



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 2: Îmbunătățirea situației tinerilor din categoria NEETs!

Obiectivul specific 2.1: Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul specific 2.2: Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Titlul proiectului: Activarea potențialului tinerilor NEETs

Cod proiect: POCU/909/2/4/150876

Anexa 6

Instrucțiuni privind modul de completare a Planului de afaceri

Pentru a ușura completarea planului de afaceri, conform modelului prezentat în anexa 8, vă furnizăm câteva informații utile.

SECȚIUNEA: A. DATE DE IDENTIFICARE A SOLICITANTULUI

A.1. Solicitant: <persoana care solicita finanțarea>

Nume, prenume:
 Domiciliul judetul
 Telefon e-mail

Explicații

Completați Numele și Prenumele, Domiciliul conform datelor din Cartea dvs. de identitate. Telefon, e-mail: asigurați-vă că ați furnizat corect aceste informații. În cazul în care vor exista neclarități în ceea ce privește Planul de Afaceri înregistrat în concurs membrii juriului sau experți din cadrul proiectului vă vor contacta pentru a vă solicita clarificări. Deoarece termenul de răspuns la solicitările de clarificare este important vă recomandăm să vă asigurați că datele de contact sunt corecte și eventualele mesaje/cereri trimise către dvs. vor ajunge la timp.

Datele de contact pot fi modificate ulterior, dar este important să comunicați eventuale modificări ale domiciliului dvs, ale numărului de telefon sau ale adresei de e-mail imediat ce acestea s-au produs.

A.2. Denumirea propusă a firmei:

Explicații

În această etapă puteți propune orice nume doriți pentru compania pe care o veți înființa. În cazul aprobării pentru finanțare a Planului de afaceri propus de dvs. va fi necesar să rezervați un nume de la Oficiul Registrului Comertului.

Rezervarea firmei, efectuată de ORCT prin personalul său sau prin intermediul portalului de

Titlul proiectului: Activarea potențialului tinerilor NEETs
Cod proiect: POCU/909/2/4/150876
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capital Uman 2014 - 2020





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

servicii online al ONRC, are caracter administrativ si prealabil, asupra legalității formale a firmei urmând a se pronunța directorul ORCT/persoana desemnată, cu ocazia soluționării cererii de înregistrare în registrul comerțului.

Notă:

- Firma constituie un element obligatoriu de identificare si individualizare a profesionistilor supusi înregistrării în registrul comerțului.
- Firma este, după caz, numele de stare civilă, respectiv denumirea sub care profesionistul își desfășoară activitatea și care îl deosebeste de orice alt profesionist
- Firma trebuie să fie scrisă cu caractere latine, în primul rând în limba română, si să nu producă confuzie cu alte firme sau denumiri înregistrate anterior în registrul comerțului.
- Firma se înscrie în registrul comerțului, în certificatul de înregistrare si în celelalte documente eliberate de registrul comerțului cu litere majuscule si cu diacritice.
- În vederea rezervării, firma este supusă operațiunii de verificare a îndeplinirii cumulative a condițiilor generale si speciale de legalitate, de disponibilitate si de distinctivitate față de firmele înregistrate în registrul comerțului sau rezervate în vederea înregistrării.
- Verificarea si rezervarea firmei se realizează la nivel național înainte de întocmirea actelor constitutive sau, în cazul schimbării denumirii, a actelor modificatoare ale acestora.
- O firmă este disponibilă, adică susceptibilă de a fi apropiată de un profesionist, atunci când nu aparține altui profesionist prin înregistrarea ei anterioară în registrul comerțului.
- O firmă este distinctivă atunci când constă într-o denumire care nu este necesară, generică sau uzuală și atunci când nu este identică sau similară cu alte firme înregistrate anterior în registrul comerțului. Distinctivitatea firmei se apreciază atât din punctul de vedere al grafiei, cât și al topicii cuvintelor care formează denumirea.
- Firma trebuie să cuprindă toate elementele cerute de lege, conform specificității persoanei juridice respective:
 - Firma unei societăți în nume colectiv se compune din numele, firma sau denumirea a cel puțin unuia dintre asociați, cu mențiunea "societate în nume colectiv", scrisă în întregime.
 - Firma unei societăți în comandită simplă se compune din numele, firma sau denumirea a cel puțin unuia dintre asociații comanditați, cu mențiunea "societate în comandită", scrisă în întregime.
 - Firma unei societăți cu răspundere limitată se compune dintr-o denumire cu semnificație proprie, la care se poate adăuga numele unuia sau ale mai multor asociați si este urmată de mențiunea "societate cu răspundere limitată", scrisă în întregime sau "S.R.L."
 - Firma societății cooperative se compune dintr-o denumire proprie si este însoțită de sintagma "societate cooperativă".
 - Firma cooperativei agricole se compune dintr-o denumire proprie, însoțită de sintagma "cooperativă agricolă".

A.3. Forma juridică de constituire: <alegeti: SRL, SRL-D, SNC, SCA, SCCA, SA>

Explicatii

În cadrul prezentei scheme sunt eligibile pentru a beneficia de ajutor de minimis întreprinderile



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

create de către tineri NEETs cu nivel de ocupabilitate A "ușor ocupabil".

Întreprindere = orice entitate angajată într-o activitate economică constând în oferirea de bunuri sau de servicii pe o piață dată, indiferent de statutul său juridic și de modul de finanțare, astfel cum este definită în jurisprudența Uniunii Europene, respectiv:

- (i) societăți reglementate de Legea societăților nr. 31/1990, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- (ii) societăți cooperativе, reglementate de Legea nr. 1/2005 privind organizarea și funcționarea cooperăției, republicată, cu modificările ulterioare;
- (iii) asociații și fundații, cooperative agricole și societăți agricole care desfășoară activități economice;
- (iv) entități reglementate de Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 44/2008 privind desfășurarea activităților economice de către persoanele fizice autorizate, întreprinderile individuale și întreprinderile familiale, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 182/2016.

