

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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: Tineri NEETs, o șansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690



METODOLOGIE CONSILIERE/ CONSULTANTA/ MENTORAT

Versiune 1

INTOCMIT,

EXPERT CONSILIERE ANTREPRENORIALA L
Mihailescu Emil Raul



EXPERT CONSILIERE ANTREPRENORIAL M1
Adamescu Cristina



AVIZAT,
COORDONATOR M1
Arghirescu Adriana



August 2022

Beneficiar:



Project Management Solution
Consultanta in management

Parteneri:





FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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: Tineri NEETs, o șansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690

CUPRINS

CAPITOLUL I. CADRUL GENERAL ȘI PREZENTAREA PROIECTULUI.....	2
CAPITOLUL II. DESCRIEREA METODOLOGIEI	5
2.1. Obiectul de reglementare	5
2.2. Justificarea activităților.....	5
CAPITOLUL III. ANEXE.....	8

Beneficiar:



Project Management Solution
Consultanta in management

Parteneri:



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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: Tineri NEETs, o șansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690

CAPITOLUL I. CADRUL GENERAL ȘI PREZENTAREA PROIECTULUI

Prezenta metodologie are ca scop stabilirea unor linii ghid generale pentru serviciile de consiliere/consultanță/mentorat, ce vor fi furnizate în cadrul proiectului „Tineri NEETs, o șansă pentru viitor!”. Apel POCU/991/1/3/ Operațiune compozită OS 1.1 & OS 1.2 „Viitor pentru tinerii NEETs I”.

Prezenta metodologie se realizează în cadrul subactivității A4.1. Acordarea de sprijin persoanelor din grupul țintă pentru înființarea de afaceri sub forma unor servicii personalizate de sprijin.

Din punct de vedere al cadrului legal aplicabil, prezenta metodologie este elaborată în conformitate cu:

- **Contractul de finanțare** NR: POCU/991/1/3/153690 încheiat între Ministerul Investițiilor și proiectelor europene reprezentat prin Organismul Intermediar Regional pentru Programe Europene Capital Uman - Regiunea Sud – Est și PROJECT MANAGEMENT SOLUTIONS S.R.L.
- **Schema de ajutor de minimis** “VIITOR PENTRU TINERII NEETs I”, aferentă Programului Operațional Capital Uman 2014-2020 (POCU 2014-2020), Axa Prioritară 1 „Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri””, Obiectivul specific 1.1 Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile și respectiv 1.2 Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem nonformal și informal al tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile
- **Ghidul Solicitantului Condiții Specifice** Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”, Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă, Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excludere

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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: Tineri NEETs, o șansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690

socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”, Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile, Obiectivul Specific 1.2 - 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

Metodologia urmărește atingerea **obiectivului general** al proiectului Tineri NEETs, o șansă pentru viitor! și anume Creșterea gradului de intergrare pe piața muncii a 372 tineri NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, cu domiciliul în regiunea SE, prin oferirea de servicii de mediere și formare profesională, pe perioada de implementare a proiectului.

Obiectivele specifice ale proiectului :

OS1. Creșterea gradului de informare în rândul tinerilor în vederea identificării persoanelor cu vârstă între 16 și 29 de ani care nu sunt ocupabili și nu urmează nici o formă de educație sau formare în vederea direcționării acestora către SPO în vederea înregistrării și profilării, pe perioada de implementare a proiectului

OS2. Dezvoltarea competențelor profesionale pentru un număr de 112 tineri NEETs șomeri cu vârstă între 16 - 29 ani, pe o perioadă de 18 luni.

OS3. Facilitatea incluziunii pe piața muncii pentru 160 tineri NEETs prin activități de mediere oferite la 372 persoane din GT.

OS4. Dezvoltarea competențelor antreprenoriale pentru 56 tineri NEETs cu nivel de ocupabilitate A “ușor ocupabil” și susținerea ocupării pe cont propriu pentru 10 dintre aceștia, pe perioada de implementare a proiectului.

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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: Tineri NEETs, o sansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690

OS5. Dezvoltarea antreprenoriatului în rândul tinerilor NEETs șomeri cu vârstă între 16 - 29 ani prin oferirea de sprijin pentru înființarea, funcționarea și monitorizarea unui număr de 10 firme, pe perioada implementării proiectului.

