



## WSPIERAMY PRZEDSIĘBIORCÓW

### Wieści z firm

**Biznes z głową – 50-lecie marki Headwear Professionals | Marcin i Michał Matwiejczyk** O początkach i rozwoju marki, relacjach z klientami, flagowych produktach i zdywersyfikowanej ofercie, a także o sukcesach i wyzwaniach oraz o tym, jaka przyszłość czeka branżę, mówią Marcin i Michał Matwiejczyk, właściciele Headwear Professionals Polska. Więcej str.2



### Informacje gospodarcze

17 polskich branż pod lupą PARP!

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości wydała kolejny raport, będący swoistym podsumowaniem i syntezą dotychczasowych Branżowych Bilansów Kapitału Ludzkiego. Publikacja pn. „Trendy kształtujące polskie branże i kompetencje przyszłości. Perspektywa 17 branż” zawiera analizę współczesnych trendów, które wpływają na polską i światową gospodarkę. Zapraszamy do lektury! Więcej str. 3



# SPIS TREŚCI

## MONITOR 01/2024



<b>01</b>	<b><u>Więści z firm</u></b> .....2
	Biznes z głową – 50-lecie marki Headwear Professionals
<b>02</b>	<b><u>Informacje gospodarcze</u></b> .....3
	17 polskich branż pod lupą PARP!
<b>03</b>	<b><u>Informacje z rynków zagranicznych</u></b> .....5
	Estonia: wzrost stawki VAT
<b>04</b>	<b><u>Informacje prawno-podatkowe</u></b> .....6
	Obowiązkowy KSeF nie zostanie jednak wdrożony w tym roku
<b>05</b>	<b><u>Fundusze unijne</u></b> .....8
	Poszukaj dofinansowania do szkoleń w swoim województwie
<b>06</b>	<b><u>Zwyczaje w biznesie</u></b> .....9
	Kenia - część II
<b>07</b>	<b><u>Legalizacja dokumentów</u></b> .....12
<b>08</b>	<b><u>Pakiet korzyści</u></b> .....15

# WIEŚCI Z FIRM

## 50-lecie marki Headwear Professionals

Zanim zaczniemy, gratulacje z okazji 50-lecia istnienia firmy Headwear Professionals. Zaczniemy od początku. Kiedy i gdzie powstała marka Headwear Professionals?

Marcin Matwiejczyk: Dziękujemy za miłe słowa i zaproszenie. Firma Headwear Professionals narodziła się w 1974 roku w Australii. Nasze korzenie sięgają tamtejszych inspiracji, australijskiego stylu życia i pasji do doskonałej jakości. To właśnie tam rozpoczęliśmy naszą podróż, kreując czapki reklamowe z myślą o wyjątkowych i kreatywnych projektach.

**Interesujące. Jak zatem doszło do tego, że marka pojawiła się na rynku europejskim i polskim?**

Marcin: Po wielu latach sukcesów na rynku australijskim marka postanowiła podjąć wyzwanie ekspansji. W 2009 roku zdecydowaliśmy się wejść na rynek europejski, a polskie biuro stało się naszym strategicznym punktem wyjścia na ten obszar. Polska, z jej dynamicznym rynkiem reklamowym, stała się idealnym miejscem dla naszej marki.

**Jakie zatem były kroki milowe w rozwoju firmy?**

Marcin: Ekspansja rynku europejskiego była bez wątpienia jednym z najważniejszych momentów. To było wyzwanie, ale również ogromna szansa na rozwój i dostarczanie naszych produktów dla klientów z różnych krajów. Zacieśnienie współpracy z agencjami reklamowymi było kluczowe – to one pomogły nam zbudować silną pozycję w branży.



**Jak marka Headwear Professionals zmieniła się na przestrzeni lat?**

Marcin: Nasza firma zawsze dążyła do doskonałości i dostosowywała się do zmieniających się potrzeb rynku. Zmiany w technologii, designie i trendach reklamowych skłoniły nas do ciągłego doskonalenia produktów. Jednak nasze fundamenty, czyli pasja do tworzenia wysokiej jakości czapek reklamowych i partnerskie relacje z agencjami reklamowymi, pozostały niezmiennie.

**Jak budowaliście trwałe więzi z klientami przez te lata?**

Michał Matwiejczyk: Nasza firma od samego początku postawiła na jedną zasadę, która stanowi fundament naszej działalności – pracujemy wyłącznie z agencjami reklamowymi. To dla nas kluczowy element budowania trwałych relacji. Dlaczego? Ponieważ agencje reklamowe są dla nas partnerami, z którymi dzielimy wspólne cele i dążymy razem do osiągnięcia sukcesów.

