

Cuprins

Notă asupra ediției (<i>Andreea Paul</i>)	7
---	---

Partea I

Apariția și dezvoltarea clasei sociale antreprenoriale feminine

Andreea Paul

În căutarea istoriei businessului feminin din România	13
Emergența clasei sociale antreprenoriale feminine în capitalismul românesc	27
Instrumente specifice de sprijin al antreprenoriatului feminin în România	66

Partea a II-a

Politici publice internaționale suport pentru antreprenoriatul feminin

Ana-Maria Ungbeanu

Succesul este universal, doar cheia diferă. 10 modalități prin care statele susțin succesul femeilor	83
---	----

Excelența Sa Vladimir Války, ambasadorul Republicii Cehe la București

Vor domina femeile businessul secolului XXI?	101
--	-----

Partea a III-a

Experiențe antreprenoriale feminine în România

Adriana Abciarițiu

În consultanță și în lobby viziunea este o condiție primordială pentru succes	109
--	-----

<i>Georgeta Alina Alexoiu</i>	
Tradiție și anduranță	114
<i>Adriana Alionte</i>	
De la pasiune la business...	119
<i>Anca Ardelean</i>	
Culoare, estetică și business	124
<i>Dorina Arsene</i>	
Puterea succesului – cei șapte ani de-acasă în business	126
<i>Iren Arsene</i>	
Între intuiție și altruism	130
<i>Simona Baciu</i>	
O lecție despre a visa	134
<i>Amelia Boroș</i>	
Am decis ca tot profitul să-l folosesc pentru campania „Părinți informați, copii protejați”	139
<i>Sorina Bradea</i>	
Obligatoriu un Vis. Urmează Acțiune – Motor!	142
<i>Cătălina Brînză</i>	
Pledoarie pentru produsul autentic românesc	147
<i>Loredana Ioana Bucur</i>	
Viața reprezintă o afacere pe cont propriu	151
<i>Doina Cepalis</i>	
O afacere de milioane de euro	155
<i>Diana Cbiu</i>	
Povestea unui vis.	159
<i>Daniela Ciocan (Moș)</i>	
Lecția anduranței	164
<i>Irinel Cristu</i>	
Primii pași într-o lume nouă.	170
<i>Carmen Angelica Cuibuș</i>	
Nu sunt un om de succes, dar sunt un om care a renunțat la a fi plătit pentru a-și urma visul	173
<i>Mibaela Danalacbe</i>	
Să faci ceea ce îți place, pentru că o vei face cu pasiune și dăruire și, pe lângă acest lucru, să îți dorești mereu să te autodepășești	178

<i>Ilena Fodoroiu</i>	Definiția succesului	182
<i>Adriana Prăjilă</i>	Viața te poate lua pe sus	186
<i>Michaela Gafar</i>	Arhitectura – de la vocație la business	191
<i>Felicia Gheorghiu</i>	Ceva din tăria oțelului	197
<i>Geraldine și Cristina Gbineț</i>	Advertisingul – independență și multiculturalitate!	204
<i>Marina Hanna</i>	Povestea mea de manager-femeie: ambiție, determinare, perfecționare continuă	207
<i>Isabelle Iacob</i>	Din pasiune pentru farmacie	211
<i>Corina Ilie</i>	De la standard la creativ	216
<i>Liliana Masgras</i>	Nu renunța la visul tău!	219
<i>Siminica Mirea</i>	Când de tine depind 500 de destine, atunci ești nu doar angajatorul lor, ci și mamă, prietenă și sprijin la nevoie.	224
<i>Silvia Năstase</i>	Imperiile viitorului sunt imperiile minții	227
<i>Sonia Nechifor</i>	Femeia de afaceri, un mix coerent de atitudine, eleganță și bune maniere	229
<i>Cerasela Nergheș</i>	Muncă, creativitate și perseverență – combinația către un profit maxim	233
<i>Adina Oancea</i>	Un brand construit cu pasiune, răbdare, dedicație și sinceritate	236
<i>Ileana Olaru</i>	Leadership pentru viață	240