Potrivit Art. 2. din **Legea societăților nr. 31/1990**, republicată, societățile comerciale se vor constitui în una dintre următoarele forme:

- a) societate în nume colectiv;
- b) societate în comandită simplă;
- c) societate pe acțiuni;
- d) societate în comandită pe acțiuni
- e) societate cu răspundere limitată

Potrivit Art. 2. din **OUG nr. 44/2008 privind desfășurarea activităților economice de către persoanele fizice autorizate, întreprinderile individuale și întreprinderile familiale**, litera f), întreprindere economică - activitatea economică desfășurată în mod organizat, permanent și sistematic, combinând resurse financiare, forță de muncă atrasă, materii prime, mijloace logistice și informație, pe riscul întreprinzătorului, în cazurile și în condițiile prevăzute de lege; Referitor la tipurile de întreprinderi economice, OUG nr. 44/2008 precizează:

- g) întreprindere individuală - întreprinderea economică, fără personalitate juridică, organizată de un întreprinzător persoană fizică;
- h) întreprindere familială - întreprinderea economică, fără personalitate juridică, organizată de un întreprinzător persoană fizică împreună cu familia sa;
- i) persoană fizică autorizată - persoana fizică autorizată să desfășoare orice formă de activitate economică permisă de lege, folosind în principal forța sa de muncă;

Alegeti forma juridică potrivită pentru afacerea pe care doriți să o dezvoltati. Înainte de a alege vă recomandăm să analizați legislația specifică, deoarece, în funcție de tipul afacerii, unele forme juridice sunt mai avantajoase în timp ce altele aduc limitări.

A.4. Asociați, acționari :

Nume, prenume: Adresa Cota %
.....

Nume, prenume: Adresa Cota %
.....

ATENȚIE: nu este permisă asocierea cu persoane juridice !

Explicații

Potrivit Schemei de Ajutor de Minimis "VIITOR PENTRU TINERII NEETs II" schema de ajutor de





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

minimis se aplică întreprinderilor sprijinite în cadrul obiectivului specific 2.1 Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile și Obiectivul specific 2.2 Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile, prin apelul “VIITOR PENTRU TINERII NEETs II”.

Tinând cont de drepturile fundamentale ale cetățenilor din România, inclusiv dreptul la liberă asociere, societatea pentru care doriți să solicitați finanțare poate avea mai mulți asociați, cu respectarea următoarelor reguli:

- Solicitantul (persoana care este înscrisă în proiectul “Activarea potențialului tinerilor NEETs” și eligibilă pentru a solicita finanțare) detine procentul majoritar în companie și potrivit actului (documentului) constitutiv administrează afacerea
- Asociații respectă condițiile de eligibilitate prevăzute în schema de ajutor de minimis “VIITOR PENTRU TINERII NEETs II”

A.5. Localizarea afacerii : < adresele propuse >

Adresa sediului social:

Adresa locului în care se va desfășura activitatea:

Explicații

Afacerea trebuie să fie localizată, atât din punct de vedere al sediului social, cât și al locului în care se va desfășura activitatea în una din ariile de implementare a proiectului, respectiv:

- Regiunea CENTRU Judetul Alba, Judetul Brasov, Judetul Covasna, Judetul Harghita, Judetul Mures, Judetul Sibiu
- Regiunea NORD-VEST Judetul Bihor, Județul Bistrita-Nasaud, Judetul Cluj, Judetul Maramures, Judetul Satu Mare, Judetul Salaj
- Regiunea VEST Judetul Arad, Judetul Caras-Severin, Judetul Hunedoara, Judetul Timis

Important: adresa sediului social și adresa locului în care se va desfășura activitatea sunt orientative, ele putând fi schimbate înainte de demararea efectivă a afacerii, cu condiția menținerii locațiilor în unul din județele mai sus menționate.

Atentie la locația în care se va desfășura activitatea: în cazul în care locația menționată în planul de afaceri aprobat are prevăzute anumite facilități (spații, racorduri energetice, etc), și doriți să amplasați ulterior afacerea într-o nouă locație, va trebui ca noua locație să dispună cel puțin de facilități similare.

A.6. Domeniul propus de activitate:

<activitățile pe care compania le va desfășura pentru a obține venituri conform codului CAEN. Specificați activitatea principală și maximum 3 activități secundare, dacă este cazul>

CAEN principal:

CAEN secundar:

CAEN secundar:

Explicații

CAEN este un acronim de la Clasificarea Activităților din Economia Națională și este o clasificare statistică națională a activităților economice din România.

Clasificarea este structurată pe nivele:

- primul nivel cuprinde titluri identificate printr-un cod alfabetic
- nivelul doi conține titluri identificate printr-un cod numeric de două cifre
- nivelul trei conține titluri identificate printr-un cod numeric de trei cifre





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

- nivelul patru contine titluri identificate printr-un cod numeric de patru cifre
Acestea pot fi găsite pe www.onrc.ro.

Ca regulă generală, orice entitate are un singur obiect principal de activitate căruia îi corespunde un singur cod CAEN. Acesta este stabilit prin actul constitutiv al societății, iar la eliberarea certificatului de înmatriculare de la ONRC este tipărit pe document. Dacă pe lângă activitatea principală identificată prin codul CAEN principal, entitatea decide să desfășoare și alte activități, ea va trebui să menționeze în actul constitutiv și codurile CAEN pentru activități secundare. Spre deosebire de CAEN-ul principal, CAEN-urile secundare nu vor fi menționate pe certificatul de înregistrare.

Planul de afaceri poate să prevadă un cod CAEN principal și maximum 3 coduri CAEN secundare. Planul de afaceri (produse/servicii, piața, furnizori, resurse umane, prognoze financiare) trebuie să fie în concordanță cu codurile CAEN menționate în această secțiune. Este obligatoriu să menționați coduri de nivel 4 (cele care conțin titluri identificate printr-un cod numeric de patru cifre)

Atenție: codurile CAEN menționate în această secțiune vor trebui autorizate după demararea afacerii.

Un cod CAEN ales se poate autoriza, lucru care se face prin depunerea unei declarații de îndeplinire a condițiilor de funcționare prevăzute de legislația incidentă în domeniul sanitar, sanitar-veterinar, protecției mediului și muncii în locațiile destinate a se realiza. Se poate autoriza doar un cod CAEN care există deja în actul constitutiv!

Important:

- codurile CAEN propuse trebuie să fie eligibile, conform regulilor privind organizarea concursului de Planuri de Afaceri ce v-au fost puse la dispoziție.
- în cazul întreprinderilor înființate în baza OUG nr. 44/2008, pentru a putea înregistra un cod CAEN persoana/persoanele care înființează întreprinderea trebuie să dețină o calificare care să îi permită să desfășoare activitatea în domeniul respective

A.7. Capital social initial: <LEI>

Explicații

Formarea capitalului social este operațiunea financiară, contabilă și juridică constând, pe de o parte, în stabilirea cifrei care va figura cu titlu de capital social în actul constitutiv al unei societăți comerciale determinate și, ulterior, în pasivul bilanțului contabil, iar pe de altă parte, în efectuarea de către asociați a unor aporturi în numerar și natură, de o valoare egală cu acea cifră.