**Zasada współpracy tylko z agencjami zdaje się być ważnym filarem Waszej strategii. Czym jeszcze charakteryzuje się Wasze podejście do relacji z klientami?**

Michał: Elastyczność jest kluczowym elementem. Staramy się dostosować do indywidualnych potrzeb i oczekiwań naszych partnerów. Zmieniający się rynek wymaga nieustannej gotowości do adaptacji, co staramy się robić, zawsze z myślą o zadowoleniu klienta.

Cały wywiad z właścicielami marki Headwear Professionals na stronach magazynu OHH <https://oohmagazine.pl/2024/01/16/50-lecie-marki-headwear-professionals/>

# Informacje gospodarcze

## 17 polskich branż pod lupą PARP!

O tym, jak będzie kształtowała się gospodarka Polski w ciągu najbliższych pięciu lat, mówi ekspertka z Departamentu Analiz i Strategii PARP Adriana Skorupska: – Przyszłość jest niepewna i trudno przewidzieć wszystkie zmiany, jednak biorąc pod uwagę obecne kierunki gospodarcze i społeczne, można spodziewać się, że Polska będzie nadal silnie się rozwijać. Prawdopodobnie rynek pracy w Polsce w ciągu najbliższych pięciu lat pozostanie pod wpływem czterech megatrendów: globalizacji, zmian demograficznych, postępu technologicznego i zrównoważonego rozwoju. Ich faktyczne oddziaływanie na konkretne grupy firm czy osób będzie zależne od branży, wielkości czy stopnia umiędzynarodowienia.



### PERSPEKTYWA DO 2028 ROKU

Wyniki analiz wskazują, że Polska w 2028 r. będzie krajem o rozwiniętej gospodarce, z rosnącym standardem życia. Dochód rozporządzalny na osobę będzie wynosił około 40 tys. dolarów, co będzie stanowić około 70% średniego dochodu w Unii Europejskiej.

Stopa bezrobocia utrzyma się na niskim poziomie, około 3%. Wzrost gospodarczy będzie napędzany przez inwestycje w technologię, innowacje i infrastrukturę. Polska będzie nadal rozwijać sektor nowoczesnych technologii, takich jak sztuczna inteligencja, robotyka i przemysł 4.0. Możemy się również spodziewać, że na naszych drogach pojawi się więcej samochodów elektrycznych i autonomicznych. Eksperti prognozują, że do 2028 roku eksport będzie stanowił około 60% PKB. Polska będzie wysyłać za granicę głównie produkty przemysłowe, takie jak maszyny, urządzenia elektryczne i chemikalia.



Polska będzie nadal krajem o silnej pozycji politycznej w Europie, który odegra ważną rolę w procesie integracji europejskiej. W sferze międzynarodowej Polska będzie uprawiała pokojową i otwartą politykę zagraniczną. Będzie współpracować z innymi krajami w celu rozwiązania globalnych problemów, takich jak zmiana klimatu i bezpieczeństwo międzynarodowe.

## ODPOWIEDZIALNA SPOŁECZNIE KONSUMPCJA NOWYM STYLEM ŻYCIA

Jednym z międzybranżowych trendów, na które zwracają uwagę eksperci z Uniwersytetu Jagiellońskiego, jest społecznie odpowiedzialna konsumpcja. W czym się przejawia? Przede wszystkim w patriotyzmie lokalnym, który polega m.in. na wybieraniu lokalnych produktów i usług. Oznacza to korzyści dla miejscowych dostawców oraz pozwala na zmniejszenie śladu węglowego nabywanych produktów, ograniczenie negatywnych konsekwencji środowiskowych wynikających z produkcji czy skomplikowanej logistyki dostaw. Ponadto preferowanie lokalnych producentów w przypadku żywności zapewnia świeższą żywność i mniejsze obciążenie związkami chemicznymi, co bezpośrednio przekłada się na nasze zdrowie. Warto podkreślić, że trend rozwoju konsumpcji produktów roślinnych jest znacznie silniejszy w Europie Zachodniej niż w Polsce, co oznacza perspektywę rozwoju tej gałęzi produktów również w naszym kraju. Potencjał tego kierunku uwidacznia się także w postulatcie ekspertów branży dotyczącym potrzeby wzmocnienia kształcenia kadr i specjalizacji w obszarze produkcji alternatywnej żywności.

