GEM (76,25%).

Tabelul 6. Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor în stadiu incipient (% dintre antreprenorii în stadiu incipient), 2021–2024

Indicator*	2021	2022	2023	2024	Media țărilor europene 2024	Media GEM 2024	Poziția României 2024
Consecințele sociale sunt întotdeauna luate în considerare atunci când se iau decizii de afaceri (accesul la educație, sănătate, siguranță, locuri de muncă incluzive, locuințe, transport, calitatea vieții la locul de muncă etc.)	81,41	88,81	83,97	85,50	72,76	76,25	19/51
Impactul asupra mediului este întotdeauna luat în considerare în procesul de luare a deciziilor de afaceri (conservarea zonelor verzi, reducerea emisiilor de poluanți și gaze toxice, colectarea selectivă a deșeurilor, consumul responsabil de apă, electricitate și combustibil etc.)	83,93	84,99	82,73	82,79	72,50	75,22	18/51
Impactul social și/sau de mediu al afacerii este considerat mai important decât rentabilitatea sau creșterea acesteia	66,17	76,89	74,64	78,99	54,35	60,80	7/51
S-au luat măsuri pentru a reduce impactul de mediu al afacerii în ultimul an	51,33	52,02	60,58	62,33	52,77	54,54	13/51
S-au luat măsuri pentru a maximiza impactul social al afacerii în ultimul an	44,44	45,48	55,62	51,24	43,07	48,41	23/51

Notă: *Procentele reflectă respondenții care au selectat opțiunile „Complet de acord” sau „Oarecum de acord”.

Sursă: calcule proprii pe baza GEM APS (2021–2024)

Integrarea impactului asupra mediului în procesul decizional este, de asemenea, robustă: între **82,73%** și **84,99%** dintre antreprenorii în stadiu incipient declară că iau întotdeauna în considerare aspectele de mediu, menținându-se peste mediile europene și GEM.

Un rezultat deosebit de pronunțat este proporția **antreprenorilor care consideră impactul social și/sau de mediu al afacerii mai important decât rentabilitatea sau creșterea acesteia**. În 2024, **78,99%** dintre antreprenorii în stadiu incipient împărtășesc această convingere, ceea ce plasează România pe **locul 7 din 51**.

Totuși, indicatorii privind implementarea efectivă sugerează o nuanțare importantă. În 2024, **62,33%** dintre antreprenorii în stadiu incipient declară că **au fost luate măsuri pentru reducerea impactului de mediu al afacerii în ultimul an** (în creștere față de 51,33% în 2021), România situându-se pe **locul 13 din 51**. În plus,

51,24% afirmă că **au fost luate măsuri pentru maximizarea impactului social al afacerii**, valoare superioară mediilor europene și GEM. Aceste rezultate sugerează că, în pofida unui angajament declarativ foarte ridicat, există un decalaj între orientarea exprimată și acțiunile implementate.

1.17 Practici de sustenabilitate în firmele consacrate

Antreprenorii consacrați din România raportează **niveluri ridicate de responsabilitate socială și de mediu**, uneori comparabile sau chiar superioare celor din stadiul incipient. Totodată, se menține același tipar general: orientare declarativă foarte puternică, dar transpunere operațională realizată într-un ritm mai moderat (a se vedea *Tabelul 7*).

Tabelul 7. Responsabilitatea socială și de mediu a antreprenorilor consacrați (% dintre proprietarii-manageri ai firmelor consacrate), 2021–2024

Indicator*	2021	2022	2023	2024	Media țărilor europene 2024	Media GEM 2024	Poziția României 2024
Consecințele sociale sunt întotdeauna luate în considerare atunci când se iau decizii de afaceri (accesul la educație, sănătate, siguranță, locuri de muncă incluzive, locuințe, transport, calitatea vieții la locul de muncă etc.)	71,25	90,52	73,83	81,87	68,37	72,67	17/51
Impactul asupra mediului este întotdeauna luat în considerare în procesul de luare a deciziilor de afaceri (conservarea zonelor verzi, reducerea emisiilor de poluanți și gaze toxice, colectarea selectivă a deșeurilor, consumul responsabil de apă, electricitate și combustibil etc.)	82,33	88,03	77,14	86,87	69,71	73,54	11/51
Impactul social și/sau de mediu al afacerii este considerat mai important decât rentabilitatea sau creșterea acesteia	67,98	82,96	57,24	77,75	51,15	58,45	9/51
S-au luat măsuri pentru a reduce impactul de mediu al afacerii în ultimul an	60,89	68,95	45,23	63,85	60,48	60,28	23/51
S-au luat măsuri pentru a maximiza impactul social al afacerii în ultimul an	53,03	63,94	34,02	49,85	46,30	51,18	26/51

Notă: *Procentele reflectă respondenții care au selectat opțiunile „Complet de acord” sau „Oarecum de acord”.

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM APS (2021–2024)

Ponderea celor care afirmă că **impactul social este întotdeauna luat în considerare în deciziile de afaceri** variază între **71,25%** și **90,52%** în perioada 2021–2024 și ajunge la **81,87%** în 2024. Această valoare depășește media europeană (**68,37%**) și media GEM (**72,67%**), România situându-se pe **locul 17 din 51**.

Responsabilitatea de mediu este și mai pronunțată: în 2024, **86,87%** dintre antreprenorii consacrați declară că iau întotdeauna în considerare impactul asupra mediului în procesul decizional, plasând România pe **locul 11 din 51**, peste mediile europene și GEM.

De asemenea, **77,75%** dintre antreprenorii consacrați consideră în 2024 că **impactul social și/sau de mediu este mai important decât rentabilitatea sau creșterea afacerii**, ceea ce poziționează România pe **locul 9 din 51**.

La nivel operațional, **63,85%** dintre proprietarii–manageri ai firmelor consacrate declară că **au fost luate măsuri pentru reducerea impactului de mediu al afacerii în ultimul an**, iar **49,85%** raportează **măsuri pentru maximizarea impactului social**. Aceste valori sunt apropiate de mediile europene și GEM, sugerând că, deși orientarea declarativă este foarte ridicată, implementarea efectivă nu crește în aceeași măsură.

1.18 Concluzii: de la intenții la implementare

Per ansamblu, rezultatele GEM arată că antreprenorii din România, atât cei în stadiu incipient, cât și cei consacrați, raportează niveluri **peste media europeană și globală** în ceea ce privește **integrarea dimensiunilor sociale și de mediu în deciziile de afaceri**, precum și în privința prioritizării **impactului social și/sau ecologic în raport cu obiectivele de rentabilitate și creștere**.

Totuși, datele arată că orientarea declarată este mai amplă decât acțiunea efectivă: **ponderea antreprenorilor care afirmă că iau în considerare consecințele sociale și de mediu depășește ponderea celor care raportează măsuri concrete implementate**. Această

discrepanță evidențiază un **decalaj între intenție și acțiune**, sugerând că sustenabilitatea este, în multe cazuri, încă la nivel de angajament declarativ, înainte de a deveni o rutină operațională. Din această perspectivă, România se înscrie într-un tipar întâlnit și în alte economii GEM, unde internalizarea sustenabilității evoluează gradual, pe măsură ce apar presiuni de piață, resurse și competențe specifice.

Pe baza datelor analizate, profilul României poate fi sintetizat astfel:

Puncte forte

- **Niveluri declarate ridicate ale responsabilității sociale și de mediu**, atât în rândul antreprenorilor în stadiu incipient, cât și în rândul celor consacrați.
- Valori peste mediile europene și GEM pentru indicatorii privind **luarea în considerare a consecințelor sociale și de mediu în procesul decizional**.
- **Prioritizarea impactului social/ecologic față de performanța financiară** într-o proporție mai ridicată decât în majoritatea economiilor participante.

Provocări

- **Decalaj persistent între declarații și implementare**, reflectat de diferențele dintre atitudinile exprimate și măsurile raportate.
- **Ritm moderat al implementării** măsurilor concrete pentru reducerea impactului de mediu și maximizarea impactului social.
- **Nevoia de instrumente și capacități** care să transforme orientarea declarată într-o practică recurentă (know-how, standarde, resurse financiare).

Implicații pentru politici publice

Acest profil indică un **potențial important pentru intervenții** care să accelereze tranziția de la intenție la acțiune, prin:

- **stimulente fiscale** pentru investiții verzi și proiecte cu impact social;
- **programe de formare, consultanță și instrumente ESG** adaptate IMM-urilor;
- **finanțare orientată spre impact** (granturi, garanții, linii de credit verzi și sociale);

- **mentorat, rețele și mecanisme de diseminare a bunelor practici.**

Consolidarea acestor mecanisme ar putea transforma orientarea declarativă către

responsabilitate socială și ecologică într-un comportament de business stabil și scalabil, contribuind la creșterea competitivității și a rezilienței ecosistemului antreprenorial din România.

Caracteristicile întreprinderilor din România

Structura mediului de afaceri din România în 2024 indică o **economie dominată de întreprinderi mici**, concentrate ridicată în **sectorul serviciilor, expunere relativ redusă la piețele internaționale, un nivel tehnologic încă modest** și o capacitate de **inovare moderată**. Această configurație în concordanță cu profilul observat în anii anteriori în multe economii emergente participante la GEM.

Datele GEM din 2024/2025 arată că **modelul antreprenorial românesc** rămâne, în mare măsură, **orientat către activități cu valoare adăugată scăzută**. Totuși, se conturează **semne de diversificare** și o **orientare graduală către servicii profesionale și domenii cu componentă tehnologică**, în linie cu tendințele recente din Europa Centrală și de Est.

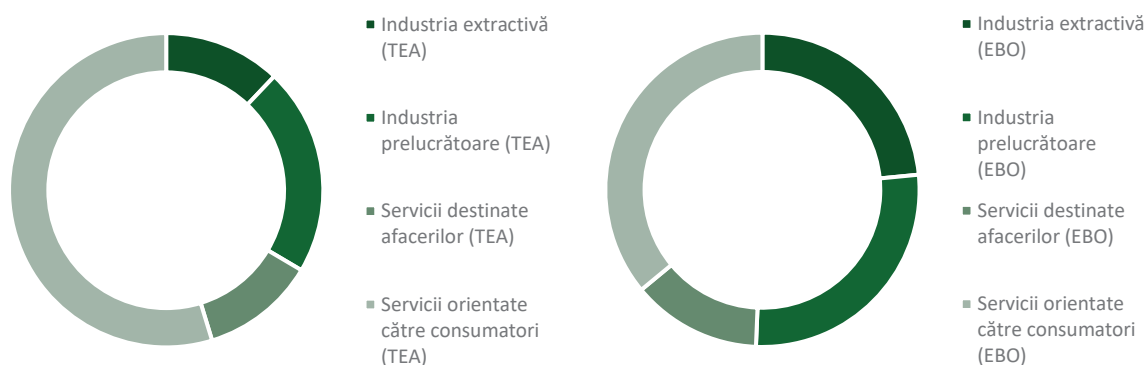
În pofida contextului economic din 2024 – marcat de **costuri ridicate ale finanțării, incertitudine asociată ciclului electoral** și o **creștere economică modestă** – o parte dintre antreprenori au început să își ajusteze **modelele de afaceri**, punând accent pe **digitalizare, creșterea eficienței operaționale** și **consolidarea stabilității financiare**.

În ansamblu, întreprinderile românești par să traverseze un proces de maturizare graduală: pe de o parte, se consolidează în sectoarele tradiționale, iar pe de altă parte, fac pași către **inovare, internaționalizare și adopția tehnologiilor moderne**. Prezentul raport surprinde această tranziție prin compararea rezultatelor din 2024 cu cele din 2023 și, acolo unde este relevant, cu 2022, pentru a evidenția **direcțiile de evoluție ale ecosistemului antreprenorial național**.

1.19 Structura sectorială a activității antreprenoriale

Analiza distribuției sectoriale a întreprinderilor românești în 2024 confirmă că **serviciile** continuă să domine activitatea antreprenorială (a se vedea *Figura 23*), însă se observă semne de **diversificare treptată**. Conform datelor GEM, majoritatea afacerilor se concentrează în **comerțul cu amănuntul, alimentația publică, turismul și serviciile personale**, sectoare caracterizate prin bariere reduse de intrare, capital inițial scăzut și un profil de risc perceput, de regulă, ca fiind moderat.

Figura 23. Distribuția întreprinderilor din România pe sectoare de activitate (%), 2024



Sursă: GEM APS România (2024)

Acest profil reproduce în mare măsură structura observată în anii anteriori. Totuși, se conturează o tendință emergentă de re poziționare: o parte

antreprenorilor se orientează gradual dinspre serviciile tradiționale cu valoare adăugată redusă către **servicii profesionale, activități**

tehnologice și domenii cu potențial mai ridicat de productivitate și scalare. Deși această schimbare rămâne încă modestă, ea este compatibilă cu direcțiile evidențiate în rapoartele GEM recente, care indică o diversificare graduală a bazei antreprenoriale în economiile emergente.