Una dintre principalele operațiuni pe care trebuie să la întreprindă asociații care au căzut de comun acord să demareze în constituirea unei societăți comerciale este stabilirea capitalului social necesar pentru începerea și desfășurarea activității acesteia.

Potrivit Legii societăților 31/1990 republicată, aporturile în bani sunt obligatorii, iar aporturile în natură sunt admise conform art. 16 alin.(1) și (2).

Aporturile în natură trebuie să fie evaluabile din punct de vedere economic; ele sunt admise la toate formele de societate și sunt vărsate prin transferarea drepturilor corespunzătoare și prin predarea efectivă către societate a bunurilor aflate în stare de utilizare.

Pentru constituirea unei societăți comerciale, legea prevede necesitatea existenței unui capital social. Astfel, în cazul societății pe acțiuni sau societății în comandită pe acțiuni, capitalul



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

social nu poate fi mai mic de 90.000 lei (art. 10 Legea 31/1990), iar **capital social al unei societăți cu răspundere limitată nu poate fi mai mic de 200 lei** (art. 11 Legea 31/1990). Prin legi speciale se instituie, în cazul anumitor tipuri de societăți, alte plafoane ale capital social minim. Astfel, de ex.: în cazul societăților de leasing, este necesar un capital social minim echivalentul în lei a sumei de 200.000 euro (art. 19 din O.G. nr. 51/1997);

A.8. Conducerea propusă a firmei

Funcția	Nume, Prenume	Domiciliul	Studii
.....			
.....			
.....			

Explicatii

Completati tabelul cu informatiile solicitate

Conducatorul afacerii, fie ca va avea functia de „Administrator”, conform Actului Constitutiv, fie ca va fi angajat ca si Manager/Director trebuie să fie persoana care are calitatea de solicitant.

La rubrica „Studii” completati succint informatiile despre studiile pe care le au persoanele propuse.

SECTIUNEA: B. DESCRIEREA AFACERII PROPUSE

B.1. Descrierea pe scurt a afacerii propuse pentru finantare:

Explicatii

Descrieti pe scurt afacerea pentru care solicitati finantare. Explicati foarte pe scurt:

- de ce ati ales să demarati o afacere în acest domeniu (ex: experienta anterioară în acelasi domeniu sau într-un domeniu similar, studii de specialitate în domeniul în care se va derula afacerea, o oportunitate de piață deosebită pe care ati sesizat-o, etc.);
- care vor fi produsele si/sau serviciile oferite de societate ;
- care va fi piata tinta si cum se va asigura desfacerea;
- în ce spatiu se va desfășura activitatea (tip / dimensiuni) si cum veti dobândi accesul la acest spatiu;
- la ce veti folosi banii pe care îi veti primi ca si finantare nerambursabilă;
- numărul de angajati necesari pentru ca activitatea să poată demara;
- în cât timp de la demararea veti reusi să obtineti profit din exploatare;

Această sectiune nu trebuie sa depășească o pagină, sau in cazul în care considerati ca activitatea este complexa 1 pagina si jumătate.

Informatiile trebuie să fie clare, astfel încât evaluatorii să înțeleagă în ce domeniu veti activa, ce veti vinde, unde veti vinde si care sunt resursele pe care le veti alocă pentru ca această afacere să functioneze (resurse materiale, resurse umane, resurse financiare).

Atentie: informatiile din această sectiune trebuie corelate cu informatiile pe care le veti prezenta în sectiunile următoare.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

SECȚIUNEA: C. PROIECTUL DE INVESTITII

C.1. Obiectul investiției

Nr crt	Denumire echipament/cheltuiala	Valoare totală (fara TVA) - RON -	TVA - RON -	Valoare totală (cu TVA) - RON -
1	Echipamente/Utilaje			
2	Echipamente IT			
3	Licente soft / programe informatice/ alte active necorporale			
4	Clădiri sau construcții/reabilitări de clădiri/ terenuri **			
5	Mijloace de transport			
	TOTAL			

****Important:** realizarea de construcții sau reabilitarea unor construcții nu se poate face din ajutorul de minim acordat.

Dacă această cheltuială este necesară, ea se va face din resursele propria.

Explicații

În această secțiune se vor prezenta detaliat investițiile necesare pentru demararea afacerii. Solicitantul va menționa atât investițiile ce se vor realiza din ajutorul de minimis primit cât și eventualele investiții pe care le va face din resurse proprii.

- Echipamente utilaje** - la această secțiune vor fi incluse cheltuieli cu achiziționarea de echipamente tehnologice, utilaje, instalații de lucru, mobilier, de natura mijloacelor fixe, respectiv care se regăsesc în Subgrupa 2.1. „Echipamente tehnologice (mașini, utilaje și instalații de lucru)”, Subgrupa 2.2. „Aparate și instalații de măsurare, control și reglare”, Clasa 2.3.6. ”Utilaje și instalații de transportat și ridicat” sau Grupa 3 „Mobilier, aparatura birotică, sisteme de protecție a valorilor umane și materiale și alte active corporale” din Hotărârea Guvernului nr. 2139/ 2004 pentru aprobarea Catalogului privind clasificarea și duratele normale de funcționare a mijloacelor fixe, cu modificările și completările ulterioare și care se încadrează în limita valorică aferentă mijloacelor fixe, stabilită prin reglementările legale în vigoare la data depunerii cererii de finanțare.

Mijloacele fixe sunt acele obiecte tangibile sau ansambluri de obiecte aflate în proprietatea unei societăți, detinute în scopul obținerii de venituri care nu vor fi consumate sau vândute într-un interval de timp mai mic de un an și au o valoare de intrare de cel puțin 2500 RON (cf. HG 276/2013)

- Echipamente IT** - la această secțiune vor fi incluse cheltuieli cu achiziționarea de echipamente informatice și de birotică, de natura mijloacelor fixe, sau obiecte de inventar de natura mijloacelor fixe.

Obiecte de inventar de natura mijloacelor fixe - echipamente cu o valoare de intrare mai mică de 2500 RON, dar cu o durată de funcționare mai mare de 1 an.

- Licente soft / programe informatice/ alte active necorporale** - se cuprind cheltuieli cu



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

achiziționarea de brevete, licențe, mărci comerciale, programe informatice, alte drepturi și active similare.