Innym przejawem tego trendu jest turystyka – przewiduje się, że w kolejnych latach należy oczekiwać dalszego wzrostu zainteresowania podróży kwestiami wpływu wywieranego na lokalne społeczności. Jego skala staje się ważnym czynnikiem decydującym o podróżach – kierunku, transporcie czy wyborze oferty. Odpowiedzialna społecznie konsumpcja znajduje swoje odbicie również w racjonalnych zakupach (smart shopping), które wiążą się z minimalizmem oraz prezentowanymi przez klientów wartościami środowiskowymi.

### MEGATRENDY WYZNACZAJĄ KIERUNKI ROZWOJU



Główne kierunki rozwoju siedemnastu analizowanych branż wyznaczają megatrendy – postęp technologiczny, zrównoważony rozwój, zmiany demograficzne i globalizacja. Postęp technologiczny bezpośrednio przekłada się na cyfryzację, rozwój usług zdalnych i wykorzystanie analizy dużych zbiorów danych (big data). Nie sposób także pominąć automatyzację i robotyzację, które wpływają na modele i procesy biznesowe w celu ich optymalizacji. Postęp technologiczny jest niezbędny dla zielonej transformacji i sprzyja umiędzynarodowieniu rynków pracy.

Dostęp do większej liczby danych i ich zrozumienie są nieodzowne dla firm, które chcą ukierunkować swoją działalność na większą odpowiedzialność społeczną i podążać za potrzebami odbiorcy.

Zrównoważony rozwój to postulat większego uwzględniania potrzeb kolejnych pokoleń w obecnych działaniach. Przekłada się to na działania podmiotów odpowiadających na zmiany klimatyczne: odchodzenie od paliw kopalnych na rzecz odnawialnych źródeł energii, zwiększanie efektywności energetycznej czy zielonej infrastruktury. Jej ważnymi elementami są także gospodarka obiegu zamkniętego, zrównoważone rolnictwo i dbanie o zachowanie bioróżnorodności.

Od 2010 roku liczba osób w wieku produkcyjnym maleje, a liczba faktycznie pracujących rośnie. Ten trend będzie trudny do zatrzymania. Według Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności na początku 2010 r. w Polsce pracowało 14,6 mln osób w wieku 15–89 lat, a w 2023 r. liczba ta wzrosła do 16,8 mln (GUS, 2023). Szczególnie udział kobiet w ogólnej liczbie zatrudnionych w Polsce zasadniczo rośnie. Zmiany demograficzne oznaczają odmienny profil pracowników, których potencjalnie mogą rekrutować firmy. Jest ich mniej, są przeciętnie starsi i coraz częściej są innej narodowości. Ponadto na rynku pracy pojawią się młodzi pracownicy, którzy mają inne potrzeby. Megatrend związany z globalizacją przekłada się na umiędzynarodowienie rynków pracy i wzajemnych powiązań pomiędzy nimi – zarówno na poziomie produkcji, łańcuchów dostaw, jak i mobilności pracowników. Z polskiej perspektywy kluczowe jest znaczenie Unii Europejskiej. Od przystąpienia Polski do jej struktur poziom życia w kraju zbliża się do przeciętnej europejskiej. Utrzymanie tego tempa wzrostu będzie coraz trudniejsze, ale jest kluczowe dla atrakcyjności krajowego rynku pracy.



**CAŁY RAPORT „TRENDY KSZTAŁTUJĄCE POLSKIE BRANŻE I KOMPETENCJE PRZYSZŁOŚCI. PERSPEKTYWA 17 BRANŻ” DOSTĘPNY JEST NA STRONIE PARP.**

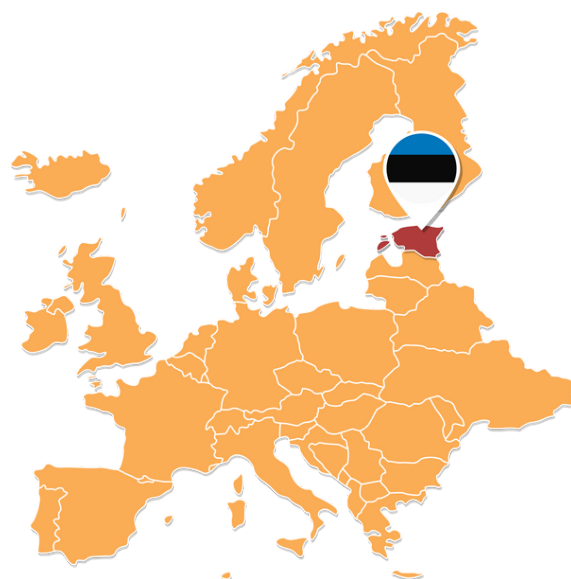
źródło: [PARP](#)



# INFORMACJE Z RYNKÓW ZAGRANICZNYCH

## Estonia: wzrost stawki VAT

Estonia, reagując na potrzeby bezpieczeństwa narodowego i dążąc do zrównoważonego budżetu, przeprowadza reformy systemu podatkowego. Od 1 stycznia 2024 wzrosła stawka VAT z 20 na 22 proc. Premier Kaja Kallas podkreśliła konieczność wdrożenia tych zmian, określając je jako „daninę na rzecz bezpieczeństwa narodowego” w kontekście realizacji celu związanego z przeznaczeniem 3 proc. PKB na obronność. W odpowiedzi na te cele, od 2024 roku Estonia podniosła standardową stawkę VAT z 20 proc. na 22 proc.