<i>Elena Luiza Oprea și Camelia Artamon</i>	
Redescoperim responsabilitatea față de societate și față de noi înșine	243
<i>Diana Pavelescu</i>	
Bunul gust în afaceri	246
<i>Camelia Păduraru</i>	
Un „de ce” puternic trece peste provocările oricărui „cum”	249
<i>Delia Popa</i>	
Curajul de-a învinge.	254
<i>Elena Popescu</i>	
O femeie din România	259
<i>Rodica Radu</i>	
Limita este imaginația	262
<i>Mirela Retegan</i>	
Și cei mici au visuri mari	265
<i>Cătălina Rousseau (Stan)</i>	
Femei luceferi printre stele.	267
<i>Olivia Andreea Rusu Pons</i>	
Departate de țară am învățat să privesc, să ascult și mai ales să acționez	270
<i>Marcela Sărmășan</i>	
Atât timp cât respiri, ai un vis și multe cărți, nu există nimic ce nu poți face!	274
<i>Oana Stan</i>	
Miracolul vine la tine	278
<i>Ruxandra Stanciu</i>	
Antreprenorul în proiectare sau arhitectul curajos	283
<i>Bibiana Stanciulov</i>	
După ce schimbi mai multe prefixe începi să înțelegi de ce ai apărut pe Pământ	286
<i>Alina Stancu</i>	
De ce kale, și nu altă cale?	293
<i>Alexandra Stoica</i>	
O femeie în construcții = o femeie într-o lume a bărbaților	297

<i>Vania Szasz</i>	
Visurile pentru care lupti nu au granițe – Vania Szasz, portugheza care face modă în România	301
<i>Bianca Tudor</i>	
O poveste despre comunitate, visuri și ambiții	305
<i>Mibaela Raluca Tudor</i>	
Povestea mea e povestea ta	310
<i>Valeria Tudor</i>	
O poveste despre visuri puse în aplicare, forță și ambiție la feminin	315
<i>Claudia Mibaela Ursăteanu</i>	
Tenacitatea e o certitudine într-o carieră de succes	320
<i>Rodica Vasin</i>	
În timp... pas cu pas... spre viitor!	324
<i>Corina Vințan</i>	
Comunicarea, un drum cu sens unic	327
<i>Anca Vlad</i>	
Antreprenoriatul – exprimarea unei pasiuni și a unei dorințe de a crea	332
<i>Concluzii (Andreea Paul)</i>	335
<i>Prezentarea autoarelor</i>	339

Volum coordonat de
Andreea Paul

FORȚA ECONOMICĂ A FEMEILOR

POLIROM
2016

Obstacolele sunt numeroase în participarea echitabilă a femeilor pe piața muncii, o știm nu de ieri, de azi. În raportul Facultății de Științe Politice „Ce știm despre femei în România?” sunt menționate drept cauze: „Lipsa locurilor de muncă, inițiativele firave de stimulare concretă a antreprenoriatului feminin (prin acordarea unor stimulente sau facilități financiare) sau diminuarea salariilor în sistemul bugetar (administrația publică, sănătatea și educația fiind domenii feminizate și mai slab valorizate social) au impus noi provocări în acest domeniu și au generat apariția unor noi categorii de femei vulnerabile”. Asumarea responsabilității deschiderii propriei afaceri reprezintă, cel puțin teoretic, o alternativă la aceste vulnerabilități. Sondajele derulate în anul 2008 arată însă că „peste 40% dintre cei investigați sunt de acord că bărbații conduc afacerile mai bine decât femeile, iar o treime consideră că o femeie nu poate avea, în același timp, și carieră, și familie”, respectiv că „a fi femeie este considerat un avantaj de 35% dintre subiecți și un dezavantaj de 37%”¹.

Percepția generală este una, realitățile individuale și de grup diferă însă. Nu ne surprinde așadar că am găsit printre motivațiile predominante ale femeilor antreprenoare, într-un studiu centrat asupra șase județe din vestul României, ideea că și-au inițiat propria afacere „fie pentru că aveau un loc de muncă nesatisfăcător, fie pentru că și l-au pierdut și nu au găsit un alt loc de muncă, conjugat cu noi oportunități sau idei de afacere, pe fondul unui context economic favorabil. Cu toate acestea, surprinzător, doar o șesime dintre ele au declarat că și-au inițiat afacerea pentru bani, în timp ce două treimi dintre respondente au declarat că au

1. Conform cercetării „Discriminarea multiplă în România”, realizată de Societatea de Analize Feministe (ANA) și Institutul Național de Cercetare Științifică în Domeniul Muncii și Protecției Sociale (INCSMPS) București, la cererea ANES, 2008, preluat din raportul Facultății de Științe Politice „Ce știm despre femei în România?”.

inițiat afacerea pentru a-și demonstra lor și celor din jur că pot reuși¹. Capacitatea de a visa, ambiția, curajul, intuiția, empatia, încrederea în sine, deschiderea spre schimbare, dorința de a experimenta noul și de a învăța, responsabilitatea și realismul în ceea ce privește costurile sunt calități ale femeilor de afaceri de succes, așa cum se desprind ele din mărturiile adunate în partea a doua a acestui volum.