Grupul țintă al proiectului :

Grupul țintă este format din tineri NEETs șomeri, cu accent pe cei din mediul rural și pe cei aparținând minorității roma, cu vârstă între 16-29 ani, cu domiciliul sau reședința în regiunea Sud-Est și cuprinde în total 372 persoane.

Grupul țintă va cuprinde în mod obligatoriu:

- Peste 10% persoane de etnie roma, respectiv 38 persoane
- Peste 20% persoane cu domiciliul în mediul rural, respectiv 75 persoane
- Cel puțin 30% - tineri NEETs cu nivelurile de ocupabilitate C și D, respectiv "greu ocupabil" și "foarte greu ocupabil"

Rezultatele previzionate ale subactivității A4.1. Acordarea de sprijin persoanelor din grupul țintă pentru înființarea de afaceri sub forma unor servicii personalizate de sprijin :

- 56 tineri NEETs vor beneficia de servicii personalizate de sprijin;
- 56 tineri NEETs ușor ocupabili participanți la cursuri de formare profesională în competențe antreprenoriale;
- 56 tineri NEETs șomeri care dobândesc o calificare la încetarea calității de participant;
- Un concurs planuri de afaceri;
- 10 planuri de afaceri selectate în urma concursului;
- 10 contracte subvenție

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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: Tineri NEETs, o sansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690

Prin proiect, ce se va derula pe parcursul a 17,4 luni, se susține creșterea gradului de ocupare prin crearea a 10 afaceri. Pe termen lung, proiectul vizează dezvoltarea culturii antreprenoriale prin transformarea antreprenoriatului într-o alternativă viabilă de carieră în regiunile de implementare.

CAPITOLUL II. DESCRIEREA METODOLOGIEI

2.1. Obiectul de reglementare

Serviciile de consiliere/consultanță/mentorat vor fi oferite celor 56 tineri NEETs ușor ocupabili selectați în cadrul proiectului, ce vor participa la cursurile de competențe antreprenoriale, respectiv celor 10 persoane selectate în vederea implementării planurilor de afaceri, în completarea cunoștințelor și aptitudinilor dobândite de aceștia în cadrul cursurilor de formare a competențelor antreprenoriale.

2.2. Justificarea activităților:

Activitatea de consiliere antreprenorială este o formă de consiliere specifică, ce trebuie personalizată în funcție de tipologia antreprenorului.

Consilierea antreprenorială presupune sprijinirea beneficiarului în dezvoltarea unei afaceri și furnizarea de informații referitoare la sursele de finanțare pentru inițierea și dezvoltarea acesteia, consilierea în realizarea unui plan de afaceri și furnizarea de informații cu privire la legislația în vigoare.

Această activitate se derulează pe o perioadă de 6 luni, L1 – L6 și este oferită de cei 2 experți consiliere antreprenorială, respectiv expert consiliere antreprenorială L și expert consiliere antreprenorială M1.

Serviciile oferite de experții consiliere antreprenorială sunt gratuite și constau în:

- activități de consiliere în domeniul antreprenoriatului, inclusiv cu privire la identificarea de piețe de

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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: Tineri NEETs, o sansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690

desfacere;

- dezvoltare antreprenoriala;
- elemente de legislatie;
- resursele necesare demararii unei afaceri, umane si materiale;
- avize si autorizatii specific domeniului de activitate;
- realizarea planului financiar si strategii de marketing;
- realizarea achizitiilor in conformitate cu legislatia in vigoare si respectarea planul de afaceri selectat;
- managementul resurselor umane.

Acordarea de sprijin persoanelor interesate de concursul de planuri de afaceri, va cuprinde cativa pasi:

- a) Studiul nevoilor si cunostintelor viitorilor antreprenori selectati cu privire la initierea de afaceri si ocuparea pe cont propriu.

Astfel, pe baza de chestionare si intalniri se vor stabili ariile in care viitorul antreprenor are nevoie de sprijin suplimentar pentru deschiderea si implementarea afacerii dorite. Se va elabora cate o fisa de analiza pentru fiecare afacere de infiintat.

- b) Pregatirea si furnizarea serviciilor de consiliere/ consultanta/ mentorat pentru initierea de afaceri si ocuparea pe cont propriu

Pe baza fiselor de analiza a nevoilor fiecarei viitoare afaceri, se vor elabora/centraliza materiale cu informatii pentru viitorii antreprenori care sa vina in sprijinul nevoilor identificate.