Jednakże w przypadku płatnika VAT, który rozlicza się gotówkowo, istnieją szczególne zasady dotyczące naliczania podatku. Jeżeli kupujący otrzymał fakturę i wysyłka towaru lub wykonanie usługi miało miejsce przed 1 stycznia 2024 roku, naliczony będzie podatek 20 proc. Dodatkowo dla umów zawartych przed 1 maja 2023 roku przewidziano odstępstwo zezwalające na stosowanie 20-procentowej stawki VAT do 31 grudnia 2025 roku, o ile zapisy umowy nie przewidują zmiany ceny wynikającej z ewentualnej zmiany stawki podatku VAT.



Warto zaznaczyć, że choć większość z dodatkowych wpływów podatkowych trafi do budżetu centralnego, 12 proc. będzie przekazywane władzom lokalnym, opierając się na miejscu zamieszkania podatnika. Te zmiany stawiają Estonię w obliczu nowych wyzwań, zarówno pod względem ekonomicznym, jak i wpływu na codzienne życie obywateli. Wielu zastanawia się, jak te decyzje wpłyną na gospodarkę kraju oraz na życie mieszkańców.

Źródło: [Estońska Izba Przemysłowo-Handlowa](#)

# INFORMACJE PRAWNO - PODATKOWE

## Obowiązkowy KSeF jednak nie w tym roku

Obowiązkowy KSeF nie zostanie jednak wdrożony w tym roku – ogłosił Minister Finansów podczas briefingu prasowego. Powodem przesunięcia terminu jest niedostateczne przygotowanie techniczne Krajowego Systemu eFaktur. KSeF docelowo będzie z obowiązkowy ale nie od 2024r.

Podana przez Ministerstwo przyczyna opóźnienia leży w nieprawidłowościach kodu, niedostatecznej funkcjonalności oraz wydajności systemu. Ministerstwo poinformowało, iż nie może dopuścić do sytuacji, w której polskie firmy nie będą mogły wystawiać faktur, w której stabilność obrotu gospodarczego byłaby zagrożona. Resort finansów obawia się paraliżu i bałaganu na kształt tzw. „Polskiego Ładu”.