4. **Clădiri sau construcții/reabilitări de clădiri/ terenuri** ** - se va completa această rubrică în cazul în care pentru funcționarea afacerii este necesară achiziția unui imobil sau reabilitarea unor spații obținute în baza unui contract de comodat, închiriere sau concesiune.

Realizarea de construcții sau reabilitarea unor construcții nu se poate face din ajutorul de minimis acordat.

5. **Mijloace de transport** - se pot achiziționa doar mijloace de transport marfă sau mijloace de transport persoane în cazul în care se dorește înființarea unei firme de transport călători. Achiziția de autoturisme nu este permisă, excepție făcând doar firmele ce vor avea ca obiect de activitate servicii de taximetrie.

Pentru fiecare element de investiție se va menționa prețul unitar și numărul de bucăți.

Valorile acestora se vor stabili pe baza unor oferte de la furnizori specializați sau print-screenuri ale unor oferte care sunt disponibile pe internet.

La finalul Planului de afaceri atașate ofertele / print-screenuri.

De ce sunt necesare aceste investiții

Pentru fiecare element investițional explicați în detaliu de ce este necesar.

C.2. Strategia de implementare a Planului de Afaceri:

Explicații

C.2.1. Obiectivele proiectului - precizați explicit care sunt obiectivele urmărite prin afacerea propusă pentru finanțare.

Pentru a putea seta în mod corect obiectivele unei afaceri este foarte important să știți clar de unde plecați și unde vă doriți să ajungă afacerea dvs.

Scopul unei afaceri trebuie să fie clar nu doar pentru managementul afacerii ci pentru întreaga echipă, partenerii sau chiar investitorii implicați în business.

Obiectivele stabilite în mod corect, în funcție de scopul afacerii, vor genera o traiectorie clară și o rentabilitate a resurselor investite. Ele vă vor ajuta să depășiți concurența, să creșteți poziționarea pe piață, să îmbunătățiți procesele tehnice sau alte procese interne ale afacerii, să creșteți o echipă de specialiști, să comunicați în mod eficient cu membrii echipei și să vă realizați scopul.

Exemple

- Obiective tehnice: dezvoltarea unui produs/serviciu, dezvoltarea unei tehnologii, inovare, etc
- Obiective comerciale exprimate financiar: cifra de afaceri, marja sau profitul comercial și încasarile.
- Obiective sociale crearea de locuri de muncă pentru persoane dezavantajate, susținerea unor comunități slab dezvoltate, etc.

C.2.2. Activitățile planificate

Mentionați toate activitățile pe care le veți derula pentru ca afacerea să devină realitate și mai



mult decât atât, să devină o afacere profitabilă.

Exemple

- Înregistrarea companiei la Registrul Comertului
- Închirierea și amenajarea spațiului
- Dotarea cu active corporale
- Dotarea cu active necorporale
- Selectia și angajarea personalului
- Demararea activității
- Promovarea produselor/serviciilor
- Elaborarea de rapoarte către finanțator
- Managementul proiectului de investiții

C.2.3. Rezultate planificate

După ce veți demara afacerea care vor fi rezultatele concrete?

Exemple

- Număr de produse/servicii oferite
- Număr de clienți în primul an de activitate
- Număr de echipamente achiziționate prin schema de minimis

C.2.4. Indicatori de realizare

Mentionați indicatorii care confirmă că ați atins la finalul proiectului obligațiile ce vi se impun conform schemei de ajutor de minimis

Exemple

Număr de locuri de muncă create

- Valoarea ajutorului de minimis primit și validat ca fiind eligibil la finalul perioadei obligatorii de implementare a afacerii

Exemplele furnizate sunt orientative. Fiecare afacere este unică și ca atare particularizați exemplele de mai sus la afacerea dvs. și adăugați elementele care nu se regăsesc printre exemplele de mai sus.

C.3. Graficul de realizare a proiectului de investiție propus (program detaliat pe faze de implementare a proiectului și pe activități)

- Data estimată de început:
- Data estimată de terminare a activităților investitoriale:
- Data estimată de începere a producției la întreaga capacitate: (dacă este cazul)

Activitatea/luna	Luna 1	Luna 2	Luna n
Activitatea 1				
Activitatea 2				
...				
Activitatea n-1				
Activitatea n				

Explicații

Planificați activitățile pe care va trebui să le desfășurați în timp. Fiecare activitate menționată de dvs. în subcapitolul anterior trebuie să se regăsească în acest tabel.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Subliniem faptul că afacerile înființate trebuie să funcționeze minimum 12 de luni pe perioadă implementării proiectului și să asigure o perioadă de sustenabilitate de minimum 6 luni. Graficul de realizare a proiectului de investiție propus se va referi la primele 12 luni de functionare a afacerii (care se calculează din ziua următoare semnării contractului de subvenție).

În realizarea acestei planificari vă recomandăm să luați în calcul și posibile marje de eroare în ceea ce privește începerea sau finalizarea unor activități.

D. DESCRIEREA ACTIVITĂȚII SOCIETĂȚII

D.1 Descrierea produselor/ serviciilor/ lucrărilor care fac obiectul afacerii și volumul anual al acestora

Explicații

Produce = orice puteți să țineți/atingeți, să vedeți sau să simțiți este un produs.

Serviciu = este o activitate care reprezintă o valoare economică fără a corespunde unei producții de bunuri materiale

Pentru a înțelege mai ușor diferența dintre produs și serviciu vom prezenta câteva exemple.

Mergem la un frizer pentru a avea o tunsoare unde utilizează un produs (foarfece și piepteni) pentru a ne furniza un serviciu (le scurtează sau le dă un stil mai bun.) Putem cumpăra un produs cum ar fi un televizor de pe piață, dar depinde atunci când ceva nu merge în neregulă cu produsul, cu toate acestea, aceasta nu este singura diferență dintre un produs și un serviciu. Dacă cumpărați alimente sau vin sau mașină, cumpărați produse pe care le puteți utiliza și consuma sau revinde după aceea. Cumpărăm haine, încălțăminte, electronice și chiar case și mașini care sunt toate văzute ca produse care pot fi văzute și utilizate

Produce - cuvântul provine de la produsul verb care ne spune că un produs este rezultatul unei producții ce înglobează muncă. Cu toate acestea, lucrurile naturale intră, de asemenea, în categoria produselor cum ar fi lemnul, gazul, florile (bucetul citit), fructele, legumele etc. În industria prelucrătoare, materiile prime necesare pentru fabricarea unui produs finit sunt denumite produse.