O treime din antreprenoriatul românesc este de gen feminin. Statutul de întreprinzătoare al femeilor are triple consecințe benefice. Pe de o parte, asigură creșterea veniturilor personale necesare pentru întreținerea familiei și reducerea gradului de sărăcie. Consecința directă este creșterea gradului de educație și de sănătate al membrilor familiei prin investiții în aceste două priorități. Pe de altă parte, duce la creșterea taxelor colectate la bugetul de stat și, din nou, la creșterea potențialului public de a susține cele două priorități-cheie pentru o societate: educația și sănătatea. Nu sunt puține studiile care indică faptul că un număr din ce în ce mai mare de femei implicate în afaceri transformă mediul de business într-unul mai puțin corupt, în timp ce independența financiară și performanța în afaceri le va oferi vizibilitatea și credibilitatea de care au nevoie pentru a dezvolta cariere de succes².

Unele dintre puținele analize de profil din ultimul sfert de veac le aparțin Magdalenei Ella Ciupercă, care vorbește despre femeile de afaceri din România ca „o nouă minoritate activă”³, sau Otiliei Driga și lui Esteban M. Lafuente

-
1. A. Dodescu, A. Bădulescu, A. Giurgiu, I. Pop-Cohuț, „Antreprenoriatul feminin în vestul României. Rezultate de cercetare și recomandări de politici”, *Economie teoretică și aplicată*, vol. XVIII, nr. 1(554), 2011, p. 33.
 2. „Evoluția femeii în afaceri”, disponibil la adresa <http://documents.tips/documents/evolutia-femeii-in-afaceri.html>.
 3. E.M. Ciupercă, *Femeile de afaceri din România: o nouă minoritate activă*, ANI, București, 2006.

Gonzalez (2009), care descriu „antreprenoriatul feminin ca fiind potențialul infrautilizat de creștere economică” și care consideră că „femeile dispun de mai puține modele antreprenoriale care să le inspire și să le stimuleze ca întreprinzători”, dar că „firmele antreprenoarelor cresc mai rapid decât cele înființate de bărbați”¹. Tot în anul 2009, Angela On sublinia că, „pe măsură ce afacerile mici se dezvoltă, are loc și un proces mai lent, dar nu mai puțin interesant de formare a unei mentalități colective privind femeile de afaceri”².

În practică, pe lângă cele aproximativ 40 de ONG-uri dedicate antreprenoriatului feminin, abia în anul 2004, așadar, după 15 ani de la căderea comunismului, apar forme asociative antreprenoriale feminine ample, prin fondarea Coaliției Asociațiilor Femeilor de Afaceri din România (CAFA), care doreau să devină active în luarea deciziilor ce afectează mediul de afaceri. CAFA are azi 20 de membri instituționali³. Pentru a încuraja femeile antreprenoare să

-
1. O. Driga, E. Lafuente, *Antreprenoriatul feminin în România: Caracteristici personale și efectul exemplilor antreprenoriale*, Centre for Entrepreneurship & Business Research, CEBR Working Paper series WP 02/2009.
 2. Angela On, „Antreprenorat feminin”, *Revista Antreprenorat Transilvan*, nr. 1, disponibil la adresa <http://antreprenorat.upm.ro/antreprenorat-transilvan/antreprenorat-feminin-14.html>.
 3. *Membri plini fondatori ai CAFA*: 1. Asociația Femeilor Antreprenor din România, Timiș: www.afar.ro, 2. Asociația Femeilor de Afaceri și a Femeilor Conducătoare de Întreprinderi din Brașov: www.afafci.ro, 3. Asociația Femeilor de Afaceri Întreprinzătoare, Bihor, 4. Asociația Femeilor Întreprinzătoare din România: www.afir.ro, 5. Asociația Femeilor Întreprinzătoare, Galați: www.afirgalati.ro, 6. Asociația Femeilor Manager, Dolj, 7. Asociația Femeilor Manager, Râmnicu Vâlcea, 8. Asociația Oportunități de Afaceri pentru Femei: www.asoaf-bow.ro, 9. Asociația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului Feminin: www.adaf.ro. *Membri plini ai CAFA*: 1. Asociația Oportunități de Afaceri pentru Femei, Constanța, 2. Asociația Oportunități

sunt foarte interesante. Ele sunt structurate pe marginea datelor oficiale europene disponibile până în anul 2012¹:

- Clasa socială antreprenorială feminină numără *540.000 de antreprenoare*, ceea ce reprezintă aproape o treime din numărul total al antreprenorilor români. Dintre acestea, *circa 31.000 sunt creatoare de noi locuri de muncă*, adică angajează personal salariat. Marea majoritate a femeilor antreprenoare (94%) sunt persoane pe cont propriu: independente, persoane fizice autorizate sau microîntreprinderi fără angajați (*self-employed* sau *solo entrepreneurs*).
- În timpul crizei economice din perioada 2008-2012, clasa antreprenorială feminină s-a diminuat cu 4% în România, în timp ce a crescut cu 2% în UE. Femeile au pierdut teren în special în zona activităților pe cont propriu. *Creatoarele de noi locuri de muncă au găsit oportunități noi de afaceri, iar numărul lor a crescut cu 10% în aceeași perioadă, în timp ce angajatorii bărbați au pierdut 5% în România.*
- *Rolul clasei sociale antreprenoriale feminine în totalul forței de muncă active de gen feminin este de circa 13% în anul 2012 în România.* Este mai mare decât media europeană a ratei antreprenoriale, de 10%. În schimb, este de două ori mai mică decât rata antreprenorială masculină.

În perioada 2003-2012, rata antreprenorială feminină a pierdut 3 puncte procentuale, față de cele 4 puncte procentuale pierdute de bărbați în România. Câteva explicații sunt necesare, pentru mai buna înțelegere a implicațiilor datelor europene comparative:

- Cu cât șomajul în rândul femeilor este mai mare, cu atât ponderea antreprenoarelor în totalul forței de muncă active este mai mare.

Country Fiche Romania, DG Enterprise and Industry, septembrie 2014.

1. *Ibidem.*

- Cu cât beneficiile sociale pentru șomaj sunt mai mici, cu atât ponderea antreprenoarelor în totalul forței de muncă active este mai mare.
- Cu cât nivelul de încredere în ceilalți oameni este mai mic în societate, cu atât ponderea antreprenoarelor în totalul forței de muncă active este mai mare.
- Nu s-a identificat o legătură semnificativă statistic între gradul de discriminare a femeilor în societate (de exemplu, indicele discriminării de gen¹) și ponderea mai mare sau mai mică a antreprenoarelor în totalul forței de muncă. Aceeași concluzie se menține și în cazul barierelor în accesul la finanțare, măsurată ca procent al creditelor solicitate de antreprenoriatul feminin și neonorate de bănci².
- *Creatoarele de noi locuri de muncă reprezintă 1% din forța de muncă activă feminină*, de două ori mai mică decât media UE-28 în anul 2012. În cazul bărbaților, ponderea de 2% din forța de muncă activă în România este de trei ori mai mică decât media europeană.
- Pe domenii de activitate regăsim cele mai mari ponderi ale antreprenoarelor în sectorul „alte activități”, „alte servicii”, „activități profesionale, științifice și tehnice”, urmate la distanță semnificativă de „agricultură, silvicultură și pescuit”, „comerț”, „manufactură” și cele mai mici ponderi

-
1. În ultimul Raport Global al Echilibrului de Gen din anul 2015, România este pe locul 77 din 145 de țări analizate de Forumul Economic Mondial (WEF), față de locul 72 în anul 2014.
 2. Înclinația femeilor spre împrumuturi este mai redusă decât în cazul bărbaților, ne arată studiul Agenției Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID) din anul 2002. 31% dintre creditele acordate de USAID în România au vizat antreprenoarele de firme mici și mijlocii. Detalii aici: *Gender Assessment and Plan of Action for USAID/Romania*, Ruth Rosenberg and Julianna Arnold Development Alternatives, Inc., februarie 2002, disponibil la adresa http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/pdabu868.pdf.