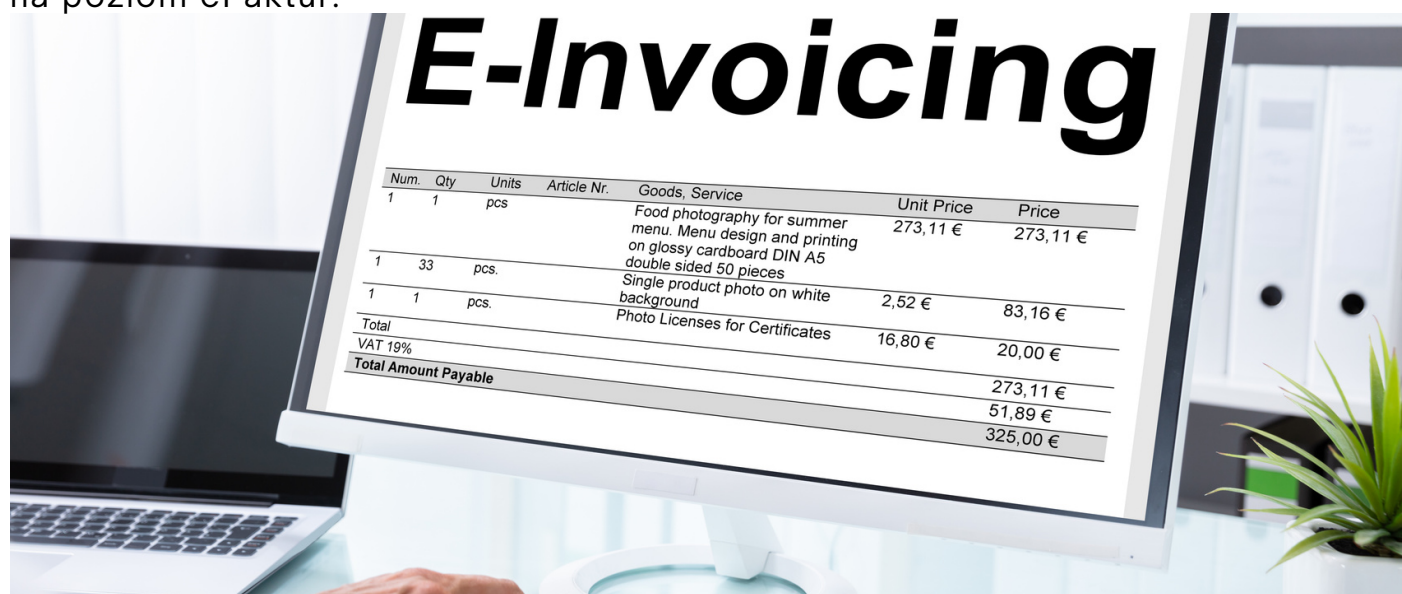


Resort poinformował ponadto, iż ogłoszony będzie przetarg na publiczny audyt systemu KSeF. Zaś nowe regulacje będą dodatkowo skonsultowane ze środowiskami przedsiębiorców, księgowych i doradców podatkowych. Celem jest wprowadzenie KSeF nie wbrew ale we współdziałaniu z przedsiębiorcami. Podkreślono jednocześnie, że KSeF jest potrzebny Polskiej gospodarce, konieczne jest uszczelnianie systemu VAT i informatyzacja gospodarki. Resort obawia się, że system nie zapewnia odpowiedniej przepustowości. Wejście do KSeF może być zablokowane poprzez brak narzędzia (kodu). Sytuacja ta może spowodować, że przedsiębiorcy nie będą mogli wystawić faktur od lipca 2024r. Jest to zatem zagrożenie do płynności działalności gospodarczej.



# INFORMACJE PRAWNO - PODATKOWE

Każdy z przedsiębiorców może mieć problemy po stronie informatycznej, zarówno po stronie systemu krajowego jak i po stronie własnego systemu do wystawiania faktur. System musi zabezpieczać postępowanie podczas ewentualnych problemów tak aby przedsiębiorca miał komfort prowadzenia działalności. Priorytetem jest aby przedsiębiorcy nie odczuli za bardzo przejścia na poziom eFaktur.



Celem jest wyważenie interesu publicznego i prywatnego a zatem w 2024r. będą prowadzone intensywne konsultacje, do których resort zaprasza.

Data wdrożenia obowiązkowego KSeF podana zostanie po poznaniu wyników audytu. Minister poinformował, że nie możemy sobie pozwolić na ani jeden dzień, w którym KSeF nie działa tak jak powinien. Mówimy o milionach faktur, które muszą być przez KSeF sprawnie procesowane. Nie ma miejsca na nedoróbki – poinformował Minister Finansów.

Więcej informacji: [LINK](#)

Opracowanie: Zespół Kancelarii Doradcy  
Podatkowego Joanny Rudzkiej – firmy  
zrzeszonej w Izbie.  
ul. Nowy Świat 61/5  
00-042 Warszawa  
tel. +48 22 219 92 29  
tel. +48 61 660 15 50  
[www.taxadvisorypoland.pl](http://www.taxadvisorypoland.pl)



# FUNDUSZE UNIJNE

## Poszukaj dofinansowania do szkoleń w swoim województwie

Przed nami nowy rok i związany z nim start programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021–2027. Będzie on kontynuacją programu Wiedza Edukacja Rozwój. Od tego roku z oferty dofinansowanych szkoleń w BUR będą mogli korzystać już nie tylko pracownicy i pracodawcy małych i średnich firm, jak było to w poprzedniej perspektywie finansowej, ale wszyscy dorośli Polacy.



W BUR dostępna ma być oferta usług dla osób planujących podnieść lub zmienić kompetencje, osób o niskich kwalifikacjach i osób po 50 roku życia.

Warto sprawdzić, jakie projekty będą realizowane w najbliższym czasie w ramach programów regionalnych funkcjonujących w poszczególnych województwach. Informacje na ich temat znajdują się w zakładce Dofinansowanie/Programy regionalne. Informacje te będą na bieżąco aktualizowane.


W ramach Bazy Usług Rozwojowych będzie można skorzystać zarówno z usług szkoleniowych jak i doradczych. Izba będzie na bieżąco informować o możliwościach skorzystania z dofinansowania na usługi szkoleniowe dostosowane do Państwa potrzeb. Już teraz zachęcamy do kontaktu z nami.