Atunci când construim o casă pentru noi înșine, avem nevoie de specialiști cum ar fi un instalator, un electrician, experți în aer condiționat și tot felul de alți profesioniști pentru a asigura confortul și confortul membrilor familiei noastre. Acești specialiști ne oferă servicii pentru care ne percep bani. Odată ce casa a fost construită, aveți nevoie de serviciile nu numai unui agent de asigurări, ci și de serviciile furnizorilor de echipamente de securitate. Chiar și înainte de a vă gândi să construiți o casă, aveți nevoie de bani care sunt furnizați de o bancă prin intermediul serviciilor sale de împrumut. Construcția casei nu este posibilă fără a angaja serviciile unor arhitecți, ingineri și constructori, toți cărora le percepeți expertiza.

Serviciul nu este întotdeauna atât de clar delimitat și de multe ori este împletit cu un produs ca atunci când cumpărați un telefon mobil, dar depindeți de serviciile furnizate de transportator. Chiar și în cazul telefoniei fixe, puteți cumpăra, în cel mai bun caz, un aparat, dar funcționează numai datorită serviciului oferit de companie. Cumpărați o mașină, dar aveți nevoie de servicii pentru a o menține și, de asemenea, serviciul de la stațiile de benzină pentru a menține în funcțiune. Chiar și produsele pe care le cumpărăm de pe piață sunt susținute de serviciul post-vânzare al companiilor.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Care este diferența dintre produs și serviciu?

- Produsele sunt tangibile și le puteți vedea, ține și deține în timp ce serviciul este intangibil și nu poate fi decât experimentat.
- Produsele pot fi stocate și utilizate, în timp ce nu este posibilă stocarea unui serviciu.
- Produsele pot fi numărate, în timp ce serviciul poate fi comparat sau descris ca fiind mai bun sau mai rău.

Important

În funcție de tipul afacerii dvs. explicați în detaliu care vor fi produsele pe care le veți realiza sau în ce vor consta serviciile pe care doriți să le furnizați.

- Descrierea produsului: caracteristici fizice (mărime, formă, culoare, design, performanțe / nevoi satisfăcute / beneficii pentru clienți.
- Descrierea serviciului: ce reprezintă, ce nevoi satisface, care sunt materialele și echipamentele necesare prestării serviciului, etape în procesul de prestare a serviciului, beneficii pentru clienți

Precizați care este volumul estimat al producției anuale, sau în cazul serviciilor care este numărul estimat de clienți deserviți.

Pentru fiecare produs/serviciu precizați prețul la care doriți să îl vindeți.

Precizați principalele avantaje competitive ale produselor/serviciilor ce vor fi oferite de întreprinderea dvs. în raport cu ceea ce există pe piața pe care o țintiți.

D.2. Analiza pieței de desfacere și a concurenței

Explicații

D.2.1. Zona geografică în care se vor comercializa produsele/serviciile

În ce zonă geografică intenționați să vindeți produsele/să furnizați serviciile? Veti avea clienți exclusiv la nivel local sau țintiți o piață mult mai largă (regională sau chiar națională)? Veți exporta produsele dvs.? Dacă da, atunci unde și când veți începe exporturile?

Definirea arealului geografic în care veți vinde produse/servicii trebuie să fie realistă, corelată cu volumul producției și cu structura departamentului de vânzări. De exemplu, e ușor să afirmi că te vei adresa pieței naționale, dar este extrem de greu ca acest lucru să se întâmple în etapa în care firma are doar 2 angajați.

D.2.2. Piața și clienții care vor cumpăra produsele / serviciile

Piața este alcătuită din ansamblul de cumpărători (indivizi, întreprinderi, organizații, etc.) și vânzători, între care au loc tranzacții cu anumite bunuri sau servicii. Vă recomandăm să estimați piața actuală a concurenților, cota de piață alocată nonconsumatorilor și piața potențială a firmei. Cât de mare este piața totală?

Precizați cine vor fi clienții: persoane fizice, societăți comerciale, en-grosiști, instituții publice, profilul detaliat al clienților, numărul clienților potențiali pe arealul pe care firma își vinde produsele.

Care sunt prețurile pe piața țintă pentru produse/servicii similare?

Ce nevoi ale clienților vor satisface produsele și serviciile dvs. în viitor?

De ce vor cumpăra aceștia de la dvs?

Estimați numărul clienților potențiali pentru produsele / serviciile dvs?

În cazul în care deja aveți în vedere potențiali clienți, precizați numele câtorva clienți și furnizați detalii despre profilul acestora.

D.2.3. Concurenții potențiali



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Detaliați cine vor fi concurenții dvs. potențiali, ce poziție au ei pe piața în momentul de față?
Răspundeti la următoarele aspect

- Care este gama de produse/servicii comercializate de acestia, si în ce măsură există o suprapunere cu ceea ce oferă compania?
- Care sunt principalele atuuri ale concurenților?
- Estimați volumului ofertei concurenților.

Pentru principalii clienți identificați menționați denumirea firmei, localitatea în care își desfășoară activitatea și câteva informații despre produsele/serviciile pe care le livrează.

D.3. Strategia de Marketing

Explicații

Strategiile de marketing pot fi grupate după trei criterii: atitudinea firmei față de dinamica de ansamblu a pieței căreia i se adresează, atitudinea față de structura pieței și poziția pe care o adoptă firma față de schimbările care se petrec pe piață:

Pentru un start-up este important să existe o strategie legată de atitudinea față de structura pieței, iar conducerea să decidă dacă va adopta o:

- strategie nediferențiată - când se adresează unei piețe globale, produsele sale fiind la fel pentru toți clienții;
- strategie diferențiată - activitatea este orientată înspre două sau mai multe segmente distincte de cliență;
- strategie concentrată - când întreaga activitate este orientată spre un singur segment de consumatori;

Deasemenea, pentru a avea succes, compania trebuie să aibă o strategie de Marketing - mix, respective orientarea activității de marketing a firmei (în funcție de resursele acesteia și de condițiile de manifestare a pieței) prin combinarea într-un tot unitar, sub forma unor programe, a elementelor politicilor de:

- produs;
- preț;
- distribuție;
- promovare

D.3.1. Strategia de produs:

Obiectivele pe care le propune politica de produs trebuie să slujească scopului activității economice în sensul maximizării profitului și a valorificării superioare a tuturor resurselor (materiale, financiare, umane).

Activitățile componente ale politicii de produs sunt:

- Activitatea de inovație
- Activitatea de modelare a produsului
- Asigurarea legală a produsului
- Atitudinea față de produsele vechi
- Activitatea de alcătuire a gamei de produse

Care va fi politica de produs?