În comparație cu 2023, orientarea predominantă către piața internă rămâne ridicată, însă se observă **o creștere modestă a ponderii firmelor active în domenii cu valoare adăugată mai mare** (de exemplu, consultanță, IT, servicii financiare). Această evoluție sugerează că o parte dintre antreprenori, în special cei în stadiu incipient, își ajustează strategic modelele de afaceri către segmente mai reziliente la șocuri economice și cu potențial mai ridicat de productivitate și creștere.

Cu toate acestea, predominanța serviciilor tradiționale indică faptul că România nu a depășit încă etapa specifică multor economii emergente, în care dinamismul antreprenorial se manifestă preponderent prin activități comerciale cu valoare adăugată redusă, iar componenta de inovare tehnologică și orientare către export rămân limitate. Pentru consolidarea competitivității mediului antreprenorial, este necesară o **tranziție graduală de la modele de afaceri bazate pe volum și preț către modele bazate pe productivitate, inovație și integrare în lanțurile internaționale de valoare**.

1.20 Așteptări privind crearea de locuri de muncă și creșterea afacerilor

Capacitatea anticipată de **crearea de noi locuri de muncă** în rândul întreprinderilor din România **s-a redus considerabil în 2024**, ceea ce indică o temperare a optimismului antreprenorial față de anii precedenți.

Conform datelor GEM 2024, doar **11,11%** dintre antreprenorii în stadiu incipient estimează că își vor **crește numărul de angajați cu cel puțin 10 persoane** și cu **peste 50%** în următorii cinci ani (a se vedea *Tabelul 8*). Comparativ cu 21,33% în 2023 (și niveluri similare în 2022), această evoluție reprezintă **aproape o înjumătățire a ponderii antreprenorilor orientați spre o creștere accelerată a ocupării**. Scăderea poate reflecta un context perceput ca mai riscant, în condițiile inflației persistente, costurilor ridicate ale creditării și incertitudinilor asociate anului electoral 2024. Tendința este și mai pronunțată în rândul **antreprenorilor consacrați**, unde doar **2,38%** dintre proprietarii-manageri anticipează o extindere substanțială a echipei (creștere cu cel puțin 10 persoane și cu peste 50% în următorii cinci ani), nivel aproape neschimbat față de **2,61%** în 2023. Acest rezultat sugerează **o inerție a planurilor de dezvoltare** în segmentul firmelor mature, în timp ce **firmele noi rămân principalul motor al creșterii ocupării**, chiar dacă și în cazul acestora se observă o diminuare a apetitului pentru expansiune.

Tabelul 8. Impactul antreprenorial al firmelor din România, 2024

Indicator	Antreprenori în stadiu incipient*	Antreprenori consacrați **
Așteptări privind creșterea numărului de locuri de muncă creștere cu cel puțin 10 persoane și cu peste 50% a numărului de angajați în următorii 5 ani	11,11%	2,38%
Grad de internaționalizare peste 25% din venituri provin din exporturi	8,55%	13,58%

Notă: * Procent din antreprenorii în stadiu incipient. **Procent din proprietarii de firme consacrate.

Sursă: GEM APS România (2024)

În ceea ce privește **deschiderea către piețele externe**, gradul de internaționalizare rămâne **modest**, dar indică o îmbunătățire față de 2023.

În 2024, **8,55%** dintre antreprenorii în stadiu incipient și **13,58%** dintre antreprenorii consacrați declară că peste un 25% din veniturile

lor provin din exporturi, în creștere față de **7,32%**, respectiv **5,51%** în 2023. Această evoluție sugerează **un interes în creștere pentru extinderea internațională**, posibil susținut de accesul la piața unică europeană și de digitalizarea canalelor comerciale.

Cu toate acestea, **gradul de internaționalizare al firmelor românești rămâne redus** în termeni comparativi, ceea ce indică o ancorare încă puternică în piața internă, percepută ca mai familiară și mai puțin riscantă. Printre principalele **obstacole** se numără: accesul limitat la rețele internaționale de distribuție, resurse financiare insuficiente pentru extinderea externă, lipsa competențelor și a experienței în operarea pe piețe internaționale, precum și o orientare strategică predominant defensivă, concentrată pe consolidarea pe piața locală.

1.21 Inovare și intensitate tehnologică

Evoluțiile recente confirmă că mediul antreprenorial românesc se află încă **într-un stadiu de tranziție** în ceea ce privește adoptarea tehnologiilor moderne. În 2024, **utilizarea efectivă a instrumentelor digitale și a tehnologiilor avansate rămâne redusă**, chiar dacă interesul declarat pentru digitalizare și inovare este în creștere. Rezultatele GEM arată că, deși tot mai mulți antreprenori recunosc rolul strategic al tehnologiei, **implementarea soluțiilor digitale este încă lentă și neuniformă**.

Majoritatea întreprinderilor românești continuă să opereze la un **nivel tehnologic scăzut**. În rândul **antreprenorilor în stadiu incipient (TEA)**, peste **95% utilizează tehnologii de bază** (vezi *Figura 24*), în timp ce aproximativ 2–3% raportează utilizarea unor soluții tehnologice avansate. Un profil similar se regăsește și în cazul **antreprenorilor consacrați (EBO)**, unde **predomină în continuare modelul low-tech**, iar integrarea tehnologiilor moderne în activitatea curentă rămâne limitată la un segment restrâns de firme.

Figura 24. Distribuția antreprenorilor în stadiu incipient (TEA) și a antreprenorilor consacrați (EBO) din România în funcție de nivelul tehnologic utilizat, 2024

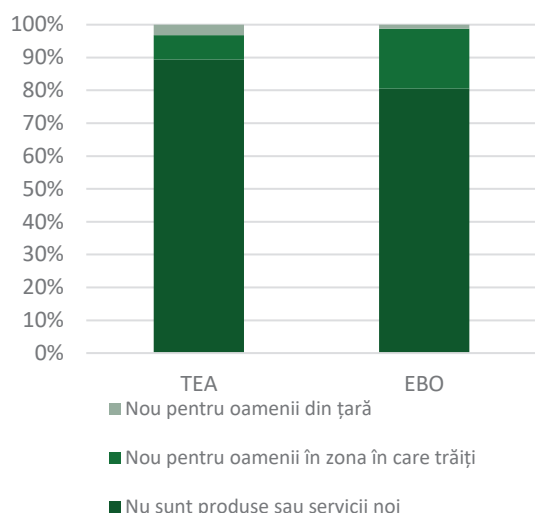


Sursă: GEM APS România (2024)

Cu toate acestea, se conturează o diferență relevantă: **antreprenorii în stadiu incipient par mai receptivi la transformarea digitală**, însă constrângerile legate de resursele financiare și de competențele tehnice întârzie, deocamdată, materializarea acestor intenții în practici operaționale consistente.

În ceea ce privește **noutatea produselor și serviciilor**, structura rămâne relativ stabilă, dar apar indicii de diversificare. Datele pentru 2024 arată că aproximativ **3% dintre antreprenorii în stadiu incipient** oferă produse complet noi pentru toți clienții, iar **7,45% lansează produse percepute ca noi doar pe piața locală** (a se vedea *Figura 25*). În rândul antreprenorilor consacrați, **19,51% declară că oferă produse sau servicii noi**, fie la nivel regional, fie la nivel național. Valorile rămân apropiate de cele din 2023 și 2022, ceea ce sugerează o **stagnare a ritmului de inovare**. Totuși, se conturează prime semnale privind dezvoltarea unor nișe asociate digitalizării, personalizării și serviciilor cu valoare adăugată mai ridicată.

Figura 25. Distribuția întreprinderilor în stadiu incipient (TEA) și a întreprinderilor consacrate (EBO) din România în funcție de noutatea produselor sau serviciilor oferite, 2024



Sursă: GEM APS România (2024)

Rezistența la inovare are cauze structurale multiple. Pe de o parte, **dimensiunea redusă a majorității afacerilor** limitează capacitatea acestora de a investi în cercetare-dezvoltare și în tehnologii emergente. Pe de altă parte, **educația antreprenorială orientată spre inovare**, precum și **accesul la finanțări dedicate tehnologiei, rămân insuficient dezvoltate**. În lipsa unor **politici publice coerente care să stimuleze inovarea** și să diminueze **riscurile asociate adoptării tehnologiilor emergente**, multe companii tind să rămână ancorate în modele de afaceri consacrate, orientate preponderent către piața internă și bazate pe competiție prin costuri.

Procesul de digitalizare se desfășoară, în prezent, într-un ritm inegal, conturând o dinamică în două viteze. Pe de o parte, un segment restrâns de firme tinere, localizate preponderent în mediul urban și mai bine capitalizate, adoptă tehnologii moderne pentru eficientizarea operațiunilor și pentru extinderea către piețe externe. Pe de altă parte, o parte importantă a mediului antreprenorial rămâne ancorată în structuri și practici tradiționale, cu o utilizare redusă a instrumentelor digitale. În lipsa unor măsuri de sprijin care să accelereze

transformarea digitală la scară largă, aceste diferențe structurale riscă să se amplifice în anii următori.

1.22 Concluzii: potențial de dezvoltare și competitivitate

Peisajul antreprenorial al României din 2024 se caracterizează printr-o combinație de **stabilitate structurală** și o **transformare calitativă încă lentă**. Structura mediului de afaceri rămâne similară celei din anii precedenți, **serviciile tradiționale** și companiile orientate preponderent către **pieța internă** continuă să domine, confirmând persistența unui model economic bazat pe consum. În același timp, apar **semne de maturizare**, prin orientarea unui segment încă restrâns de antreprenori către domenii cu valoare adăugată mai ridicată și către modele de afaceri mai sofisticate.

Comparativ cu perioada 2022–2023, anul 2024 indică o **diminuare a încrederii în expansiune și în capacitatea de creare a locurilor de muncă**, concomitent cu o **orientare lentă, dar progresivă, către piețele internaționale**. Această combinație sugerează o tranziție de la o fază relativ mai optimistă la una de prudență și consolidare, în care accentul se mută de la inițierea rapidă de noi afaceri către stabilizarea și ajustarea celor existente. În același timp, firmele consacrate continuă să opereze, în mare măsură, într-un cadru tradițional, iar deschiderea către inovare și digitalizare rămâne graduală, fiind impulsionată mai degrabă de presiuni externe (piața unică europeană, concurența regională) decât de factori interni ai ecosistemului.

În ansamblu, se conturează următoarea imagine:

Puncte forte:

- **stabilitate structurală** în sectoarele economice tradiționale;
- **semne de diversificare** către servicii profesionale și domenii cu componentă tehnologică;
- **orientare internațională în creștere**, chiar dacă într-un ritm gradual.

Puncte slabe:

- scădere accentuată a așteptărilor privind crearea de locuri de muncă;
- nivel scăzut al internaționalizării;
- intensitate tehnologică și capacitate de inovare foarte limitate;
- digitalizare inegală, fragmentată și lentă.

Evoluția ecosistemului antreprenorial va depinde, în principal, de:

- capacitatea antreprenorilor de a transforma **adaptarea** în **inovare**;
- capacitatea firmelor de a transforma **stabilitatea** operațională într-un **avantaj competitiv pe piețele externe**;

- implementarea unor **intervenții publice coerente** care să accelereze internaționalizarea, inovarea și digitalizarea (prin instrumente de finanțare dedicate, politici de sprijin pentru IMM-uri și programe de dezvoltare a competențelor).

În lipsa acestor evoluții, este probabil ca progresul mediului antreprenorial să rămână **incremental**, iar potențialul de convergență cu economiile europene avansate să fie valorificat doar parțial.

Digitalizare și inteligență artificială în antreprenariat

Integrarea tehnologiilor digitale în întreprinderile din România rămâne un **proces gradual și inegal**, marcat de diferențe substanțiale între antreprenorii în stadiu incipient și proprietarii de afaceri consacrate. În acest capitol, această dinamică este analizată prin prisma indicatorilor GEM care surprind orientarea, importanța percepută și intențiile de utilizare a tehnologiilor digitale. Deși majoritatea antreprenorilor recunosc importanța transformării digitale, **utilizarea efectivă a tehnologiilor moderne rămâne limitată**, iar România se situează sub media europeană la majoritatea indicatorilor privind digitalizarea.

În ansamblu, digitalizarea avansată este mai degrabă excepție decât o regulă. Majoritatea firmelor românești utilizează un set relativ restrâns de instrumente digitale, orientate preponderent către comunicare, vizibilitate online și activități de marketing, și mai puțin către automatizare, procese inteligente sau analiză de date. Această tendință reflectă modele identificate în alte economii emergente incluse în proiectul GEM, unde adopția tehnologică este dominată de soluții cu costuri reduse și cu beneficii imediate.