Więcej informacji: [www.bazauslugrozwojowych.parp.gov.pl](http://www.bazauslugrozwojowych.parp.gov.pl)

# ZWYCZAJE Z BIZNESIE

## Kenia - II część

### Rozmowy i zachowania negocjacyjne

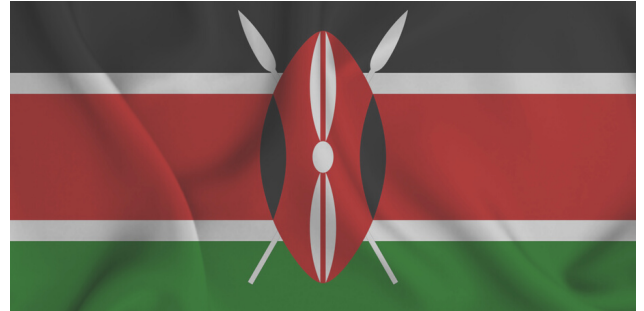
- Konserwatywne zachowania w biznesie są normą w Nairobi;
  - Atmosfera biznesu kenijskiego odzwierciedla zwyczaje poprzedniego zarządu kolonii: Wielkiej Brytanii;
  - Wielu importerów bądź eksporterów jest Anglikami bądź Hindusami. Choć są mniej formalni niż biznesmeni brytyjscy, to powszechnie stosowany jest protokół podobny do obowiązującego na Zachodzie;
  - Każdemu spotkaniu towarzyszy tradycyjny rytuał gościnności (nie odmawiaj zaproponowanej ci kawy) i wiele przerw;
  - Zachowaj spokój w odniesieniu do powolnego tutaj przebiegu negocjacji;
  - Ważne są uśmiech i dobre maniery, ale nie zawsze musisz wierzyć urzędnikom, kiedy mówią „no problem”;
  - W negocjacjach zachowaj spokój i wytrwałość;
  - Wielu Kenijczyków lubi się targować i traktują ten proces jako sposób poznania siebie;
  - Najlepiej być uprzejmym, konserwatywnym i wykazywać pozytywny stosunek do interesów prowadzonych w tym kraju;
- 
- Nie oczekuj natychmiastowej decyzji ze strony kenijskich kolegów w trakcie negocjacji;
  - Kierownicy zazwyczaj nie pytają podwładnych o ich opinie; natomiast podwładni nie podejmują decyzji bez wyraźnej instrukcji z góry;
  - Bądź przygotowany na udzielanie wyczerpujących odpowiedzi;
  - Prezentacja powinna być dobrze przygotowana i prosto przedstawiona. Detale należy zamieścić w załączonych materiałach i pozostawić dla ewentualnych pytań;
  - W obecności kenijskich partnerów nigdy nie należy nie zgadzać się z innymi członkami swojego zespołu, a także w jakikolwiek sposób okazywać niepewności;
  - Pasywne milczenie może być formą niewerbalnego sposobu uniknięcia konfrontacji, niezgody lub niemiłego tematu. Spotykając się z nieoczekiwanym milczeniem, delikatnie przekieruj rozmowę na inny tor, bardziej wzajemnie wam odpowiadający;

# ZWYCZAJE Z BIZNESIE

## Kenia - II część

### Rozmowy i zachowania negocjacyjne

- Chociaż dobre relacje są bardzo ważne i często ważniejsze niż kontrakty, to staraj się o zapis wszystkich ustaleń. Jeśli to możliwe, kontrakt powinien być przypieczętowany uroczystym positkiem;
- Dobre tematy do rozmów: wszystko, co odzwierciedla twoje prywatne zainteresowania i hobby oraz szczery podziw i ciekawość odnośnie do rzeczy pochodzenia kenijskiego;
- Kenijczycy uwielbiają piłkę nożną i pytanie o ich drużyny piłkarskie jest dobrze odbierane;
- Zainteresowanie kenijską muzyką, sztuką ludową, żywnością, historią zawsze może się przerodzić w wielogodzinne udzielanie informacji;
- Niezalecana tematyka rozmów: polityka, bieżące wydarzenia, kontrowersyjna tematyka;
- Nie należy wyrażać opinii na temat sąsiadów Kenii lub krajowych grup etnicznych, wyzwiał fundamentalistów muzulmańskich w odniesieniu do państwa świeckiego, różnic religijnych, etnicznych rywali;
- W prywatnych rozmowach nie pytaj o zawód i dochody.