Aceste materiale/ informatii vor raspunde in mod direct obiectivelor activitatii de consiliere, asistenta si sprijin antreprenorial.

Consilierea antreprenoriala va avea loc individual, cu fiecare afacere viitoare, prin urmare se va stabili, alaturi de antreprenor, un calendar de consultanta.

Beneficiar:



Project Management Solution
Consultanta in management

Parteneri:



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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: Tineri NEETs, o șansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690

Calendarul va cuprinde cel puțin 3 întâlniri de consiliere, una inițială, în care se vor furniza informațiile solicitate prin studiul particularizat al nevoilor, și în care se vor stabili puncte de dezvoltare și termene limită, una intermediară, și alta finală, în care se va urmări și raporta progresul făcut. Dintre cele 3 întâlniri, cel puțin una se va desfășura la locația afacerii ce urmează a se înființa.

Între cele 2 întâlniri nu va trece mai mult de 60 de zile (2 luni).

Rolul lor, al mentorilor va fi:

- Recunoașterea dezvoltării personale și profesionale a antreprenorilor;
- Încurajarea lor spre dezvoltare;
- Acționarea în beneficiul viitorilor antreprenori;
- Cunoașterea și valorificarea stilului propriu de asimilare a cunoștințelor fiecărui viitor antreprenor;
- Încurajarea/ stimularea cooperării în detrimentul competiției între viitori antreprenori;
- Crearea de oportunități de dezvoltare și de contexte de învățare cât mai variate;
- Acordarea sprijinului pentru elaborarea planului de afaceri, realizarea analizei SWOT a planului și dezvoltarea antreprenorială a beneficiarilor
- Încurajarea reflexiei personale asupra fiecărei etape de dezvoltare;
- Acceptarea și încurajarea confruntării de idei, opinii, ca mijloc de progres.

c) Raportarea sesiunilor de consiliere/ consultanță/ mentorat

În urma ultimei întâlniri de consiliere, se va întocmi un raport de consiliere/ consultanță/ mentorat pentru fiecare viitor antreprenor. Raportul va conține măsurile întreprinse și progresul înregistrat.

Prezentă metodologie poate fi supusă revizuirilor și îmbunătățirilor ulterioare.



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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: Tineri NEETs, o șansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690

CAPITOLUL III. ANEXE

Beneficiar:



Project Management Solution
Consultanta in management

Parteneri:





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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: Tineri NEETs, o șansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690

CAIET EXERCITII PRACTICE

CONSILIERE ANTREPRENORIALĂ

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

Beneficiar:



Project Management Solution
Consultanta in management

Partener:



EXERCITIUL 1

Ce tip de afacere aleg?

Alegerea tipului de afacere tine cont atât de aspectele legislative cât și de cele materiale și financiare. De asemenea, un aspect deloc de neglijat este acela al calificării, deoarece pentru începerea unei afaceri ca persoană fizică autorizată sau asociație familială se solicită calificări pentru domeniul economic în care se desfășurează activitatea.

Afacerea începe cu o idee care se transformă într-o viziune, care apoi se concretizează în obiective, strategii, planificări, și activități concrete.

Înainte de a căuta un consultant sau o firmă pentru întocmirea actelor constitutive, sunt de urmat niște pași, chiar din momentul luării deciziei de a începe o activitate independentă.

Acești pași sunt:

- a. Identificarea domeniului sau domeniilor în care se va desfășura activitatea
- b. Stabilirea formei juridice a activității independente
- c. **Stabilirea numelui și a unor variante pentru nume**

Din punct de vedere legislativ, legea 31/1990 cu modificările ulterioare, reglementează tipurile de societăți comerciale care pot fi înființate, stipulând de asemenea și obligațiile și responsabilitățile societăților.

În ceea ce privește persoana fizică autorizată/asociație familială, aspectele legislative sunt reglementate prin legea 300/2004.