1.23 Nivelul de utilizare a instrumentelor digitale

În rândul antreprenorilor în stadiu incipient, digitalizarea ocupă un loc vizibil, însă **intensitatea și direcția acestui proces diferă considerabil în funcție de tipul de instrument utilizat** (a se vede *Figura 26*). Datele arată că **instrumentele de comunicare și prezență online sunt evaluate ca fiind cele mai relevante**, în timp ce tehnologiile avansate, precum analiza datelor, cloud computing sau inteligența artificială, sunt încă percepute ca având o utilitate marginală pentru activitatea curentă.

Astfel, **44,01%** dintre antreprenorii în stadiu incipient consideră **comunicarea prin e-mail** cu clienții și/sau angajații **foarte importantă**, iar

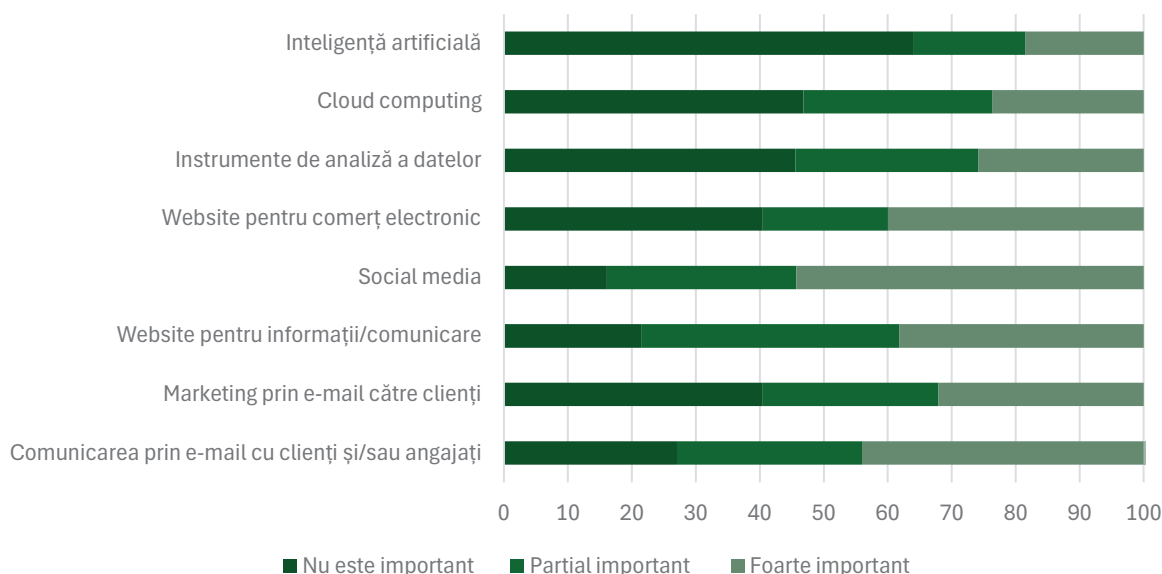
28,96% îi atribuie o importanță parțială, în timp ce **27,03%** declară că acest canal nu este important pentru afacerea lor. În schimb, în cazul **marketingului prin e-mail**, distribuția se inversează: **40,38%** dintre respondenți îl consideră neimportant, în timp ce doar **32,06%** îl evaluează drept **foarte important**. Această structură indică o segmentare clară între firmele care investesc în marketing digital și cele care continuă să se bazeze preponderent pe canale tradiționale de promovare.

Prezența online prin intermediul **website-urilor dedicate informării și comunicării** este considerată **foarte importantă** de **38,20%** dintre antreprenorii în stadiu incipient, în timp ce **21,47%** nu îi atribuie o importanță investesc. În schimb, **importanța rețelelor sociale** au o poziție dominantă: **54,26%** dintre **antreprenorii în stadiu incipient** le consideră **foarte importante**, aceasta fiind cea mai ridicată valoare dintre toate instrumentele analizate, confirmând rolul central al acestor platforme în strategiile de marketing și comunicare ale afacerilor în stadiu incipient.

În ceea ce privește **website-urile de comerț electronic**, percepția este mult mai polarizată: **39,95%** dintre antreprenori le consideră **foarte importante**, în timp ce **40,48%** le consideră neimportante. Rezultatul reflectă diferențele structurale dintre modelele de afaceri orientate spre vânzări online și cele axate pe servicii locale sau activități preponderent tradiționale.

În contrast cu instrumentele de comunicare și promovare, tehnologiile analitice și infrastructurile digitale avansate rămân marginale în utilizarea curentă. Doar **25,81%** dintre antreprenorii în stadiu incipient consideră **instrumentele de analiză a datelor foarte importante**, în timp ce **45,58%** le evaluează ca neimportante. Un profil similar se regăsește în cazul **soluțiilor de cloud computing**: **23,58%** le apreciază ca având o **importanță ridicată**, în timp ce **46,84%** nu le consideră relevante pentru activitatea lor.

Figura 26. Importanța percepută a instrumentelor digitale în rândul antreprenorilor în stadiu incipient, România, 2024



Sursă: GEM APS România (2024)

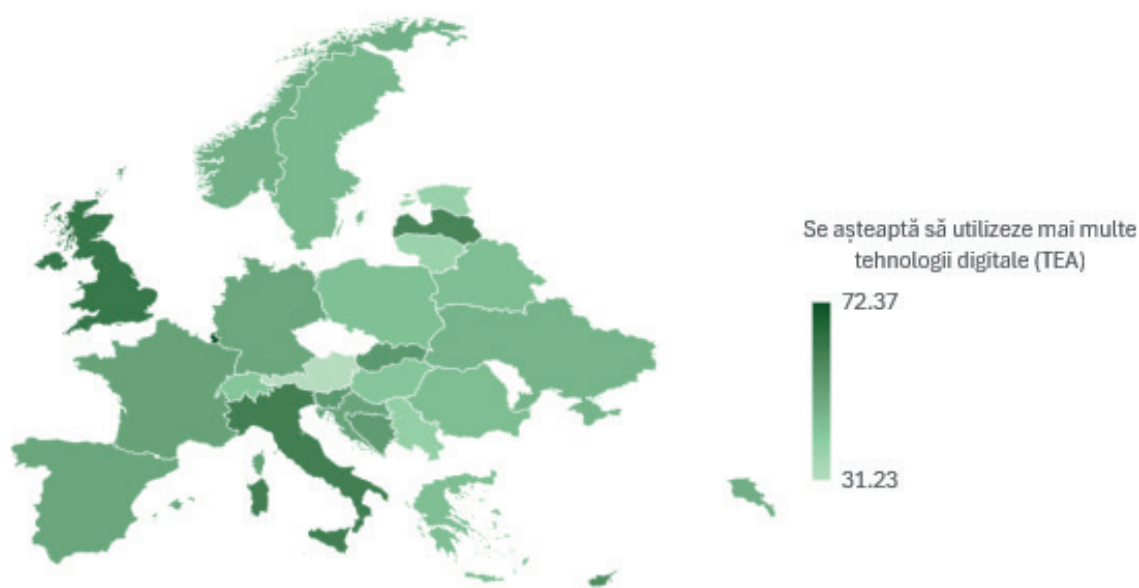
Inteligența artificială se află încă într-o fază incipientă de recunoaștere și valorizare strategică: doar **18,44%** dintre antreprenori în stadiu incipient o consideră **foarte importantă**, iar 64,09% declară că nu are importanță pentru activitatea lor. Aceste rezultate sugerează că, deși tehnologiile emergente sunt recunoscute la nivel declarativ ca având potențial, **integrarea lor în practici curente și în modele de afaceri rămâne limitată**.

În privința **perspectivelor de dezvoltare digitală**, România se **poziționează la un nivel intermediar în context european** (a se vedea Figura 27). Astfel, **44,44%** dintre antreprenorii în stadiu incipient declară că se așteaptă să utilizeze **mai multe tehnologii digitale** în perioada următoare, o valoare apropiată de Polonia (43,85%) și Suedia (45,71%), dar semnificativ inferioară nivelurilor înregistrate în Luxemburg (72,37%), Regatul Unit (62,33%) sau Italia

(60,50%). Această poziționare indică o **orientare moderată către digitalizare**, în care intenția de adopție este prezentă, însă rămâne condiționată de constrângeri structurale, precum **resurse financiare limitate, deficit de competențe digitale și incertitudini privind rentabilitatea investițiilor tehnologice**.

În ansamblu, profilul antreprenorilor în stadiu incipient din România evidențiază o **deschidere în creștere** către transformarea digitală, însă orientarea se manifestă mai ales prin adoptarea **instrumentelor cu impact imediat și costuri relativ reduse**. Deși interesul declarativ pentru soluțiile digitale este ridicat, **integrarea tehnologiilor avansate rămâne limitată**, iar **digitalizarea profundă** se află încă într-o fază incipientă. Această tendință este similară cu cea observată în alte economii emergente incluse în GEM.

Figura 27. Procentul antreprenorilor în stadiu incipient care se așteaptă să utilizeze mai multe tehnologii digitale pentru a-și vinde produsele sau serviciile în următoarele șase luni (%)



Sursă: GEM APS (2024)

Datele referitoare la **antreprenorii consacrați** conturează un **profil digital semnificativ mai conservator** (a se vedea *Figura 28*), comparativ cu cel al antreprenorilor în stadiu incipient. În majoritatea cazurilor, instrumentele digitale sunt percepute ca având o importanță mai redusă, iar orientarea către utilizarea lor rămâne limitată.

În ceea ce privește **comunicarea prin e-mail cu clienții și/sau angajații**, doar **44,46%** dintre antreprenorii consacrați consideră acest instrument **foarte important**, în timp ce 29,04% îl evaluează ca neimportant, iar 26,50% îi atribuie o importanță parțială. În cazul **marketingului prin e-mail**, diferențele sunt și mai accentuate: 64,69% dintre antreprenorii consacrați afirmă că acest canal nu este important pentru activitatea lor, iar doar **22,92%** îi recunosc o **importanță ridicată**, indicând o utilizare modestă a promovării digitale directe.

Website-urile dedicate informării și comunicării sunt considerate **foarte importante de 39,53%** dintre antreprenorii consacrați, însă 38,19% declară că nu le atribuie importanță, proporție semnificativ mai ridicată decât în cazul antreprenorilor în stadiu incipient. **Rețelele sociale** au o distribuție mai echilibrată: **33,82%**

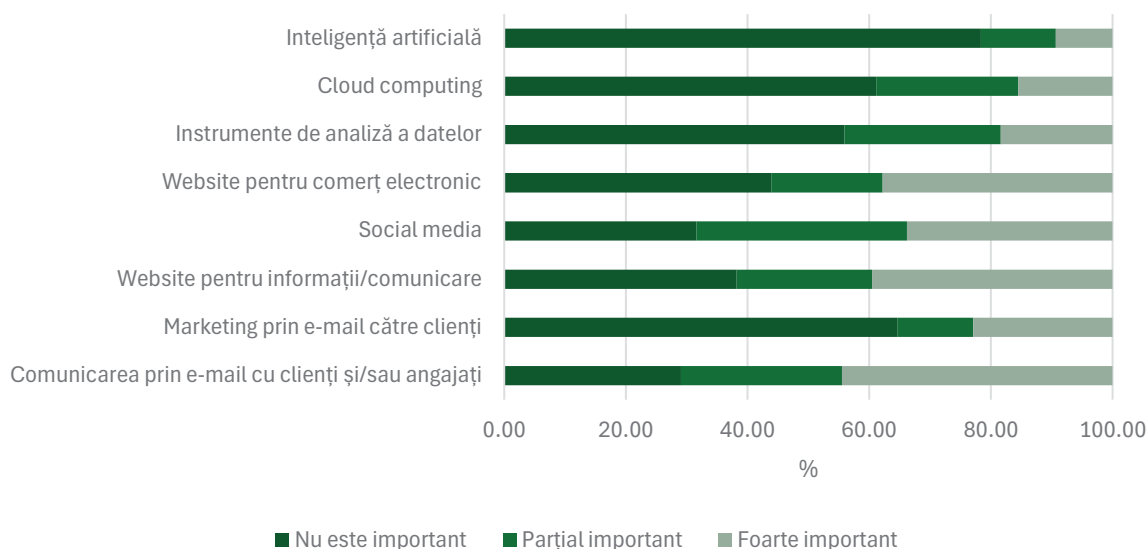
dintre antreprenorii consacrați le consideră **foarte importante**, iar 31,60% nu le consideră relevante. Acest profil indică o adopție moderată și selectivă, mai degrabă decât utilizarea lor ca instrument central de promovare.

Comerțul electronic este evaluat ca **foarte important de 37,82%** dintre antreprenorii consacrați, însă 43,90% îl consideră neimportant. Rezultatul sugerează că, pentru o parte semnificativă a firmelor consacrate, **canalele de vânzare online nu reprezintă încă o prioritate strategică**, modelele de afaceri rămânând ancorate în distribuția tradițională și în relații directe cu clienții.