### Gestykulacja i zachowania publiczne

- Stanie z rękoma opartymi o biodra jest uważane za agresywne i należy tego unikać;
- Kenijczycy okazują niezadowolenie syknięciem z użyciem zębów i języka;
- Podniesienie obu kciuków jest oznaką pochwały/aprobaty;
- Nie dotykaj głowy mężczyzny (także jego dziecka);
- Nigdy nie rozmawiaj z rękoma w kieszeniach;
- Często można spotkać dwie kobiety lub dwóch mężczyzn, którzy spacerując, trzymają się za ręce lub pod ramię;
- Nawet w pustych autobusach, w teatrze, restauracji Kenijczycy wolą siedzieć obok lub w pobliżu innych;
- Nie wydmuchuj nosa w miejscu publicznym; jest to bardzo źle odbierane zachowanie.
- Wszystkie gesty wykonuj prawą ręką (także przekazuj dokumenty, pieniądze, jedzenie);
- Uśmiechaj się wszędzie, gdzie to możliwe (ułatwia to kontakt z obcymi);
- Wielu Kenijczyków traktuje zachwalanie ich dzieci jako przynoszące pecha, złą wróżbę dla ich bogactwa;
- Nie fotografuj osób bez zapytania o ich zgodę.

# ZWYCZAJE Z BIZNESIE

## Kenia - II część

### Wręczenie i przyjmowanie upominków

- W biznesie wystarczający jest upominek dla osoby podejmującej kluczowe decyzje. Wręcza się go po przybyciu;
- Wyjeżdżając otrzymamy, zazwyczaj w trakcie ostatniego spotkania, upominek pożegnalny (postępuj tak samo przy ich wizycie w naszym kraju);
- Upominek zazwyczaj wręcza mężczyzna mężczyźnie, kobieta kobiecie. Upominkowi wręczanemu przez mężczyznę kobiecie musi towarzyszyć wyjaśnienie, że jest to upominek od jego żony/siostry/matki;
- Upominek wręcza się i odbiera oburącz. Upominek może, ale nie musi, zostać odpakowany w obecności darczyńcy – zależy to od rodzaju i przeznaczenia upominku;
- Dobrym upominkiem w kontaktach biznesowych i w trakcie składania wizyt w domu może być interesująca osobliwość z regionu twojego zamieszkania w rodzinnym kraju, wyrób artystyczny lub coś związanego z twoim polem działania w biznesie (prezent nie powinien być zbyt wyszukany lub drogi);



- W odniesieniu do muzułmanów nie może to być alkohol (perfumy), rysunki i fotografie odzwierciedlające naturalne sceny życia i ludzi, sztucce. Zalecany jest srebrny kompas;
- Ważne jest, aby składając wizytę potączoną z poczęstunkiem, przynieść upominek (może to być herbata, kawa, orzechy, owoce, kwiaty) w kiondo (tkana torba używana w tym kraju do przenoszenia rzeczy). Na pożegnanie z powrotem otrzymasz kiondo z czymś w środku dla siebie (często resztki podanych przysmaków). Dla dzieci można przynieść zabawkę, przybory szkolne, książkę z obrazkami;
- Goszcząc w czyimś domu, nie wyrażaj zbyt dużego podziwu dla znajdujących się tam przedmiotów; Kenijczyk może czuć się zobowiązany, aby ci to podarować.

**OPRACOWAŁ: prof. dr hab. Jerzy Schroeder**

# LEGALIZACJA DOKUMENTÓW HANDLOWYCH

Polska Izba Gospodarcza Importerów, Eksporterów i Kooperacji posiada uprawnienia do legalizacji w imieniu Krajowej Izby Gospodarczej w Warszawie dokumentów związanych z transakcjami w handlu zagranicznym ( na podstawie art.12 w związku z ust. 1,2 i ust. 4 pkt 3 ustawy o izbach gospodarczych z dnia 30.05.1989 r. Dz.U. Nr 35 z 1989 r. i Nr 75 z 1992 r.) z późniejszymi zmianami.



## Rodzaje legalizowanych przez PIGIEIK dokumentów:

- Dokumenty handlowe i eksportowe, m.in. faktury, deklaracje, specyfikacje, umowy, pełnomocnictwa, tłumaczenia inne niż przysięgte.
- Dokumenty przewozowe np. konosamenty, faktury transportowe i inne związane z przewozem.
- Świadcstwa wydane przez urzędy weterynaryjne, sanitarne, inspekcję handlową.
- Świadcstwa i zaświadczenia wydane przez upoważnione jednostki administracji państwowej, samorządu terytorialnego.
- Poświadczenie świadectwa pochodzenia wystawionego przez urząd celny uwarunkowane wymogami kraju odbiorcy towaru.
- Wystawianie, na podstawie świadectw pochodzenia wystawionych przez urząd celny, dodatkowych świadectw niepreferencyjnego pochodzenia towarów na formularzach Krajowej Izby Gospodarczej, jeśli zagraniczny odbiorca towaru żąda wystawienia takiego świadectwa, w związku z realizacją płatności za towar.