O dată ce v-ați hotărât să începeți o afacere, primul lucru pe care trebuie să îl faceți este să identificați în Clasificarea Activităților din Economia Națională (CAEN- revizuit prin Ordinul 601/2002 și apărut în Monitorul Oficial nr. 908/13.12.2002) acele domenii de activități pe care vă gândiți să le desfășurați. Acestea vor fi înscrise în statut — în cazul societăților comerciale — SC sau pe autorizație în cazul persoanei fizice autorizate — PFA sau asociației familiale — AF. CAEN poate fi găsit la biblioteci, la primării sau la firmele care au colecția Monitorul Oficial. Un mijloc rapid de accesare a informațiilor privind CAEN este internetul, la următoarele adrese putând găsi informații: www.rubinian.com, www.softlegislativ.ro, www.cciana.ro.

În mod sigur ați auzit de IMM-uri. Acestea sunt tot societăți comerciale, clasificate în

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

microintreprinderi, intreprinderi mici sau mijlocii, in functie de numarul de angajati si de cifra de afaceri realizata. Legislatia in vigoare stabileste anumite facilitati pentru aceasta categorie de societati comerciale, dar in ceea ce priveste obligatiile fiscale, statul nu cunoaste mila. Desi aceste IMM-uri sunt "mantuitorul economic al Americii" dupa cum afirma Presedintele Reagan, sau "barometrul libertatii" dupa spusele Prim Ministrului Britanic Margaret Thatcher, ia Carta Europeana pentru Intreprinderi Mici a fost semnata si de Romania, schimbarile in mentalitatea economica actuala sunt extrem de lente.

Daca va hotarati ca este mai rentabil sa cumparati o afacere existenta, verificati minutios, cu un consultant, nu numai documentele pe care vi le prezinta administratorul, dar si daca datoriile catre bugetul statului si TVA sunt achitate la zi, pentru a nu avea surprize mai tarziu.

Al doilea pas, dupa ce am stabilit obiectivele de activitate este alegerea tipului SC sau PFA / AF

Societate comerciala sau persoana fizica autorizata / asociatie familiala

Conform legii 31/1990, putem defini societatea comerciala ca fiind constituita in urma asocierii dintre persoane fizice si / sau juridice in vederea efectuarii actelor de comert.

O societate comerciala se poate constitui in urmatoarele forme juridice:

a) *societate in nume colectiv (SNC)* - acest tip de societate poate fi infiintata de catre doi sau mai multi asociati, pe baza unui contract, fara a depune un capital social initial. Asociatii contribuie la constituirea patrimoniului social al societatii, prin aporturi in bani si / sau natura; iar obligatiile sociale ale societatii sunt garantate cu patrimoniul social si cu raspunderea nelimitata si solidara a asociatilor, in cadrul acestui tip de societate asocierea se bazeaza pe încrederea existenta intre asociati.

b) *societate in comandita simpla (SCS)* - reprezinta o societate intre unul sau mai multi asociati principali denumiti *comanditati* ---care participa la administrarea societatii si raspund impreuna, nelimitat cu averea lor, si unul sau mai multi asociati cu drepturi limitate, numiti *comanditari* --- a caror raspundere se limiteaza la aportul lor de capital.

c) *societate pe actiuni (SA)* - reprezinta o asociere a cel puti cinci actionari, constituita prin subscrierea integrala si simultana a capitalului social de minim 2.500 RON de catre semnatarii actului constitutiv sau prin subscriptie publica. Actionarii sunt obligati la plata actiunilor,

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

obligatiile sociale ale firmei fiind garantate cu patrimoniul social.

d) *societate in comandita pe actiuni (SCA)* - reprezinta o asociere a cel putin cinci investitori/ comanditari — a carori raspundere se limiteaza la plata actiunilor si comanditati care raspund solidar sinelimitat cu averea lor; capitalul social este minim 2.500 RON.

e) *societate cu raspundere limitata (SRL)* — acest tip de societate poate fi infiintata de catre un asociat unic sau sa poate asocia maxim 50 persoane pentru constituire; asociatii participa cu parti sociale la constituirea capitalului social; acestia raspund in limita capitalului social subscris si varsat. *Valoarea capitalului social al unei societăți cu răspundere limitată nu poate fi mai mică de 1 leu.*

Sfaturi:

- dupa ce ati hotarat forma juridica, adresati-va Oficiului Registrului Comertului; aici veti gasi un birou de consultanta care va poate sprijini in elaborarea tuturor documentelor.

Daca aveti timp liber, puteti sa va adunati documentele ce sunt necesare pentru constituirea societatii, dar trebuie sa aveti rabdare, deoarece trebuie sa va deplasati in mai multe locuri pentru a strange toate documentele.