În ceea ce privește **tehnologiile digitale avansate**, importanța percepută de antreprenorii consacrați este și mai redusă. Doar **18,37%** dintre antreprenorii consacrați consideră **instrumentele de analiză a datelor foarte importante**, în timp ce 55,93% le apreciază ca neimportante.

Pentru **soluțiile de cloud computing**, doar 15,51% dintre respondenți le atribuie o importanță ridicată, iar 61,15% le consideră irelevante pentru activitatea lor curentă.

Figura 28. Importanța percepută a instrumentelor digitale în rândul antreprenorilor consacrați, România, 2024



Sursă: GEM APS România (2024)

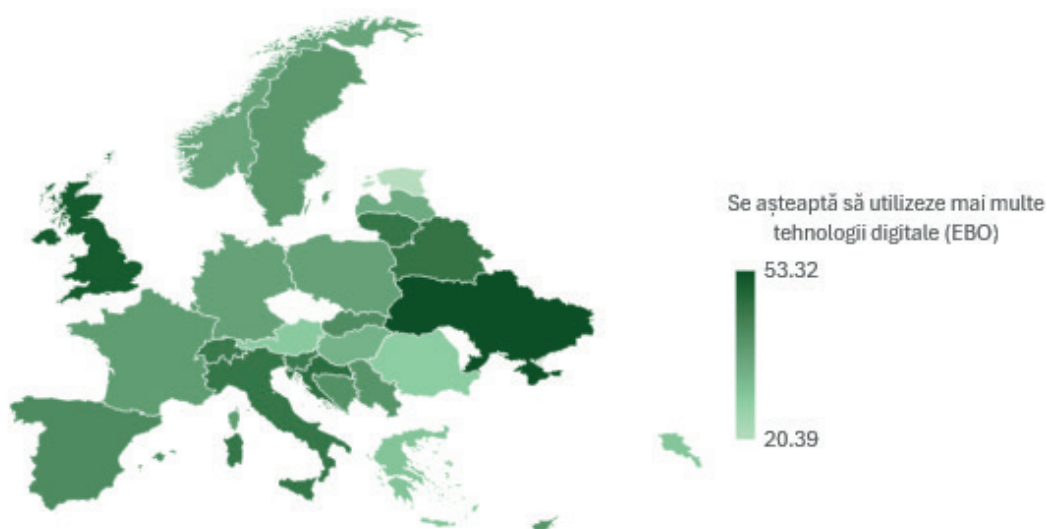
Inteligența artificială se află pe ultima poziție în ierarhia importanței tehnologice: doar **9,34%** dintre antreprenorii consacrați o consideră **foarte importantă**, în timp ce 78,33% declară că nu este relevantă pentru afacerea lor. Aceste rezultate confirmă **nivelul scăzut de importanță strategică atribuit tehnologiilor emergente în rândul firmelor consacrate**, unde **orientarea către modele tradiționale de afaceri** și presiunea competitivă relativ redusă diminuează motivația pentru investiții în digitalizare și inovare.

Intențiile de dezvoltare digitală în viitorul apropiat sunt, de asemenea, relativ reduse (a se vedea Figura 29). Doar **27,68%** dintre antreprenorii consacrați din România afirmă că se așteaptă să utilizeze mai multe tehnologii digitale în următoarele luni, semnificativ sub nivelul antreprenorilor în stadiu incipient (44,44%). **România se poziționează în treimea inferioară a clasamentului european** pentru acest indicator, alături de Austria (28,15%) și

Grecia (29,56%), și la distanță de economii în care digitalizarea IMM-urilor avansează rapid, precum Regatul Unit (51,16%) sau Ucraina (53,32%). Diferența dintre cele două categorii de antreprenori și poziționarea modestă la nivel european, confirmă existența unui **decalaj structural de digitalizare** în mediul de afaceri românesc.

Per ansamblu, profilul antreprenorilor consacrați din România evidențiază **o utilizare limitată a instrumentelor digitale**, o **percepție redusă a beneficiilor potențiale ale tehnologiei** și o **abordare prudentă față de transformarea digitală**. În timp ce antreprenorii în stadiu incipient investesc mai mult în vizibilitate și comunicare online, firmele mature rămân, în mare măsură, ancorate în practici operaționale tradiționale, ceea ce încetinește ritmul general al și poate amplifica, în timp, decalajele de competitivitate față de economiile europene mai avansate din tehnologic.

Figura 29. Procentul antreprenorilor consacrați care se așteaptă să utilizeze mai multe tehnologii digitale pentru a-și vinde produsele sau serviciile în următoarele șase luni (%)



Sursă: GEM APS (2024)

1.24 Importanța strategică a inteligenței artificiale

Inteligența artificială (IA) reprezintă unul dintre cele mai dinamice elemente ale transformării digitale contemporane. Totuși, datele GEM 2024 indică faptul că **importanța percepută și anticiparea rolului IA diferă semnificativ între antreprenorii în stadiu incipient și cei**

consacrați. Tendințe similare sunt raportate în alte studii GEM europene, indicând un interes ridicat pentru IA, neînsoțit de o integrare strategică corespunzătoare.

În România, **antreprenorii în stadiu incipient atribuie inteligenței artificiale o importanță relativ redusă: doar 18,44% o consideră foarte importantă** pentru activitatea lor (a se vedea Figura 30), în timp ce 64,09% declară că IA nu este relevantă pentru modelul lor de afaceri.

Figura 30. Procentul antreprenorilor în stadiu incipient care consideră că inteligența artificială este foarte importantă (%), 2024



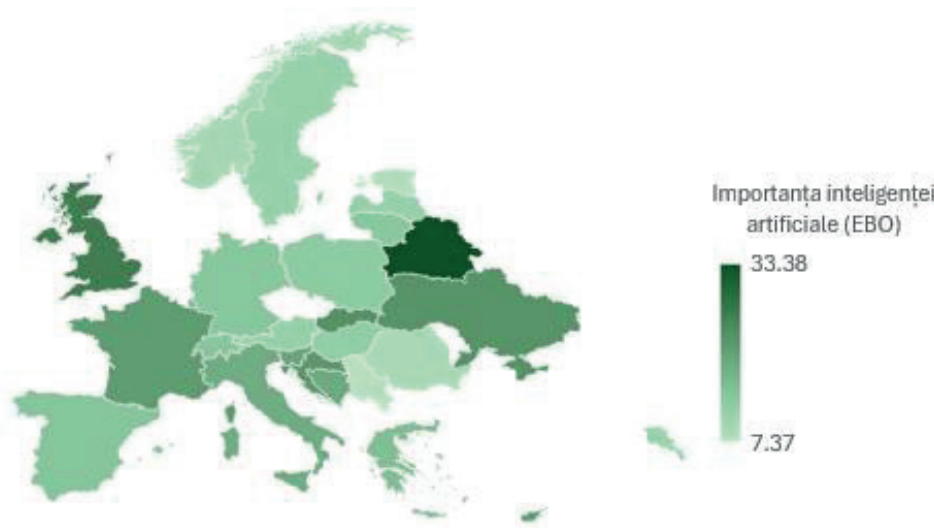
Sursă: GEM APS (2024)

Acest nivel poziționează România **sub media europeană**, unde ponderea antreprenorilor în stadiu incipient care consideră IA importantă se situează în jurul valorii de **22–23%**. În context european, România se află printre economiile cu **percepție mai scăzută** privind rolul strategic al inteligenței artificiale în afaceri: Cipru (32,27%), Luxemburg (33,65%) sau Regatul Unit (26,39%) raportează niveluri aproape duble de importanță atribuită acestei tehnologii, sugerând că **România se află încă într-o etapă timpurie de explorare și valorizare a potențialului IA**.

Pentru **antreprenorii consacrați**, importanța atribuită inteligenței artificiale este și mai redusă (a se vedea *Figura 31*). Doar **9,3%** dintre aceștia

consideră IA **foarte importantă** pentru afacerea lor, iar 78,3% o evaluează ca neimportantă, ceea ce indică o reticență ridicată față de această tehnologie. România se situează astfel **printre ultimele poziții în clasamentul european**, la distanță de economii precum Belarus (33,38%), Croația (21,81%) sau Regatul Unit (26,12%), unde inteligența artificială este mult mai frecvent percepută ca având un rol strategic. Diferența dintre antreprenorii în stadiu incipient și cei consacrați sugerează că, pe măsură ce firmele se maturizează, **interesul pentru tehnologiile emergente, inclusiv IA, tinde să se diminueze**, consolidând un profil digital mai conservator în rândul întreprinderilor consacrate.

Figura 31. Procentul antreprenorilor consacrați care consideră că inteligența artificială este foarte importantă (%), 2024



Sursă: GEM APS (2024)

Așteptările privind integrarea inteligenței artificiale în strategiile de afaceri rămân reduse atât în rândul antreprenorilor în stadiu incipient, cât și al celor consacrați. Doar **15,87%** dintre antreprenorii în stadiu incipient din România anticipează că **inteligența artificială va deveni importantă** pentru modelul lor de afaceri **în următorii trei ani** (a se vedea *Tabelul 9*), nivel semnificativ inferior **mediei europene** (22,58%) și **mediei globale GEM** (28,74%). România se clasează **pe locul 45 din 51** de economii

analizate, confirmând un ritm lent al anticipării transformării digitale.

În rândul antreprenorilor consacrați, perspectiva este și mai rezervată: doar **11,20%** consideră că inteligența artificială va avea o **importanță crescută în următorii trei ani**, comparativ cu **18,81%** (media europeană) și **26,19%** (media globală). România se poziționează **pe locul 46 din 51**, printre economiile cel mai puțin optimiste în privința rolului viitor al IA în afaceri.

Tabelul 9. Importanța anticipată a inteligenței artificiale pentru modelul de afaceri și strategia antreprenorială în următorii trei ani, 2024

	România	Media țărilor europene	Media GEM	Poziția României
Antreprenori în stadiu incipient	15,87%	22,58%	28,74%	45/51
Antreprenori consacrați	11,20%	18,81%	26,19%	46/51

Sursă: calcule proprii pe baza GEM APS (2024)

Deși așteptările privind integrarea efectivă rămân reduse, antreprenorii români recunosc totuși o serie de beneficii potențiale asociate utilizării IA (a se vedea *Tabelul 10* și *Tabelul 11*). În rândul **antreprenorilor în stadiu incipient**, percepțiile privind impacturile pozitive, în majoritatea cazurilor, **superioare mediilor europene**. Astfel, **61,68%** consideră că IA poate contribui la creșterea veniturilor și dezvoltarea afacerii, iar **58,58%** o asociază cu îmbunătățirea productivității și eficienței operaționale.

Totodată, **54,78%** anticipează o **gestionare mai bună a riscurilor și conformității**, iar **50,42%** menționează o **personalizare îmbunătățită a relației cu clienții**. Chiar dacă doar **46,71%** asociază IA cu dezvoltarea de produse și servicii inovatoare, aceste valori depășesc mediile europene. În ansamblu, rezultatele indică un interes substanțial pentru **aplicarea a IA în scopuri comerciale**, chiar intenția de integrare rămâne, la nivel agregat, prudentă.

Tabelul 10. Percepția impacturilor potențiale ale introducerii inteligenței artificiale în afaceri în rândul antreprenorilor în stadiu incipient (%), România 2024

Indicator*		România	Media țărilor europene	Media GEM	Poziția României
Impact pozitiv	Personalizare îmbunătățită pentru clienți	50,42	42,47	48,94	22/51
	Productivitate și eficiență operațională îmbunătățită	58,58	47,49	52,26	17/51
	Dezvoltarea de produse și servicii inovatoare	46,71	43,42	49,25	30/51
	Gestionarea mai bună a riscurilor și conformitate	54,78	37,14	42,80	8/51
	Creșterea veniturilor și dezvoltarea afacerii	61,68	41,34	48,68	14/51
Impact negativ	Securitatea datelor și confidențialitatea	59,20	43,63	44,73	4/51
	Costuri și provocări de implementare	51,93	32,46	37,21	5/51
	Rezistența angajaților la inteligența artificială	51,09	26,08	28,69	1/51
	Dileme etice în luarea deciziilor cu inteligența artificială	35,85	30,27	32,07	14/51
	Neîncrederea sau rezistența clienților față de inteligența artificială	46,97	31,42	33,46	4/51

Notă: impact ridicat

Sursă: calcule proprii pe baza GEM APS (2024)

În rândul **antreprenorilor consacrați**, **optimismul față de beneficiile inteligenței artificiale este și mai accentuat** (a se vedea *Tabelul 11*), chiar dacă importanța atribuită și intențiile de integrare rămân reduse. **72,07%** consideră că IA ar putea stimula **creșterea veniturilor și dezvoltarea afacerii**, ceea ce plasează România **pe locul 2** în clasamentul economiilor GEM pentru acest indicator. Totodată, **63,27%** o asociază cu **îmbunătățirea productivității**, iar **60,32%** anticipează o

personalizare îmbunătățită a relației cu clienții. În plus, peste jumătate dintre antreprenorii consacrați asociază IA cu **inovația în produse și servicii** (53,93%) și cu o **gestionare mai eficientă a riscurilor și conformității** (56,87%). Aceste rezultate sugerează un **decalaj între percepție și aplicare**: deși firmele mature sunt mai prudente în adopția tehnologiilor emergente, ele **conștientizează potențialul transformator al IA** și exprimă o **încredere ridicată** în avantajele sale la nivel strategic.