Veti începe cu un produs / serviciu nou, inovativ sau cu unul clasic? Care va fi durata de viață estimată a produsului/serviciului și cum veti asigura înnoirea produselor/serviciilor?

Produsul/serviciul avut în vedere este pregătit pentru piața, sau credeți că vor fi necesare adaptări?

Aveti nevoie de o protecție legală a produsului/serviciului sau a mărcii comerciale sub care va lucra firma dvs?



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Care este mărimea optimă a gamei de produse?

D.3.2. Strategia de pret propusă:

Succesul pe piață al unei companii depinde în mare măsură de elaborarea unei politici de preț adecvată, atât în ceea ce privește nivelul prețurilor, cât și stabilitatea acestora.

Politica de preț este o componentă importantă a marketingului. Determinarea prețului unui produs este o problemă delicată, pentru că firma trebuie să țină cont de un număr important de restricții pe care le impune mediul extern în care își desfășoară activitatea. Prețul reprezintă o pârghie economică importantă, un instrument de calcul și măsură și un mijloc de comunicare a firmei cu piața.

Precizati:

Care va fi politica de preturi în comparatie cu cea a concurentilor?

Puteti sustine financiar politica de preturi propusă?

ATENȚIE ! : Nu este permisă vânzarea produselor sub nivelul costurilor. Această politică de preț se numește dumping și este interzisă.

D.3.3. Activități prevăzute de promovare a vânzărilor:

Desfășurarea unei activități de marketing moderne presupune nu numai crearea unui produs bun, stabilirea unui preț atractiv și punerea mărfii la dispoziția consumatorilor vizați dar și informarea clienților cu privire la produsele oferite. În societatea actuală este greu de imaginat o afacere prosperă fără a derula activități de promovare a produselor/serviciilor.

Pricipalele instrumente de promovare la care compania poate apela sunt:

- Publicitatea - orice formă de prezentare nepersonală și de promovare a ideilor, bunurilor și serviciilor, contra cost, de către un anumit sponsor.
- Vânzarea personală - prezentarea orală făcută într-o conversație cu unul sau mai mulți cumpărători potențiali, având ca scop vânzarea unui produs.
- Promotii - acordarea de stimulente pe termen scurt cu scopul încurajării achiziției sau vânzării unui produs ori serviciu.
- Relații publice - stabilirea unor relații cu diferite organisme publice din cadrul mediului firmei prin obținerea unei publicități favorabile, crearea unei bune "imagini despre sine" și preîntâmpinarea apariției sau dezmințirea zvonurilor, știrilor ori evenimentelor nefavorabile.

Teoretic ar trebui să apelați la toate aceste metode de promovare, dar ca orice start-up, va trebui să vă limitați doar la o mică parte din aceste metode de promovare din cauza bugetului limitat.

Poti afirma că vei demara o campanie de promovare pe principalele posturi de televiziune, dar este o afirmație nerealistă, astfel de campanii constând sute de mii de euro. Deasemenea poti afirma că în primele 6 luni vei acorda reduceri de 25-50% la produsele/serviciile vândute, dar această strategie ar conduce rapid la intrarea în incapacitate de plată.

Precizati:

Cum vor afla potențialii clienți despre produsele Dvs.? Ce metode pentru publicitate sau alte metode de promovare veți folosi?

Ce buget veți aloca în primul an pentru promovarea produselor?

D.3.4. Strategia de distributie:

Distribuția se referă la circuitul fizic și economic al mărfurilor, la sistemul de relații care intervine între agenții de piață, la activități ale unei mase largi și eterogene de unități aparținând mai multor ramuri economice.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Canalul de distribuție se particularizează prin 3 dimensiuni:

- Lungimea canalului → numărul de verigi intermediare prin care trec mărfurile de la producător la consumator.
- Lățimea canalului → determinată de numărul unităților prin care se asigură distribuirea unui produs în cadrul fiecărei etape a rutei acestuia.
- Adâncimea canalului → exprimă măsura apropierii distribuitorului de punctele efective de consum ale produsului.

Precizați:

Cum se vor distribui produsele/serviciile?

Care este structura de personal și dotarea necesară pentru a pune în practică strategia de distribuție?

D.4. Materii prime / mărfuri necesare <materii prime sau marfuri, în funcție de tipul activității>

D.4.1. Tipuri de materii prime necesare și cantități estimate pe an

Explicații

Materiile prime sunt bunurile care participă direct la fabricarea produsului și care se regăsesc în produsul final.

Materia primă este materialul de bază din care sunt produse sau fabricate: mărfurile, produsele finite și materiile intermediare. Termenul de "materie primă" este utilizat pentru a desemna materialul aflat într-o stare neprelucrată sau prelucrată, minim, de exemplu, latex, cărbune, minereu de fier, lemn, aer sau apa de mare.

Materialele consumabile sunt bunurile care participă sau ajută la procesul de producție sau de exploatare, fără a se regăsi, în produsul finit. Acestea pot fi împărțite în următoarele tipuri de materiale: materialele auxiliare, combustibilii, materialele pentru ambalat, piese de schimb, semințe și materiale de plantat, furaje etc.

Marfa este un produs al muncii omenești care satisface o anumită nevoie și este destinată schimbului prin vânzare-cumpărare.

În cazul în care activitatea firmei constă în producția de bunuri, veți avea nevoie de materii prime dar și de materiale consumabile.

Dacă activitatea companiei este așa cum este spre comerț, veți avea nevoie de mărfuri și probabil și de materiale consumabile.

În cazul activităților de prestări servicii, în funcție de specificul activității, va fi probabil un mix de materii prime, materialele consumabile și mărfuri. (Exemplu: un restaurant așa cum mănâncă din anumite materii prime, dar atunci vinde clientului un suc îmbuteliat, pe care doar îl pune pe așa lucrează cu o marfă).

Detaliați:

- Ce materii prime și materiale consumabile vă sunt necesare.
- Preturile sunt mereu aceleași, sau există o sezonabilitate a preturilor?
- Materialele și mărfurile necesare sunt ușor de procurat? (Ex: firmele care produc mase plastice au un număr limitat de opțiuni de aprovizionare, iar livrările de granule de polietilenă/propilenă se fac doar cu programări prelabile, și în limita unor cantități negociate).
- Există condiții privind cantitățile minime care pot fi achiziționate? (Ex: firmele de confecții care doresc să se aprovizioneze cu țesături direct de la producători, pentru a avea un pret de intrare mai bun, pot cumpăra doar suluri -baloți- întregi, care uneori au mai mulți kilometri lungime, și care evident costă foarte mult!)