Daca v-ati hotarat sa va autorizati ca persoana fizica sau ca asociatie familiala, va veti deplasa la Primaria localitatii de domiciliu de unde veti primi informatiile necesare pentru intocmirea si depunerea documentelor.

Societate cu Raspundere Limitata SRL	Persoana Fizica Autorizata- PFA Asociatie Familiala- AF
-Capital social minim 1 RON. -Taxele si comisioanele necesare pentru constituire pot depasi 1.000 RON. -In statut se poate trece un numar mare de obiecte de activitate. -Asociatii nu trebuie sa fie calificati in meserii adecvate obiectelor de activitate. -Este necesar acordul vecinilor, daca sediul social este in bloc. -Contabilitatea pentru SRL este in partida dubla. -Se intocmeste bilant semestrial si anual si se depune la Administratia Finantelor Publice.	-Nu se solicita capital social -Taxele si comisioanele necesare pentru autorizare depasesc 200 RON -Pe autorizatie se pot înscrie maxim cinci clase CAEN. -Persoana fizica sau cel putin un membru al familiei trebuie sa fie calificat intr-o meserie adecvata pentru obiectul de activitate inscris in autorizatie. -Nu este necesar acordul vecinilor decat in cazuri speciale. -Contabilitatea este in partida simpla. -Nu se intocmeste bilant, se completeaza declaratii speciale de venituri si declaratii pe venitul global.

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

Proprietatea

Atunci când începi o afacere, aveți grijă să vă sfătuiți cu familia dar și cu un jurist referitor la aportul în natura adus la patrimoniul societății comerciale, precum și asupra investițiilor pe care le efectuați. După cum observați în prezentarea tipurilor de societăți, sunt situații în care asociații răspund cu averea proprie.

De asemenea, vă sfătuim să încheiați contracte ferme atât cu furnizorii cât și cu clienții, pentru a evita încurcături juridice și pentru a vă proteja proprietatea. Marca firmei dumneavoastră, odată ce este înscrisă la OSIM, devine proprietatea dumneavoastră și trebuie protejată.

Există o formă de proprietate pe care de multe ori nu știm să o protejăm, și anume proprietatea intelectuală. Chiar dacă vi se pare că serviciile unui consultant în proprietate intelectuală vă să par costisitoare, sfaturile și documentele pe care le primiți din partea sa vă pot scuti de mari probleme pe mai târziu.

Cum numesc afacerea /Sfaturi pentru alegerea numelui

Numele firmei dumneavoastră trebuie să spună ceva, să sugereze eventual ce produse sau servicii oferiți. Trebuie să încercați să nu creați confuzie cu numele pe care îl alegeți pentru firma dumneavoastră datorită asemănării cu nume de marca sau numele altor firme mari din care se scot litere sau se adaugă litere. Încercați să nu dați nume care pot fi asociate cu boli, virusi, medicamente, etc.

Țineți cont că prin numele firmei faceți impresie asupra clienților, deci trebuie să fie potrivit. Cu cât numele va crea o imagine mai bună, cu atât mai mari vor fi șansele să aibă un impact mai mare asupra grupului țintă.

Restricții de zonă, relații de vecinătate

Ați luat deja decizii bune în ceea ce privește afacerea dumneavoastră — obiect de activitate, nume, produse, forma de desfășurare. Este momentul să identificați dacă în zona în care va veți desfășura activitatea nu există restricții impuse de autoritățile locale (de exemplu unele activități comerciale se desfășoară doar în locuri stabilite clar de autoritățile locale prin hotărâri ale Consiliului Local).

Multe afaceri mici au pornit în apartamentele de bloc ale întreprinzătorilor. O dată cu dezvoltarea afacerii, a crescut traficul de clienți, furnizori, etc. și ceea ce la început erau costuri reduse (spațiul aflat în proprietate) se transformă în mari neajunsuri datorită vecinilor deranjați mai mult sau mai puțin

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

real de activitatea firmei.

Daca aveti posibilitatea financiara, inchiriasi pentru sediu un spatiu in vadul comercial al orasului si individualizati-l pentru a va promova afacerea inca de la intrare.

Ce tip de contabilitate presupune afacerea mea!

A Persoane fizice autorizate si asociatiile familiale

Daca vom alege **varianta de a fi persoana fizica autorizata**, care isi desfasoara activitatea individual, va trebui sa utilizam **Contabilitate in partida simpla**.