Tabelul 11. Percepția impacturilor potențiale ale introducerii inteligenței artificiale în afaceri în rândul antreprenorilor consacrați (%), România 2024

Indicator*		România	Media țărilor europene	Media GEM	Poziția României
Impact pozitiv	Personalizare îmbunătățită pentru clienți	60,32	34,00	43,19	8/51
	Productivitate și eficiență operațională îmbunătățită	63,27	37,76	45,72	7/51
	Dezvoltarea de produse și servicii inovatoare	53,93	36,04	44,49	15/51
	Gestionarea mai bună a riscurilor și conformitate	56,87	31,42	38,34	6/51
	Creșterea veniturilor și dezvoltarea afacerii	72,07	32,61	41,76	2/51
Impact negativ	Securitatea datelor și confidențialitatea	49,98	41,73	44,88	15/51
	Costuri și provocări de implementare	66,40	30,82	36,50	2/51
	Rezistența angajaților la inteligența artificială	51,87	24,32	28,90	5/51
	Dileme etice în luarea deciziilor cu inteligența artificială	38,56	29,76	32,93	15/51
	Neîncrederea sau rezistența clienților față de inteligența artificială	56,05	28,41	33,51	2/51

Notă: impact ridicat

Sursă: calcule proprii pe baza GEM APS (2024)

În același timp, datele GEM indică faptul că antreprenorii români asociază **adopția inteligenței artificiale cu riscuri și constrângeri semnificative**, care pot explica prudența în planurile de integrare. **Securitatea datelor și protecția confidențialității** reprezintă o sursă majoră de îngrijorare, fiind menționată de **59,20%** dintre **antreprenorii în stadiu incipient** și de **49,98%** dintre **antreprenorii consacrați**, valori peste mediilor europene și globale. O altă barieră importantă este reprezentată de **costurile și dificultățile de implementare**,

percepute ca obstacole serioase de **51,93%** dintre **antreprenorii în stadiu incipient** și de **66,40%** dintre **antreprenorii consacrați**. Intensitatea acestei preocupări poziționează România **printre primele cinci economii GEM la nivel global**, sugerând constrângeri structurale asociate resurselor financiare, competențelor interne și infrastructurii digitale.

De asemenea, **rezistența angajaților** la utilizarea IA este anticipată de **51,09%** dintre **antreprenorii în stadiu incipient** și de **51,87%** dintre **cei consacrați**, un nivel ridicat care

situează România în **topul țărilor GEM** la acest indicator și indică potențiale dificultăți de schimbare organizațională și de adaptare a forței de muncă. La aceste preocupări se adaugă **neîncrederea clienților** în soluțiile bazate pe inteligență artificială (menționată de **46,97%** dintre **antreprenorii în stadiu incipient** și de **56,05%** dintre **antreprenorii consacrați**), precum și **dilemele etice** asociate deciziilor automatizate (recunoscute de **35,85%** dintre **antreprenorii în stadiu incipient** și de **38,56%** dintre **antreprenorii consacrați**). Chiar dacă aceste valori nu sunt extreme în comparație internațională, ele indică o **conștientizare relativ ridicată a implicațiilor non-tehnice ale utilizării IA**.

Prin urmare, percepția asupra inteligenței artificiale în antreprenoriatul românesc este marcată de un dualism pronunțat: pe de o parte, un **nivel scăzut al importanței atribuite în prezent și al anticipării rolului viitor**, iar pe de altă parte, o **conștientizare ridicată a potențialului transformator și a beneficiilor posibile**. Această combinație de **interes conceptual și prudență în planurile de integrare** reflectă stadiul încă incipient al transformării digitale la nivel național și contribuie la explicarea poziționării modeste a României în clasamentele internaționale privind adopția și integrarea inteligenței artificiale în mediul de afaceri.

1.25 Concluzii: maturitatea digitală a antreprenoriatului românesc

Analiza datelor GEM 2024 evidențiază un **decalaj între deschiderea declarată către digitalizare și importanța strategică atribuită tehnologiilor** în activitatea antreprenorială din România. Deși digitalizarea este recunoscută ca factor important de competitivitate, utilizarea sa rămâne **selectivă și, în mare parte, superficială**.

Antreprenorii în stadiu incipient manifestă o **orientare mai pronunțată către instrumente digitale**, peste 44% dintre ei declarând intenția de a-și extinde utilizarea acestora. Totuși, digitalizarea este **preponderent tactică**, concentrată pe **comunicare, vizibilitate și promovare online**, și mai puțin pe

automatizare, analiză de date sau optimizare operațională.

În contrast, **antreprenorii consacrați** prezintă un profil digital semnificativ **mai conservator**. Doar **27,68%** dintre aceștia se așteaptă să își intensifice utilizarea tehnologiilor digitale, iar pentru majoritatea, soluțiile avansate, precum analiza datelor, cloud computing, inteligența artificială, sunt încă percepute ca **nerelevante** pentru activitatea curentă. Această atitudine reflectă persistența unor modele de afaceri predominant tradiționale, în care presiunea competitivă pentru transformare digitală rămâne redusă.

În ceea ce privește **inteligența artificială**, România se situează **sub media europeană** atât din perspectiva importanței atribuite în prezent, cât și a anticipării rolului său viitor. Deși o parte semnificativă a antreprenorilor recunoaște **potențialul IA pentru creșterea productivității, eficienței și veniturilor**, intențiile de integrare rămân prudente, fiind frânate de **costurile de implementare, riscurile legate de securitatea datelor și confidențialitate**, precum și de **posibila rezistență internă** (angajați) și **externă** (clienți). Rezultă astfel un profil caracterizat prin **conștientizare ridicată și utilizare redusă**, în care beneficiile sunt înțelese la nivel conceptual, dar sunt rar transpuse în practică.

În ansamblu, România se poziționează **sub media europeană în ceea ce privește intenția de extindere a digitalizării**, atât în rândul antreprenorilor în stadiu incipient, cât și al celor consacrați. Discrepanța dintre interesul declarat și nivelul de concretizare strategică reflectă **constrângeri structurale persistente**, similare celor identificate în alte economii emergente GEM: deficit de competențe digitale avansate, resurse financiare limitate pentru investiții tehnologice, percepția unei rentabilități incerte a adopției digitale și **lipsa unor politici publice coerente de sprijin pentru digitalizarea IMM-urilor**.

Prin urmare, transformarea digitală a antreprenoriatului românesc se află **într-o etapă incipientă de maturizare**. Există intenție și interes, însă **integrarea profundă a tehnologiilor digitale și a soluțiilor de vârf, inclusiv a inteligenței artificiale, rămâne**

excepția, nu regula. În absența unor intervenții sistematice și coordonate, decalajul față de

economiile europene mai avansate riscă să se mențină sau chiar să se accentueze.

Ecosistemul antreprenorial din România

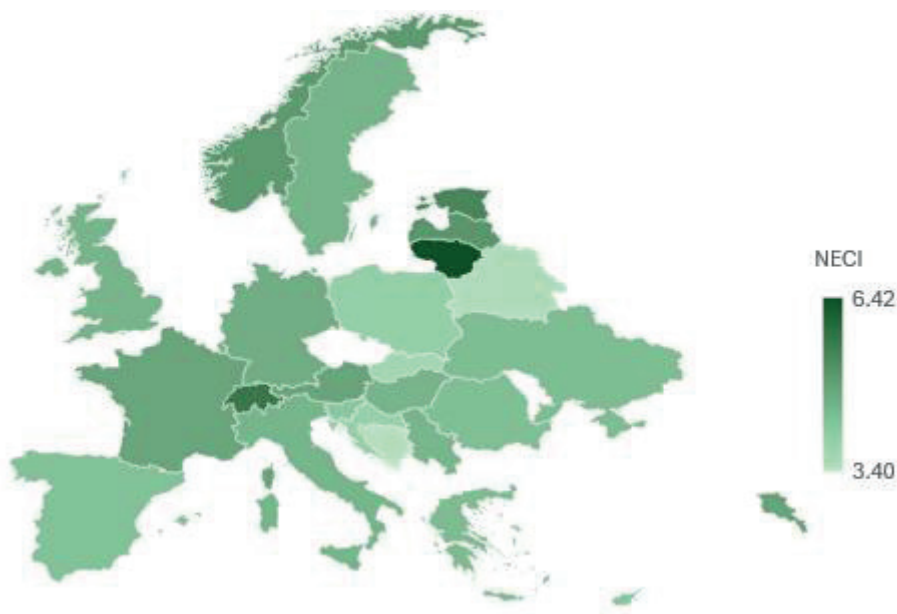
Indicele național al mediului antreprenorial (*National Entrepreneurship Context Index, NECI*) oferă o **evaluare sintetică a condițiilor care stimulează** sau, dimpotrivă, **constrâng activitatea antreprenorială** într-o economie. Indicatorul este construit pe baza rezultatelor sondajului experților naționali (*National Expert Survey, NES*) și reflectă percepțiile experților naționali cu privire la calitatea politicilor publice, infrastructurii, educației antreprenoriale, accesului la finanțare, precum și a contextului socio-cultural. Scorurile NECI sunt exprimate pe o scară de la 0 la 10, unde valorile mai ridicate indică existența unui ecosistem antreprenorial mai favorabil dezvoltării, inovării și creșterii sustenabile a afacerilor.

1.26 Poziționarea României în Europa: condiții-cadru și indicele NECI

În 2024, analiza comparativă a țărilor europene participante la GEM indică o **tendință generală**

de **îmbunătățire a mediilor antreprenoriale**, evidențiată de dinamica scorurilor NECI (a se vedea *Figura 32*). Această evoluție pozitivă coexistă însă cu **diferențe structurale persistente** între subregiunile Europei, determinate în principal de calitatea cadrului instituțional, nivelul de digitalizare, eficiența politicilor publice și accesul la finanțare. În partea superioară a clasamentului se mențin statele baltice (Lituania – 6,42; Estonia – 5,42; Letonia – 5,11), susținute de infrastructuri digitale avansate, stabilitate instituțională și o orientare constantă către inovare și competitivitate. La polul opus, unele economii din sud-estul Europei înregistrează în continuare **constrângeri structurale semnificative**, reflectate în scoruri mai reduse, precum Bosnia și Herțegovina (3,40), Croația (3,94) și Grecia (4,38). În aceste cazuri, principalele vulnerabilități sunt asociate cu eficiența politicilor publice, coerența intervențiilor de sprijin și limitările în mecanismele de finanțare a inițiativelor antreprenoriale.

Figura 32. Indicele național al mediului antreprenorial (NECI) în Europa, 2024



Sursă: calcule proprii pe baza GEM NES (2024)

În 2024, **România** înregistrează un scor **NECI de 4,34**, situându-se **ușor sub media europeană și media globală**, dar încadrându-se în zona mediană a clasamentului regional. Din perspectiva evoluției recente, valorile NECI indică **o stabilitate relativ pronunțată**, fără un trend clar de convergență: **4,41** (2021), **4,30** (2022), **4,36** (2023) și **4,34** (2024). Această dinamică relativ constantă reflectă **un o capacitate limitată de îmbunătățire structurală a ecosistemului antreprenorial**, în condițiile în care progresele punctuale din anumite domenii sunt compensate de persistența unor constrângeri în altele.