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

D.4.2. Principalii furnizori:

Denumire Materii prime /marfuri	Furnizori potential (nume, localitate)	Cantitate medie lunara	Valoare medie lunara - lei -
Mat primă/marfă 1			
Mat primă/marfă 2			
.....			
Mat primă/marfă n			

Explicatii

Identificati furnizorii potentiali.

Încercati să estimati cantitățile de care veti avea nevoie lunar precum si valoarea achizițiilor lunare.

D.5. Schema organizatorică și politica de resurse umane

D.5.1. Structura personalului

Structura personalului <inscrieți numărul de angajați între paranteze>:

Personal de conducere al firmei : (.....)

Personal direct productiv: (.....)

Personal indirect productiv: (.....)

D.5.2. Politica de personal

D.5.3. Costuri de personal

Explicatii

D.5.1. Structura personalului

Indicati numărul de angajati pe care îl va avea compania dvs în primul an de activitate.

Nota în cazul startup-urilor, unde numărul de angajati este mic este posibil ca aceeași persoană să ocupe mai multe funcții. (Exemplu în cazul unei covrigării cu 2 angajati este posibil ca ambele persoane să fie implicate în activitatea de producție, dar în același timp unul din cei 2 lucrători să fie și managerul firmei).

În cazul în care o persoană ocupă mai multe funcții introduceți o notă explicativă astfel încât să nu existe dubii în privința numărului total de angajati și a rolului fiecărui angajat.

D.5.2. Politica de personal

Politica de resurse umane - este un sistem de principii și norme care adaugă resursele umane cu strategia organizației. Adică, toate activitățile de resurse umane sunt planificate în prealabil și convenite cu o înțelegere comună a obiectivelor și obiectivelor organizației.

Tipuri de politici de personal:

- Politică pasivă: din păcate, se întâmplă mai des decât ne-ar plăcea. Acțiunile sunt luate numai pentru a elimina "problemele de personal". Lucrări de birou, cadouri și sărbători corporative - un set de acțiuni delicate, fără inițiative.
- Politică reactivă: administratorii companiei și managerii de resurse umane iau măsuri pentru a elimina fenomenele negative, cum ar fi fluctuația mare a personalului sau conflictele de producție. Pentru a stinge incendiile nu este cea mai vizibilă strategie de lucru cu oamenii.
- Politică de prevenire: găsită în majoritatea companiilor care se consideră avansate. Prin previziuni, totul este în ordine - ele sunt create pe baza de sondaje, audituri și analize.

Ca și manager trebuie să vă gândiți cum veti trata următoarele aspecte

- Selectarea și recrutarea



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

- Gestionarea resurselor umane
- Dezvoltarea și instruirea personalului
- Disciplina
- Evaluarea personalului
- Salarizarea personalului

Explicati pe scurt care este viziunea dvs în ceea ce privește politica de personal (Veti angaja personal cu anumite calificari/specializari? Veți asigura și instruirea necesară? Cum îi veti convinge pe oameni să se angajeze în compania dvs? Cum îi veti motiva?, etc)

D.5.3. Costuri de personal

Estimati costurile lunare precum si cele anuale cu angajatii societatii. Nu uitati să includeti în acest calcul si sumele pe care compania trebuie să le plătească la bugetul de stat pentru fiecare angajat.

D.6. Analiza SWOT < Puncte tari / Puncte slabe / Oportunitati / Constrangeri>

Explicatii

Analiza SWOT (Strengths / Weaknesses / Opportunities / Threats) = Puncte tari / Puncte slabe / Oportunități / Amenințări - este formularea științifică a procesului de analiză utilizat la luarea unei decizii.

Punctele tari

Punctele tari - reprezintă factorii interni care sunt favorabili pentru atingerea obiectivului propus.

Punctele tari se determină utilizând următoarele întrebări :

- Care sunt avantajele produsului (companiei) față de produsele similare sau companii concurente?
- Cu ce este mai bun produsul (compania) decât alte produse similare sau companii similare?
- Ce puncte tari identifică alții la produsul sau compania ta?

Punctele slabe

Puncte slabe - reprezintă factorii interni care pot împiedica atingerea obiectivului propus.

Punctele slabe se determină utilizând următoarele întrebări :

- Ce poate fi îmbunătățit?
- Ce trebuie evitat?
- Ce văd alții ca puncte slabe?

Oportunitățile

Oportunități - reprezintă factorii externi care sunt favorabili pentru atingerea obiectivului propus.

Oportunitățile se determină utilizând următoarele întrebări :

- Ce oportunități puteți identifica?
- Care sunt tendințele de care sunteți conștienți?

Amenințările

Amenințări - reprezintă factorii externi care pot împiedica atingerea obiectivului propus.

Amenințările se identifică utilizând următoarele întrebări :

- Care sunt obstacolele întâmpinate?
- Ce face competiția?
- Există posibilitatea schimbării legislației, a standardelor sau a cerințelor clienților?

Întrebările de mai sus sunt orientative, numărul acestora putând fi mult mai mare funcție de

domeniul sau produsul pentru care se efectuează analiza SWOT.

Exemplu de analiza SWOT:

- puncte tari : nivelul salariului este foarte bun, aveți economisită o anumită sumă de bani pentru avans;
- puncte slabe : stabilitatea locului de muncă și implicit a nivelului salariului;
- oportunități : nivelul dobânzii este scăzut, prețul locuințelor este în scădere;
- amenințări : nivelul comisioanelor practicate de bancă, durata de acordare a creditului, dobânda nu este fixă, este posibil ca dobânda de referință - EURIBOR să crească.

D.7. Alte aspecte legale relevante <daca este cazul >

Explicatii

Precizati alte elemente care considerati ca sunt relevante pentru afacerea pe care o propuneti.

De exemplu: asigurarea utilitatilor, impactul asupra mediului, ce alte licențe, autorizații etc. vor fi necesare pentru implementarea proiectului propus sau aspect legate de teme orizontale si secundare POCU precum: Egalitate de sanse, Dezvoltare Durabila, Sprijinirea tranzitiei către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon si eficiență din punctul de vedere al utilizării resurselor, Inovare sociala, TIC, etc.

E. COSTURI ȘI PLANUL DE FINANȚARE

E.1. Cheltuieli ce vor fi finantate prin SCHEMA DE MINIMIS

ATENȚIE în cazul în care firma va fi înregistrată ca platitoare de TVA, acesta nu va fi eligibil !