In continuare vom veni in **sprijinul** dumneavoastra si va vom oferi cateva informatii despre acest tip de contabilitate.

Sistemul de contabilitate in partida simpla, reprezinta ansamblul registrelor si **documentelor contabile**, legal reglementate, **care servesc la inregistrarea in** contabilitate, in mod obligatoriu cronologic **si sistematic**, a operatiunilor **economice consemnate in documentele** justificative.

Baza legala pentru acest tip de contabilitate este:

Legea contabilitatii nr. 82/1991 — republicata in ianuarie 2005;

O.M.F. nr. 1040/2004 pentru aprobarea **Normelor metodologice** privind **organizarea si conducerea evidentei** contabile **in partida simpla de** catre persoanele fizice care au calitatea de contribuabil in conformitate cu prevederile Legii nr. 571/2003 privind Codul riscat;

Legea nr. 1847/2003 privind Codul fiscal;

O.M.F. nr. 1847/2003 Nomenclatorul activitatilor independente pentru care venitul net se **poate determina pe baza normelor** anuale de venit, pentru contribuabilii care isi **desfasoara** activitatea individual potrivit **prevederilor** legii nr.571/2003 privind Codul riscat.

Contribuabilii care obtin venituri din activitati independente sunt obligati, potrivit prevederilor art. 49 alin. (8) din legea nr. 571/2003 privind Codul riscat, sa organizeze si sa conduca evidenta **contabila in partida simpla**.

In conformitate cu art. 48 — (1) din Codul Fiscal, venitul net din activitati independente se **determina ca diferenta** dintre venitul brut si cheltuielile aferente realizarii venitului, deductibile pe baza datelor din contabilitate in partida simpla.

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

Venitul brut cuprinde:

- **sume** incasate si echivalentul in lei al veniturilor in natura din **desfasurarea** activitatii; veniturile sub forma de dobanzi din creante comerciale sau din alte creante utilizate in legatura cu o activitate independenta;

castigurile din transferul activelor din patrimonial afacerii, utilizate intr-o activitate independenta, inclusiv contravaloarea bunurilor ramase dupa incetarea activitatii; veniturile din angajamentul de a nu desfasura o activitate independenta sau de a nu concura cu o alta persoana;

venituri din anulare sau scutirea unor datorii de plata aparute in legatura cu o activitate independenta.

Art. 49. din Codul Fiscal prevede "*venit net dintr-o activitate independenta,..... si care este desfasurata de catre contribuabil, individual, fara salariati, se determina pe baza normelor de venit.*"

B Persoane juridice

Contabilitatea in partida dubla — contabilitatea persoanelor juridice

Daca vom alege **varianta de a fi Persoană juridică** vs trebui sa utilizam **Contabilitatea in partida dubla**.

Baza **legala** pentru acest tip de contabilitate este:

Legea contabilitatii nr. 82/1991— republicata in ianuarie 2005;

O.M.F. nr. 94/2001 — pentru aprobarea Reglementarilor contabile armonizate cu Directiva a IV — a Comunitatilor Economice Europene si cu Standardele Internationale de Contabilitate;

O.M.F. nr. 306/2002 — pentru aprobarea Reglementarilor contabile simplificate, armonizate cu directivele Europene;

- Legea nr. 571/2003 privind Codul Fiscal.

Particularitatile si complexitatea sistemului de contabilitate financiara, sau contabilitate generala se pot insusii rasfoind baza legala prezentata mai sus si literatura de specialitate.

Societatile comerciale au obligatia intocmirii, depunerii si publicarii situatiilor financiare anuale si a raportarilor contabile trimestriale.

Exercitiu si discutii libere:

FIECARE PARTICIPANT ISI ALEGE INCADRAREA CA FIRMA, CONTABILITATEA, NUMELE, CODUL CAEN.