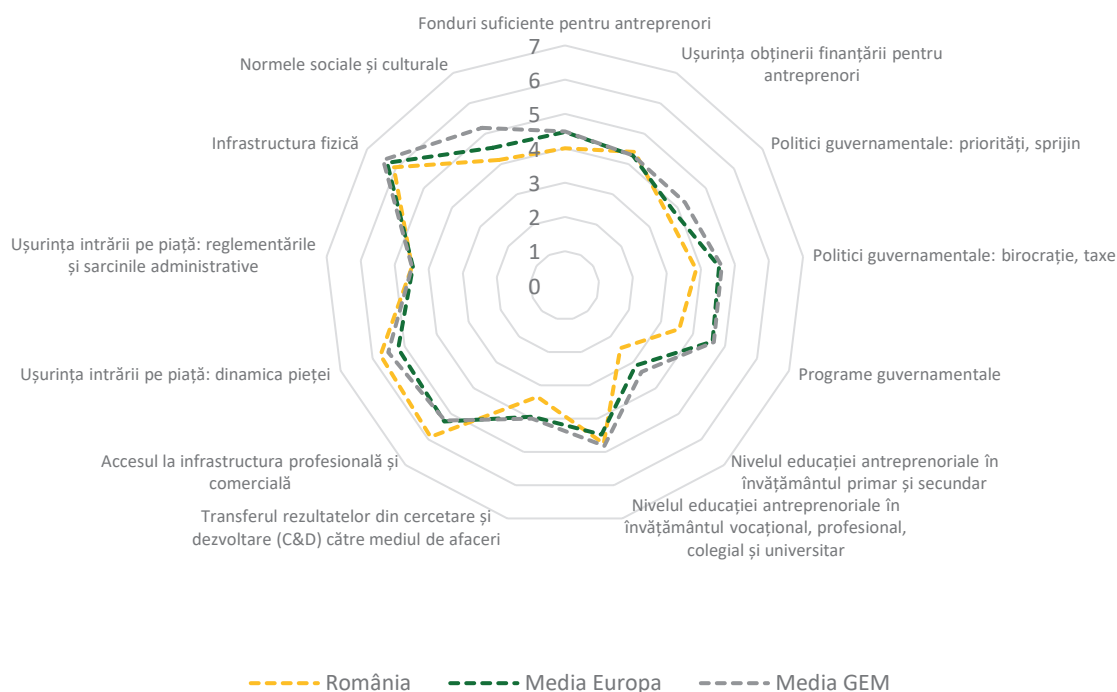
În context european, poziționarea României este comparabilă cu cea a unor țări, precum Grecia, Ucraina sau Ungaria, însă rămâne considerabil sub nivelul economiilor cu ecosisteme antreprenoriale consolidate, precum Lituania (6,42), Elveția (5,69) sau Norvegia (5,03).

Această poziție reflectă indică existența unui **decalaj structural** față de grupul lider, atât în ceea ce privește calitatea condițiilor-cadru, cât și capacitatea de a genera rezultate antreprenoriale scalabile și sustenabile.

1.27 Evaluarea condițiilor antreprenoriale (NES)

Analiza celor nouă condiții-cadru evaluate în 2024 (a se vedea *Figura 33*) conturează **un profil structural dezechilibrat** al ecosistemului antreprenorial din România. Deși **infrastructura fizică, infrastructura profesională și comercială și dinamica pieței** se situează la niveluri relativ competitive, celorlalte dimensiuni înregistrează valori sub mediile europene și globale, ceea ce indică persistența unor **vulnerabilități sistemice** în funcționarea mediului antreprenorial.

Figura 33. Condiții-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului, 2024 – România, media Europei și media GEM



Sursă: calcule proprii pe baza GEM NES (2024)

În 2024, România se evidențiază favorabil la capitolul **infrastructura fizică (6,07)**, nivel apropiat de media europeană (6,30) și de cea globală (6,44), ceea ce indică existența unor bariere materiale și logistice relativ reduse. Un al doilea punct forte îl constituie **infrastructura profesională și comercială (5,90)**, care depășește media europeană (5,30), indicând existența unor servicii și rețele de suport funcționale pentru activitatea antreprenorială. Totodată, **dinamica pieței (5,75)** reflectă un grad rezonabil de flexibilitate, favorabil intrării și adaptării firmelor noi pe piață.

În schimb, **politicile publice** rămân una dintre cele mai vulnerabile dimensiuni ale ecosistemului antreprenorial. **Politicile guvernamentale de sprijin pentru antreprenoriat** sunt evaluate la **3,64**, sub media europeană (3,84), iar percepțiile privind **birocrăția și fiscalitatea** se mențin la un nivel modest (**3,86**, comparativ cu **4,53** în Europa). Totodată, **programele guvernamentale dedicate antreprenorilor** înregistrează un scor de **3,57**, mult sub media europeană (4,60), ceea ce indică atât **eficiență redusă**, cât și **dificultăți de acces** asociate procedurilor, criteriilor de eligibilitate, predictibilității și capacității administrative de implementare.

Dimensiunea educațională evidențiază o **polarizare accentuată**. La nivelul învățământului primar și secundar, **educația antreprenorială rămâne una dintre cele mai deficitare componente ale ecosistemului**, cu un scor de **2,44** (sub media europeană 3,11 și media globală 3,37), ceea ce reflectă un **deficit structural în formarea competențelor antreprenoriale în etapele timpurii ale educației**. În schimb, la nivelul învățământului universitar și profesional, România se poziționează relativ mai favorabil: **educația antreprenorială atinge sorul de 4,75**, peste media europeană (4,48) și apropiată de media GEM (4,82). Acest contrast sugerează că **universitățile și programele specializate pot contribui la dezvoltarea competențelor antreprenoriale**, însă lipsa unei continuități educaționale între nivelurile preuniversitar și universitar diminuează impactul sistemic al acestor inițiative și limitează consolidarea unei culturi antreprenoriale la nivel societal.

Transferul rezultatelor cercetării către mediul de afaceri rămâne modest în 2024, cu un scor de **3,35**, sub media europeană (3,94) și media globală (4,00). Această poziționare sugerează o **conectare insuficientă între sistemul de cercetare-dezvoltare și nevoile întreprinderilor**, reflectată prin colaborări limitate, mecanisme încă slabe de comercializare a inovării, dificultăți de scalare și acces redus la infrastructura și serviciile de transfer tehnologic.

În aceeași logică, **normele sociale și culturale**, care surprind atitudinile față de inițiativa privată și statutul antreprenorului, sunt evaluate în România la **4,13**, sub media europeană (4,54) și semnificativ sub media GEM (5,19). Acest nivel indică persistența unor **barierele culturale**: eșecul continuă să fie asociat cu un cost reputațional relativ ridicat, iar **succesul antreprenorial este încă interpretat prin repere sociale mai tradiționale**. În consecință, aceste percepții pot reduce atât disponibilitatea de a iniția proiecte antreprenoriale inovatoare, cât și apetitul pentru asumarea riscului, creștere accelerată și internaționalizare.

În ansamblu, structura condițiilor-cadru confirmă un **profil dezechilibrat al ecosistemului antreprenorial din România**. Progresele înregistrate în domenii, precum **infrastructura fizică și dinamica pieței** indică faptul că economia poate susține inițiative private și poate facilita intrarea pe piață. Totuși, **lipsa de coerență a politicilor publice, povara administrativă ridicată, eficiența redusă a programelor guvernamentale și dezvoltarea insuficientă a educației antreprenoriale de bază** limitează transformarea acestui potențial structural într-un avantaj competitiv durabil.

Astfel, mediul antreprenorial românesc continuă să se bazeze preponderent pe **factori structurali favorabili**, în timp ce **dimensiunile instituționale, educaționale și culturale** rămân insuficient consolidate. În acest context, consolidarea ecosistemului depinde în mod esențial de **îmbunătățirea calității guvernancei publice, reducerea poverii administrative și stimularea unei culturi antreprenoriale orientate spre inovație și asumarea riscului**,

domenii în care decalajele față de media europeană continuă să fie semnificative.

1.28 Dimensiuni tematice: sustenabilitate, antreprenoriat feminin și inteligența artificială

O perspectivă complementară asupra mediului antreprenorial din România în 2024 poate fi obținută prin analiza unor dimensiuni tematice incluse în evaluarea NES, respectiv **sustenabilitatea și responsabilitatea socială, sprijinul pentru antreprenoriatul feminin și percepțiile privind utilizarea inteligenței artificiale** în activitatea antreprenorială. Aceste componente nu doar completează evaluarea condițiilor-cadru generale, ci oferă și repere relevante privind **direcțiile strategice** ale mediului de afaceri și **capacitatea de adaptare** la transformările economice și tehnologice recente.

1.28.1 Percepția experților privind sustenabilitatea

În ceea ce privește orientarea către **sustenabilitate și responsabilitate socială** (a se vedea *Tabelul 12*), România se situează **sub mediile europene și globale** la majoritatea indicatorilor, sugerând că integrarea

dimensiunilor ESG în strategiile firmelor noi și în creștere rămâne limitată. Prioritatea acordată **responsabilității sociale** în cadrul acestor firme este evaluată la **3,94**, comparativ cu **5,19** în Europa (și **5,17** la nivel GEM), ceea ce indică o implicare relativ redusă în inițiative cu impact comunitar și social. În același timp, **performanța economică** este percepută ca obiectiv prioritar (scor **4,85**), la un nivel apropiat de media europeană (**5,08**), ceea ce confirmă orientarea predominantă către criterii de eficiență și rezultate imediate.

Dimensiunea de mediu este evaluată relativ mai favorabil, însă rămâne, în ansamblu, secundară. **Bunele practici de mediu** înregistrează un scor de **5,28**, ușor sub media europeană (**5,58**) și apropiat de media GEM (**5,30**). În schimb, **sustenabilitatea generală** este apreciată la **4,19**, semnificativ sub nivelul european (**5,53**) și global (**5,54**), ceea ce sugerează că sustenabilitatea este percepută mai degrabă ca un element complementar decât ca direcție strategică centrală. În același timp, percepția privind prioritatea acordată sustenabilității de către guverne/decidenți politici prin reglementări este ușor mai ridicată în România (**4,76**) decât media europeană (**4,64**), însă această evaluare nu se reflectă într-o integrare comparabilă a sustenabilității la nivelul firmelor.

Tabelul 12. Compararea percepțiilor privind prioritățile firmelor noi și în creștere: România, media Europei și media GEM, 2024

Indicator	România	Media Europa	Media GEM
Percepția asupra gradului de prioritate acordat bunelor practici de contribuție și responsabilitate socială în firmele noi și în creștere	3,94	5,19	5,17
Percepția asupra gradului de prioritate acordat performanței economice în firmele noi și în creștere	4,85	5,08	5,02
Percepția asupra gradului de prioritate acordat bunelor practici de mediu în firmele noi și în creștere	5,28	5,58	5,3
Percepția asupra gradului de prioritate acordat sustenabilității în firmele noi și în creștere	4,19	5,53	5,54
Percepția asupra gradului de prioritate acordat sustenabilității afacerilor de către guverne/decidenți politici prin noi reglementări/legi	4,76	4,64	4,74

Sursă: calcule proprii pe baza GEM NES (2024)

Prin urmare, tabloul general indică o **discrepanță structurală între orientarea predominantă către economică și integrarea limitată a responsabilității sociale și a sustenabilității** în strategiile firmelor noi și în creștere. Această configurație susține ideea unei culturi antreprenoriale aflate într-o etapă de tranziție, în care logica eficienței pe termen scurt rămâne dominantă, iar alinierea la standardele europene privind dezvoltarea durabilă este încă percepută mai degrabă ca o cerință de conformare decât ca un avantaj competitiv.

1.28.2 Antreprenoriatul feminin

Situația antreprenoriatului feminin (a se vedea *Tabelul 13*) indică un **progres lent și neuniform**. Percepțiile privind **sprijinul instituțional și cultural** acordat antreprenoarelor sunt evaluate la **3,99**, ușor **peste media europeană (3,84)** și apropiate de media GEM (**4,05**), ceea ce sugerează că, la nivel declarativ și normativ, există o bază relativ favorabilă pentru participarea femeilor la activitatea antreprenorială.

Totuși, această deschidere nu este susținută de condiții similare în plan practic. **Accesibilitatea resurselor** (în special finanțare și piețe) pentru femei, comparativ cu bărbații, este evaluată la **3,70**, semnificativ **sub media europeană (4,72)** și **sub media globală (5,02)**. Diferența dintre cei doi indicatori sugerează că, deși mediul formal nu mai este perceput ca fiind restrictiv, **inegalitățile operaționale persistă**, iar barierele concrete (capital, rețele, acces la piețe) continuă să limiteze valorificarea potențialului antreprenorial feminin.

În consecință, România se conturează ca o economie cu **sprijin normativ relativ acceptabil**, dar cu **deficit de echitate în accesul la resurse**, ceea ce plasează antreprenoriatul feminin într-o zonă intermediară: **progrese în atitudini și reglementări**, însă **convergență insuficientă** către standardele europene în privința oportunităților reale de dezvoltare și scalare a afacerilor conduse de femei.

Tabelul 13. Compararea percepțiilor privind antreprenoriatul feminin: România, media Europei și media GEM, 2024

Indicator	România	Media Europa	Media GEM
Percepția asupra nivelului de sprijin pentru antreprenoriatul feminin în termeni de servicii, reglementări și norme culturale	3,99	3,84	4,05
Percepția asupra accesibilității resurselor (precum finanțare și piețe) pentru femei comparativ cu bărbați în dezvoltarea activităților antreprenoriale	3,70	4,72	5,02

Sursă: Calcule proprii pe baza GEM NES (2024)

1.28.3 Inteligența artificială

Dimensiunea privind **utilizarea inteligenței artificiale (IA)** în antreprenorat evidențiază unul dintre **cele mai pronunțate decalaje** dintre România și restul țărilor europene (a se vedea *Tabelul 14*). În 2024, **conștientizarea necesității dezvoltării și implementării soluțiilor bazate pe inteligență artificială** este evaluată la **3,99**, cu aproape două puncte **sub media europeană (5,59)** și **sub media GEM (5,73)**, ceea ce indică o internalizare încă redusă a rolului strategic al IA în management și antreprenorat. În mod similar, percepțiile

privind **dezvoltarea și progresul companiilor în implementarea IA** ating **4,94**, rămânând sub media Europei (**5,80**) și a GEM (**5,85**), sugerând că ritmul actual este perceput ca insuficient pentru susținerea convergenței către economiile mai digitalizate.