Explicatii

Important: din ajutorul de minimis se pot deconta doar cheltuieli care se încadrează în una din liniile din tabelul de mai sus.

Orice cheltuială care nu poate fi încadrată în una din liniile de mai sus nu va fi decontată

În momentul elaborării planului privind cheltuielile pentru care doriți finanțare prin Schema de minimis vă rugăm să țineți cont de următoarele **Condiții generale de eligibilitate a cheltuielilor** conform art. 2 alin.1, alin. 5 și art 10. alin 1 din HG nr. 399/2015 privind regulile de eligibilitate a cheltuielilor efectuate în cadrul operațiunilor finanțate prin Fondul European de Dezvoltare Regională, **Fondul Social European și Fondul de Coeziune 2014-2020:**

“Art.2 (1) Fără a încălca prevederile art. 3 și 4, pentru a fi eligibilă, o cheltuială trebuie să îndeplinească cumulativ următoarele condiții cu caracter general:

- să respecte prevederile art. 65 alin. (2)-(5) din Regulamentul (UE) nr. 1.303/2013, precum și perioada de implementare stabilită de către Autoritatea de Management prin contractul/ decizia/ ordinul de finanțare;
- să fie însoțită de facturi emise în conformitate cu prevederile legislației naționale sau a statului în care acestea au fost emise ori de alte documente contabile pe baza cărora se înregistrează obligația de plată și de documente justificative privind efectuarea plății și realitatea cheltuielii efectuate, pe baza cărora cheltuielile să poată fi verificate/controlate/auditate, cu respectarea prevederilor art. 131 alin. (2) și (4) din Regulamentul (UE) nr. 1.303/2013;
- să fie în conformitate cu prevederile programului;
- să fie în conformitate cu contractul/decizia/ordinul de finanțare, încheiat între



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Autoritatea de Management sau Organismul Intermediar și beneficiar, cu respectarea art. 65 alin. (11), art. 70, art. 71, art. 125 alin. (1) și art. 140 din Regulamentul (UE) nr. 1.303/2013;

- să fie rezonabilă și necesară realizării operațiunii;
- să respecte prevederile legislației Uniunii Europene și naționale aplicabile;
- să fie înregistrată în contabilitatea beneficiarului, cu respectarea prevederilor art. 67 din Regulamentul (UE) nr. 1.303/2013.”

„(5) Prin excepție de la prevederile alin. (1) lit. b), cheltuielile efectuate în cadrul operațiunilor sunt eligibile cu excepțiile prevăzute la art. 131 alin. (2) din Regulamentul (UE) nr. 1.303/2013.”

Art 10 (1) Cheltuielile pentru achiziția de autovehicule sau alte mijloace de transport, achiziționate inclusiv în modalitatea prevăzută la art. 9, sunt eligibile dacă acestea îndeplinesc una dintre următoarele condiții:

[...]

b) dacă autovehiculele sau mijloacele de transport, inclusiv mijloace destinate transportului public de călători, sunt indispensabile și sunt destinate exclusiv atingerii obiectivului operațiunii, iar caracteristicile lor tehnice sunt adecvate în raport cu activitățile operațiunii.

După ce finalizati tabelul de mai sus furnizati succint despre fiecare linie bugetata (în ce consta efectiv cheltuiala si de ce este necesara)

E.2. Planul de finantare

Suma nerambursabilă solicitată: RON

Explicatii

Planul de finantare cuprinde sursele de finantare a afacerii si modul de cheltuire a capitalului de pornire.

Este posibil ca pentru afacerea pe care doriti să o demarati capitalul necesar să fie mai mare decât ajutorul nerambursabil pe care îl veti primi. In acest caz sprijinul nerambursabil trebuie completat cu alte surse de finantare (resurse proprii, credite bancare, împrumuturi de la membrii familiei, fonduri de investitii, etc.)

In ceea ce priveste destinatiile, acestea sunt în principal constituite din achizitia de echipamente si utilaje, conform celor mentionate în subcapitolul „C.1. Obiectul investiției” din Planul de Afaceri, si cu sumele necesare pentru salarii, materii prime, chirii, servicii si alte costuri conexe pentru a acoperi primul ciclu de productie.

Important: TOTAL SURSE = TOTAL DESTINATII

Nu uitati

Verificati ca

- suma trecuta la rubrica “Fonduri nerambursabile (AJUTOR DE MINIMIS)” sa coincide cu suma solicitata de dvs
- suma trecuta la rubrica “Cofinantare pentru proiect” trebuie sa coincide cu suma care considerati ca o puteti aduce ca si contributie in numerar la implementarea proiectului

F. PROIECTII FINANCIARE

Titlul proiectului: Activarea potențialului tinerilor NEETS
Cod proiect: POCU/909/2/4/150876
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capital Uman 2014 - 2020





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

F.1 BUGETUL DE VENITURI SI CHELTUIELI ESTIMAT

**Proiectiile financiare se realizeaza pe ani calendaristici !
Anul I este cel aferent perioadei: 28.09.2022 - 27.09.2023**

Explicatii

Bugetul unei societati evidentiază veniturile si cheltuielile pe care o societate le înregistrează într-un anumit interval de timp (un an), prezentând în acelasi timp si evolutia lunara sau trimestrială a performantelor firmei.

Datele previzionate ce vor fi inserate în buget se fundamentează în valori reale (în prețuri constante, fără a lua în calcul impactul inflației).

Orizontul de timp pentru care sunt realizate previziunile financiare este de 3 ani (anul implementarii + 2 ani sustenabilitate).

Explicati cum s-a facut estimarea veniturilor si a cheltuielilor. Furnizati informatii asupra modului în care s-a ajuns la valorile mentionate în tabel.

Detaliați ipotezele care au stat la baza realizării previzionării. Mentionati sursele de documentare.

F2. FLUXUL DE NUMERAR ESTIMAT

Explicatii

Fluxul de numerar este unul dintre instrumentele principale de planificare financiara. Acest document ne pune la dispozitie situatia intrărilor si iesirilor de lichiditati.

Activitățile economice se realizează în “timp real”, aceasta însemnând că există diferențe între momentul primirii unei facturi și plata acesteia, precum și între momentul emiterii unei facturi și momentul încasării acesteia. Deci există decalaje, uneori majore între furnizare și încasare respectiv între recepție și plată.

Explicati cum s-a făcut estimarea fluxurilor de numerar.