# LEGALIZACJA DOKUMENTÓW HANDLOWYCH

Podmiot ubiegający się o świadectwo pochodzenia (lub inny dokument handlowy) zobowiązany jest zarejestrować się jednorazowo w Izbie jako eksporter i złożyć następujące dokumenty:

1. Dokument potwierdzający prowadzenie przez wnioskodawcę działalności gospodarczej, w zależności od statusu prawnego przedsiębiorcy:
  - aktualny wydruk KRS ze strony Ministerstwa Sprawiedliwości,
  - lub aktualny wydruk CEIDG ze strony Ministerstwa Rozwoju,
  - lub inny dokument upoważnionego organu rejestrowego.
2. Zaświadczenie o nadaniu statystycznego numeru identyfikacyjnego REGON
  - aktualny wydruk ze strony Głównego Urzędu Statystycznego.
3. Decyzja albo potwierdzenie faktu nadania numeru identyfikacji podatkowej (NIP)
  - kserokopia decyzji lub zaświadczenia z aktualnymi danymi firmy.
4. Uwierzytelnione wzory podpisów reprezentacji podmiotu wnioskującego, poprzez złożenie:
  - wzoru podpisu w obecności przedstawiciela BLCA KIG na specjalnym formularzu lub,
  - wzoru podpisu potwierdzonego notarialnie (oryginał do wglądu i kserokopia) lub,
  - kopii karty wzorów podpisów bankowych potwierdzonych za zgodność z oryginałem przez pracownika banku,

**Uwaga:** wzór podpisu osoby upoważnionej na podstawie pełnomocnictwa może potwierdzić reprezentacja firmy zgodnie z KRS. W przypadku zmian w przedsiębiorstwie powodujących zmiany w dokumentach wymienionych powyżej przy kolejnym wniosku o legalizację przedsiębiorca powinien załączyć wyżej wymienione dokumenty, zawierające zaktualizowane dane.



# LEGALIZACJA DOKUMENTÓW HANDLOWYCH

Dokumenty do legalizacji powinny być przedkładane przez przedsiębiorcę w określonej przez niego ilości egzemplarzy i jednego egzemplarza dodatkowego przeznaczonego do dokumentacji, która pozostaje w biurze PIGIEiK. Wszystkie egzemplarze dokumentów przedłożonych do legalizacji powinny zawierać oryginalne podpisy osób uprawnionych do reprezentowania przedsiębiorstwa.

Serdecznie zapraszamy do szczegółowego zapoznania się z ofertą legalizacyjną na stronie [www.pcc.org.pl](http://www.pcc.org.pl)

Biuro legalizacyjne Polskiej Izby Gospodarczej Importerów, Eksporterów i Kooperacji mieści się w siedzibie Izby, (Pl. Wolności 18, 61-739 Poznań, godziny otwarcia: 08:30-15:00, Tel.: 61 851 78 48).





# DOŁĄCZ DO NAS

## Pakiet Korzyści Dostępny Dla Firm Członkowskich Polskiej Izby Gospodarczej Importerów, Eksporterów I Kooperacji

- Bieżący dostęp do informacji gospodarczych, ważnych z punktu widzenia prowadzenia współpracy z zagranicą.
- Pomoc w rozwijaniu kontaktów handlowych w kraju i zagranicą – bieżące wysyłanie ofert firm polskich i zagranicznych.
- Możliwości udziału w spotkaniach bezpośrednich z przedsiębiorcami z zagranicy odwiedzających PIGIEiK, poszukujących partnerów do współpracy.
- Informację i doradztwo w zakresie pozyskiwania dotacji unijnych związanych z rozwojem eksportu, pomoc w uzyskiwaniu tych dotacji, pisaniu i składaniu wniosków, sporządzaniu planów rozwoju eksportu oraz ich realizacją.
- Możliwość brania udziału w misjach gospodarczych organizowanych na poszczególnych rynkach zagranicznych.
- Bieżący dostęp do informacji o możliwości udziału w targach w kraju i zagranicą oraz organizacja udziału firm w targach i wystawach.
- Konsultacje z doświadczonymi ekspertami PIGIEiK i pomoc w zakresie wprowadzania produktów i usług na poszczególne rynki zagraniczne.
- Doradztwo w zakresie realizacji transakcji zagranicznych, w tym przygotowanie oferty handlowej, kontraktu, zabezpieczenie płatności, doradztwo w zakresie finansowania transakcji zagranicznych, obsługi bankowej, prawnej i logistycznej.