Un alt punct critic este **resursa umană**: nivelul competențelor și al conștientizării angajaților în raport cu IA este evaluat la **3,56**, sub media europeană (**4,46**) și sub media globală (**4,61**). Această diferență semnalează un **deficit de pregătire** care poate frâna adoptarea tehnologiilor emergente, chiar și acolo unde

există interes managerial. În aceeași linie, **educația și formarea în domeniul IA** sunt percepute ca insuficiente, cu un scor de **2,71** (față de **3,78** în Europa și **4,00** în GEM), ceea ce indică o problemă structurală atât în formarea inițială, cât și în învățarea continuă. De

asemenea, **sprijinul instituțiilor publice pentru implementarea IA** este evaluat la doar **2,76**, sub media europeană (**3,52**) și globală (**3,70**), sugerând că politicile, instrumentele și cadrul de suport sunt percepute ca **slab dezvoltate**.

Tabelul 14. Compararea percepțiilor privind utilizarea inteligenței artificiale în antreprenoriat: România, media Europei și media GEM, 2024

Indicator	România	Media Europa	Media GEM
Conștientizarea necesității dezvoltării și implementării soluțiilor de inteligență artificială în rândul antreprenorilor și managerilor	3,99	5,59	5,73
Dezvoltarea și progresul companiilor/afacerilor legat de implementarea inteligenței artificiale	4,94	5,80	5,85
Percepția asupra nivelului adecvat de conștientizare, competențe și cunoștințe al angajaților în legătură cu inteligența artificială	3,56	4,46	4,61
Percepția asupra disponibilității educației și formării în domeniul inteligenței artificiale la diferite etape	2,71	3,78	4
Percepția asupra instituțiilor publice și sprijinului lor pentru implementarea inteligenței artificiale	2,76	3,52	3,7
Percepția asupra aspectelor etice legate de inteligența artificială: încrederea consumatorilor, securitatea datelor, gradul de informare al mass-medie etc.	5,26	5,26	5,25

Sursă: calcule proprii pe baza GEM NES (2024)

Singura dimensiune în care România se aliniază mediilor internaționale este cea privind **etica și securitatea datelor**, unde scorul de **5,26** coincide cu media Europei (**5,26**) și este foarte apropiat de media GEM (**5,25**). Acest rezultat sugerează că **preocupările legate de riscuri, confidențialitate și încredere** sunt comparabile cu cele din alte economii, chiar dacă nivelul de adopție și capacitatea de implementare rămân inferioare.

1.29 Concluzii: stabilitate instituțională și perspective de convergență

Rezultatele NECI 2024 confirmă, în ansamblu, o imagine caracterizată prin **stabilitate**, dar și prin **stagnare structurală**. Evoluția relativ constantă din ultimii patru ani indică faptul că România nu a înregistrat regresuri majore, însă **progresele nu au fost suficient de consistente**

pentru a produce o îmbunătățire semnificativă a poziționării în clasamentul european. Se conturează astfel un **profil dual**: infrastructura fizică și dinamica pieței oferă un cadru funcțional pentru inițiative antreprenoriale, în timp ce **politicile publice, educația antreprenorială și normele socio-culturale** continuă să limiteze valorificarea deplină a potențialului disponibil.

În același timp, dimensiunile tematice analizate, **sustenabilitatea, antreprenoriatul feminin și inteligența artificială**, indică un ecosistem aflat într-un proces de **adaptare lentă** la tendințele globale. Deși se pot identifica progrese punctuale, acestea rămân fragmentate, iar decalajele persistente în competențe digitale, formare și sprijin instituțional evidențiază necesitatea unor intervenții coerente, coordonate și orientate spre viitor.

În concluzie, ecosistemul antreprenorial românesc se menține într-o etapă de tranziție: **potențialul economic este prezent**, însă constrângerile instituționale și culturale îi reduc capacitatea de transformare într-un avantaj competitiv durabil. Fără consolidarea educației și formării, inclusiv în domeniul

inteligenței artificiale, a simplificării birocrăției și a integrării sistematice a sustenabilității și inovării, transformarea digitală și adoptarea tehnologiilor avansate riscă să rămână preponderent la nivel declarativ, nu la nivel de practică economică efectivă.

Referințe bibliografice

- Acs, Z. J., Szerb, L., & Autio, E. (2017). *The Global Entrepreneurship and Development Index 2016, The Global Entrepreneurship and Development Institute*, Springer Cham, Washington, DC., USA. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-63844-7>
- Banca Națională a României (2023). Raport anual 2023. București: BNR. Disponibil la: <https://www.bnr.ro/uploads/2023-6-raportanual documentpdf 545 172595806 8.pdf>
- Banca Națională a României (2024). Raport anual 2024. București: BNR. Disponibil la: <https://www.bnr.ro/uploads/2025-06-23raportanual2024 documentpdf 545 175 0660828.pdf>
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2024). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing*. London: GEM. Disponibil la: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51377>
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2025). *Global Entrepreneurship Monitor 2024/2025 Global Report: Entrepreneurship Reality Check*. London: GEM. Disponibil la: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51621>
- GEM Luxembourg (2024), Global Entrepreneurship Monitor Luxembourg 2024/2025 Report. STATEC, Luxembourg. Disponibil la: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51806>
- GEM Northern Ireland (2024), Global Entrepreneurship Monitor Northern Ireland 2024/2025. Disponibil la: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51817>
- GEM UK (2024), Global Entrepreneurship Monitor United Kingdom 2024/2025 National Report. Disponibil la: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51720>
- Hamdan, A., Ghura, H., Alareeni, B., & Hamdan, R. K. (2022). Entrepreneurship growth in emerging economies: New insights and approaches. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1944750>
- Komninos, D., Dermatis, Z., Anastasiou, A., & Papageorgiou, C. (2024). The Role of Entrepreneurship in Changing the Employment Rate in the European Union. *Journal of the Knowledge Economy*, 15, 18930–18951. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-01841-z>
- Meyer, N., & De Jongh, J. (2018). The importance of entrepreneurship as a contributing factor to economic growth and development: The case of selected European countries. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 10(4 (J)), 287–299. [https://doi.org/10.22610/jebs.v10i4\(J\).2428](https://doi.org/10.22610/jebs.v10i4(J).2428)

Anexe

Anexa 1: Concepte și indicatori GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

SONDAJUL POPULAȚIEI ADULTE (ADULT POPULATION SURVEY, APS)

Sondajul populației adulte (Adult Population Survey, APS) reprezintă unul dintre principalele instrumente metodologice utilizate în cadrul proiectului Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Acesta este un chestionar complex, aplicat anual unui eșantion reprezentativ de cel puțin 2.000 de persoane adulte, cu vârste cuprinse între 18 și 64 de ani, în fiecare economie participantă. Obiectivul principal al APS este de a colecta date detaliate privind activitățile antreprenoriale, percepțiile, atitudinile și aspirațiile populației adulte, oferind astfel o perspectivă amplă și aprofundată asupra fenomenului antreprenorial. Prin rezultatele obținute, sondajul facilitează realizarea unor analize comparative la nivel internațional, contribuind la o mai bună înțelegere a tendințelor și a factorilor care influențează comportamentul antreprenorial în diferite contexte socio-economice.

SONDAJUL EXPERTILOR NAȚIONALI (NATIONAL EXPERT SURVEY, NES)

Sondajul experților naționali (National Expert Survey, NES) reprezintă un instrument complementar în metodologia GEM, având rolul de a evalua mediul antreprenorial din fiecare economie participantă. Acesta este realizat prin interviuarea anuală a unui grup de experți naționali, proveniți din domenii diverse, precum politici publice, educație, finanțe, mediul de afaceri și organizațiile de sprijin pentru antreprenori. Obiectivul principal al NES este de a colecta opinii cu privire la factorii socio-economici care facilitează sau limitează inițiativa antreprenorială. Rezultatele sondajului permit identificarea și analiza așa-numitelor condiții-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC), care reflectă caracteristicile fundamentale ale ecosistemului antreprenorial și capacitatea acestuia de a sprijini dezvoltarea noilor afaceri.

RATA ACTIVITĂȚII ANTREPRENORIALE ÎN STADIU INCIPIENT (TOTAL EARLY-STAGE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY RATE, TEA)

Rata activității antreprenoriale în stadiu incipient (Total Early-stage Entrepreneurial Activity Rate, TEA) este un indicator central în cadrul metodologiei GEM. Acesta măsoară proporția adulților cu vârste între 18 și 64 de ani care sunt implicați fie în procesul de înființare a unei noi afaceri, fie în conducerea unei afaceri recent înființate. TEA include persoanele care dezvoltă o afacere care nu a plătit salarii, remunerații sau alte forme de retribuție pentru o perioadă mai scurtă de 42 de luni. Prin urmare, acest indicator oferă perspectivă amplă asupra nivelului de activitate antreprenorială în stadiu incipient dintr-o economie și asupra potențialului de reînnoire a sectorului antreprenorial.

RATA PROPRIETARILOR DE AFACERI CONSACRAȚI (ESTABLISHED BUSINESS OWNERS RATE, EBO)

Rata proprietarilor de afaceri consacrați (Established Business Owners Rate, EBO) este un indicator relevant în cadrul metodologiei Global Entrepreneurship Monitor (GEM), care măsoară proporția adulților cu vârste între 18 și 64 de ani care dețin

și administrează o afacere consacrată. În definiția GEM, o afacere este considerată consacrată dacă a efectuat plăți sub formă de salarii, remunerații sau alte compensații către proprietari pentru o perioadă mai lungă de 42 de luni. Acest indicator oferă o perspectivă asupra stabilității și sustenabilității sectorului antreprenorial, reflectând capacitatea unei economii de a susține afaceri pe termen lung și de a menține un ecosistem antreprenorial solid.

**CONDIȚII-CADRU PENTRU
DEZVOLTAREA
ANTREPRENORIATULUI
(ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK
CONDITIONS, EFC)**

Condițiile-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriului (Entrepreneurial Framework Conditions, EFCs) reprezintă un set de factori esențiali care influențează măsura în care mediul unei economii favorizează sau, dimpotrivă, limitează dezvoltarea inițiativelor antreprenoriale. Aceste condiții sunt:

A1. *Finanțarea antreprenoriului* - Există suficiente fonduri pentru startup-uri noi?

A2. *Ușurința accesului la finanțare pentru antreprenori* - Sunt aceste fonduri accesibile pentru antreprenori?

B1. *Politica guvernamentală: sprijin și relevanță* - Politicile publice sprijină și încurajează în mod activ dezvoltarea de startup-uri?

B2. *Politica guvernamentală: taxe și birocrație* - Nivelul taxelor și al birocrației reprezintă o barieră semnificativă pentru antreprenori?

C. *Programele guvernamentale pentru antreprenori* - Există programe guvernamentale eficiente care oferă sprijin antreprenorilor?

D1. *Educația antreprenorială în învățământul preuniversitar* - Promovează școlile gândirea și abilitățile antreprenoriale în rândul elevilor?

D2. *Educația antreprenorială în învățământul postliceal și universitar* - Oferă instituțiile de învățământ superior cursuri și resurse pentru dezvoltarea competențelor antreprenoriale?

E. *Transferul rezultatelor din cercetare și dezvoltare (C&D) către mediul de afaceri* - În ce măsură rezultatele C&D pot fi aplicate în crearea și dezvoltarea de noi afaceri?

F. *Infrastructura comercială și profesională* - Este infrastructura comercială și profesională suficient de dezvoltată și accesibilă pentru antreprenori?

G1. *Ușurința intrării pe piață: dinamica pieței* - Sunt piețele caracterizate prin dinamism și deschidere, favorizând intrarea de noi jucători?

G2. *Ușurința intrării pe piață: reglementările și sarcinile administrative* - Reglementările în vigoare facilitează sau restricționează accesul noilor întreprinderi pe piață?

H. *Infrastructura fizică* - Există o infrastructură fizică adecvată (transport, telecomunicații, utilități) care să sprijine activitățile economice?

I. *Norme sociale și culturale* - Încurajează societatea valorile și comportamentele antreprenoriale?

**INDICELE NAȚIONAL AL MEDIULUI
ANTREPRENORIAL
(NATIONAL ENTREPRENEURIAL CONTEXT
INDEX, NECI)**

Indicele național al mediului antreprenorial (National Entrepreneurial Context Index, NECI) este un indicator sintetic de referință în cadrul metodologiei Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Acesta oferă o evaluare integrată a calității ecosistemului antreprenorial dintr-o economie, prin agregarea celor 13 condiții-

cadru (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC), considerate esențiale pentru stimularea sau limitarea inițiativelor antreprenoriale. NECI este calculat ca media aritmetică a celor 13 variabile care compun EFC-urile, fiecare fiind evaluată printr-un set de itemi pe o scală Likert cu 11 puncte. Pentru a consolida validitatea și coerența rezultatelor, scorurile individuale sunt sintetizate ulterior prin analiza factorială prin metoda componentelor principale. Astfel, NECI permite comparabilitatea internațională și oferă o imagine de ansamblu asupra capacității unei economii de a susține dezvoltarea antreprenoriatului.

ECHIPA NAȚIONALĂ

Echipa națională GEM reprezintă pilonul principal de implementare la nivel local al consorțiului internațional Global Entrepreneurship Monitor. Aceasta este alcătuită din experți coordonați de o universitate sau o instituție de cercetare cu o implicare semnificativă în domeniul antreprenoriatului. Rolul echipei naționale este de a reprezenta oficial țara în cadrul rețelei GEM și de a asigura desfășurarea corespunzătoare a activităților de colectare și analiză a datelor. Principalele atribuții includ realizarea anuală a sondajelor GEM (APS și NES), elaborarea raportului național pe baza rezultatelor obținute și comunicarea acestora către părțile interesate: factori de decizie politică, mediul academic, antreprenori și publicul larg. Totodată, echipa națională funcționează ca punct de contact și sursă de expertiză pentru toate aspectele legate de monitorizarea antreprenoriatului prin GEM.

CLASIFICAREA ȚĂRILOR ÎN FUNCȚIE DE VENIT

Clasificarea țărilor în funcție de nivelul veniturilor, utilizată în cadrul Global Entrepreneurship Monitor (GEM), are rolul de a diferenția economiile participante în funcție de nivelul dezvoltării economice, măsurat prin produsul intern brut (PIB) pe cap de locuitor. Astfel, țările sunt grupate în trei categorii:

- **Grupul A:** economii cu produs intern brut (PIB) pe cap de locuitor mai mare de 50.000 USD;
- **Grupul B:** economii cu produs intern brut (PIB) pe cap de locuitor cuprins între 25.000 și 50.000 USD;
- **Grupul C:** economii cu produs intern brut (PIB) pe cap de locuitor mai mic de 25.000 USD.

Această clasificare facilitează comparabilitatea datelor între țări aflate la niveluri diferite de dezvoltare economică și oferă un cadru contextual suplimentar pentru interpretarea indicatorilor antreprenoriale.

Sursă: elaborat pe baza GEM (2024), pg. 8

Anexa 2: Evoluția indicatorilor GEM

PERCEPȚIILE PRIVIND ANTREPRENORIATUL ȘI RATELE ACTIVITĂȚII ANTREPRENORIALE ÎN ROMÂNIA COMPARATIV CU MEDIA GEM (2021–2024)						
Percepții privind antreprenoriatul în România (% din populația adultă)	2021	2022	2023	2024	Poziția României 2024	Media GEM 2024
Cunoaște pe cineva care a înființat o afacere în ultimii doi ani	37,66	46,20	45,54	46,74	39/51	56,20
Consideră că există oportunități bune pentru lansarea unei afaceri în următoarele șase luni	49,13	63,75	55,67	60,04	21/51	55,27
Consideră că dispune de cunoștințele și competențele necesare demarării unei afaceri	50,02	62,68	52,62	53,05	34/51	60,01
Consideră că teama de eșec reprezintă o barieră în demararea unei afaceri	55,64	58,05	58,97	67,20	2/51	48,58
Consideră că înființarea unei afaceri este ușoară	27,04	42,50	35,97	34,55	41/51	48,78
Ratele activității antreprenoriale (% din populația adultă)	2021	2022	2023	2024	Poziția României 2024	Media GEM 2024
Antreprenori potențiali	14,93	13,45	8,95	8,08	46/51	27,06
Antreprenori potențiali (excluzând antreprenorii)	9,72	6,38	5,79	5,99	48/51	22,91
Antreprenori în stadiu incipient (TEA)	9,68	8,25	5,85	4,97	50/51	13,18
Antreprenori în formare	4,54	4,06	3,61	5,01	45/51	12,26
Proprietari-manageri ai unei firme noi	5,27	4,65	2,64	2,14	49/51	5,43
Antreprenori consacrați (EBO)	4,10	8,61	5,09	4,21	40/51	7,03
Antreprenori	13,66	16,41	10,60	9,18	49/51	19,83
Antreprenori care au închis o afacere în ultimul an și afacerea nu a fost continuată	1,83	1,05	1,27	1,52	49/51	3,97
Antreprenori care au închis o afacere în ultimul an și afacerea a fost continuată	0,77	0,59	0,14	0,13	51/51	2,08
Motivele închiderii afacerii (%)	2021	2022	2023	2024	Poziția României 2024	Media GEM 2024
Oportunitatea de a vinde afacerea	3,11	11,23	0,00	5,58	32/51	7,69
Afacerea nu era profitabilă	15,18	30,07	52,74	57,47	2/51	28,99
Dificultăți în obținerea resurselor financiare	12,21	17,83	11,81	3,03	50/51	12,39
O altă oportunitate de loc de muncă sau afacere	3,01	11,02	17,09	7,58	33/51	10,21
Probleme legate de guvernare/ politică fiscală/ birocrație	0,00	4,25	3,15	13,44	7/51	6,89
Motive personale sau de familie	17,71	7,29	10,56	9,57	45/51	17,16
Impactul pandemiei de coronavirus	46,95	15,53	4,64	5,58	32/51	7,69

ANTREPRENORI ÎN STADIU INCIPIENT DIN ROMÂNIA COMPARATIV CU MEDIA GEM (2021–2024)						
Motivele demarării afacerii	2021	2022	2023	2024	Poziția României 2024	Media GEM 2024
Pentru a contribui la schimbarea pozitivă a societății	65,86%	81,65%	66,58%	55,40%	15/51	45,95%
Pentru a acumula o avere considerabilă sau a obține un venit substanțial	64,91%	74,30%	77,80%	55,00%	30/51	59,17%
Pentru a continua o tradiție de familie	31,09%	41,25%	35,74%	30,70%	24/51	31,31%
Pentru a asigura mijloacele de trai, din cauza lipsei locurilor de muncă	75,02%	71,09%	87,50%	84,20%	11/51	67,03%
Profilul socio-demografic al antreprenorului în stadiu incipient	2021	2022	2023	2024		
Vârstă	34,85% între 35-44 de ani	29,25% între 35-44 de ani	33,26% între 25-34 de ani	32,00% între 35-44 de ani		
Gen	50,94% bărbați	60,70% bărbați	58,73% bărbați	62,63% bărbați		
Nivel de educație	51,87% au studii superioare	94,26% au studii postliceale sau superioare	53,49% au studii superioare	67,35% au studii superioare		
Venit	47,85% venit mediu	50,47% au venituri peste medie	52,94% au venituri peste medie	67,69% au venituri peste medie		
Profilul întreprinderii	2021	2022	2023	2024		
Sector de activitate	44,08% servicii orientate către consumatori	51,51% servicii orientate către consumatori	51,31% servicii orientate către consumatori	54,72% servicii orientate către consumatori		
Oferă produse sau servicii noi pentru clienții din țară	9,06%	4,92%	2,36%	3,19%		
Utilizează tehnologie avansată	1,07%	6,5%	2,44%	1,45%		
Se așteaptă ca afacerea lor să crească cu cel puțin 10 persoane și cu peste 50% a numărului de angajați în următorii 5 ani	12,01%	16,08%	21,34%	11,11%		
Orientare internațională <i>peste 25% din veniturile lor provin din export</i>	5,02%	13,71%	7,30%	8,55%		

ANTREPRENORI CONSACRAȚI DIN ROMÂNIA COMPARATIV CU MEDIA GEM (2021–2024)

Motivele demarării afacerii	2021	2022	2023	2024	Poziția României 2024	Media GEM 2024
Pentru a contribui la schimbarea pozitivă a societății	55,63%	77,66%	53,19%	48,02%	16/51	40,52%
Pentru a acumula o avere considerabilă sau a obține un venit substanțial	41,40%	69,91%	72,44%	53,43%	24/51	52,58%
Pentru a continua o tradiție de familie	44,97%	35,34%	28,93%	39,07%	22/51	39,06%
Pentru a asigura mijloacele de trai, din cauza absenței oportunităților de muncă	82,35%	73,23%	70,10%	93,31%	3/51	67,76%
Profilul socio-demografic al antreprenorului consacrat	2021	2022	2023	2024		
Vârstă	38,76% între 45-54 de ani	32,21% între 35-44 de ani	33,49% între 45-54 de ani	33,33% între 35-44 de ani		
Gen	51,25% femei	59,09% bărbați	63,25% bărbați	58,33% bărbați		
Nivel de educație	41,11% au studii postliceale	58,92% au studii superioare	46,67% au studii superioare	51,81% au studii superioare		
Venit	52,91% au venituri medii	49,90% au venituri peste medie	71,66% au venituri peste medie	68,96% au venituri peste medie		
Profilul întreprinderii	2021	2022	2023	2024		
Sector de activitate	39,58% servicii destinate consumatorilor	35,44% industria prelucrătoare	53,42% servicii destinate consumatorilor	35,98% servicii destinate consumatorilor		
Oferă produse sau servicii noi pentru clienții din țară	8,78%	6,45%	0,00%	1,22%		
Utilizează tehnologie avansată	0,00%	3,18%	0,00%	1,35%		
Se așteaptă ca afacerea lor să crească cu cel puțin 10 persoane și cu peste 50% a numărului de angajați în următorii 5 ani	4,32%	7,06%	3,42%	2,38%		
Orientare internațională <i>peste 25% din veniturile lor provin din export</i>	1,52%	7,73%	5,51%	13,58%		

ECOSISTEMUL ANTREPRENORIAL					
Condiții-cadru pentru dezvoltarea antreprenoriatului*	2021	2022	2023	2024	Media GEM 2024
Finanțarea antreprenoriatului	4,04 locul 35/50	3,92 locul 35/51	4,07 locul 33/49	4 locul 38/56	4,47
Ușurința accesului la finanțare pentru antreprenori	4,14 locul 30/50	3,92 locul 36/51	4,28 locul 18/49	4,4 locul 22/56	4,27
Politica guvernamentală: sprijin și relevanță	3,11 locul 42/50	2,98 locul 43/51	3,19 locul 39/49	3,64 locul 35/56	4,20
Politica guvernamentală: taxe și birocrație	4,09 locul 37/50	4,56 locul 31/51	4,33 locul 30/49	3,86 locul 38/56	4,63
Programe guvernamentale pentru antreprenori	3,11 locul 46/50	3,59 locul 44/51	3,79 locul 36/49	3,57 locul 44/56	4,62
Educația antreprenorială în învățământul preuniversitar	2,52 locul 33/50	2,41 locul 37/51	2,74 locul 29/49	2,44 locul 45/56	3,33
Educația antreprenorială în învățământul postliceal și universitar	3,89 locul 41/50	4,72 locul 30/51	4,52 locul 34/49	4,75 locul 31/56	4,80
Transferul rezultatelor din cercetare și dezvoltare (C&D) către mediul de afaceri	2,68 locul 43/50	3,29 locul 40/51	3,79 locul 28/49	3,35 locul 39/56	3,99
Infrastructura comercială și profesională	5,49 locul 25/50	5,69 locul 18/51	5,83 locul 10/49	5,9 locul 10/56	5,27
Ușurința intrării pe piață: dinamica pieței	4,87 locul 28/50	5,54 locul 19/51	5,24 locul 24/49	5,75 locul 23/56	5,43
Ușurința intrării pe piață: reglementările și sarcinile administrative	4,31 locul 26/50	4,53 locul 29/51	4,40 locul 19/49	4,49 locul 22/56	4,46
Infrastructura fizică	5,82 locul 40/50	5,79 locul 35/51	6,19 locul 31/49	6,07 locul 36/56	6,47
Normele sociale și culturale	3,69 locul 43/50	3,61 locul 47/51	3,57 locul 44/49	4,13 locul 42/56	5,16
NECI (Indicele național al contextului antreprenorial)	4,0 locul 40/50	4,2 locul 36/51	4,3 locul 28/49	4,34 locul 37/56	4,47

* Evaluare pe o scală 0–10: 0 = complet fals, 5 = neutru, 10 = complet adevărat.



Global Entrepreneurship Monitor

ARCADIA MEDIA 
PUBLISHING HOUSE

ISBN 978-630-95354-1-2



Traditie si Excelenta prin
Cultura - Stiinta - Inovatie din 1581

UBBFSEGA 
Universitatea Babeş-Bolyai - Facultatea de Juris Economice si Comunicare
Curine



econ.ubbcluj.ro/antreprenoriat