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

EXERCITUL 2

Analiza SWOT

Stabilirea obiectivelor de marketing

Urmatoarea etapa a planificarii de marketing este stabilirea obiectivelor si a strategiilor de marketing in care se decide directia pentru viitor, rezultatele ce se doresc a fi obtinute - obiectivele de marketing si modul in care se va actiona pentru obtinerea lor - strategiile de marketing. Obiectivele de marketing trebuie sa fie legate de obiectivele strategice ale companiei si se pot referi la:

- volumul vanzarilor - pe produs, piata, tip de consumatori, perioade de timp;
- cota de piata detinuta si previziuni privind patrunderea pe pietele potientiale;
- obiective privind cercetarea - dezvoltarea, extinderea gamei de produse; gradul de profitabilitate, perioada de recuperare a investitiilor (pe produs, zone geografice, segmente de piata, perioade de timp);
- implicarea in viata sociala si alte obiective ecologice; imaginea companiei.
- Analiza SWOT a strategiei de marketing (puncte tari si puncte slabe interne, oportunitati si amenintari externe)

Analiza SWOT incepe prin efectuarea unui inventar a calitatilor si slabiciunilor interne in companie.

Principalul scop al analizei SWOT este de a identifica si de a atribui fiecare factor, pozitiv sau negativ, uneia din cele patru categorii, permitand privirea afacerii dintr-un punct de vedere obiectiv. Analiza SWOT va fi un instrument foarte util in dezvoltarea si confirmarea obiectivelor si a strategiei de marketing.

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

Puncte forte

Punctele forte descriu atributele pozitive, tangibile și intangibile, interne, ale companiei. Acestea sunt sub controlul dvs. Ce faceți bine? Ce resurse aveți? Ce avantaje aveți față de concurență?

Poate doriți să vă evaluați punctele forte în funcție de zonă, ca marketing, finanțe, manufactură și structură organizațională. Punctele forte includ atributele pozitive ale oamenilor implicați în afacere, incluzând cunoștințele lor, trecutul lor, educație, referințe, contacte, reputație sau capacitate, pe care aceștia le aduc în afacere. Punctele forte includ bunurile tangibile ca de exemplu capital disponibil, echipament, credit, clienți stabili, canale de distribuite existente, materiale cu drepturi de autor, patente, sisteme de informare și procesare, și alte bunuri de valoare din afacerea dvs. Punctele forte captează aspectele interne pozitive ale afacerii dvs și adaugă valoare sau vă oferă un avantaj în față concurenței. Aceasta este o oportunitate pentru dvs de a vă reaminti valoarea afacerii dvs.

Puncte slabe

Țineți cont de punctele slabe ale afacerii dvs. Punctele slabe sunt factori care sunt sub controlul dvs și care vă împiedică să obțineți sau să mențineți o calitate competitivă. Ce zone trebuie îmbunătățite?

Punctele slabe ar putea include lipsa de experiență, resurse limitate, lipsa de acces la tehnologie sau capacitate, oferta de servicii inferioară sau o localizare slabă a afacerii dvs. Aceștia sunt factori care sunt sub controlul dvs, dar dintr-o varietate de motive, au nevoie de îmbunătățire pentru a vă putea atinge efectiv obiectivele dvs de marketing.

Punctele slabe captează aspectele negative interne ale afacerii dvs care scad din valoarea pe care o oferiți sau vă plasează într-un dezavantaj concurențial. Aceste sunt zone pe care trebuie să le îmbunătățiți pentru a putea concura cu cel mai puternic competitor al dvs. Cu cât vă identificați punctele slabe cu mai multă acuratețe, cu atât mai valoroasă va fi această analiză pentru dvs.

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

Oportunitati

Oportunitatile evalueaza factorii atractivi externi care reprezinta motivul existentei si prosperitatii afacerii dvs. Acesti sunt factorii externi ai afacerii dvs. Ce oportunitati exista in sectorul dvs de piata sau in jurul dvs din care puteti spera sa beneficiati?

Aceste oportunitati reflecta potentialul pe care-l puteti realiza prin implementarea strategiilor dvs de marketing. Oportunitatile pot fi rezultatul cresterii pietei, schimbului in stilul de viata, rezolvarea problemelor asociate cu situatii curente, o perceptie pozitiva asupra afacerii dvs din partea pietei sau capacitatea de a oferi o valoare mai mare ceea ce va crea o cerere crescuta pentru serviciile dvs. Daca este relevant, plasati perioade de timp in jurul oportunitatilor. Reprezinta o oportunitate constanta sau este ceva de moment? Cat de importanta este sincronizarea dvs.?

Oportunitatile sunt externe afacerii dvs. Daca ati identificat "oportunitati" care sunt interne organizatiei si sunt sub controlul dvs, va trebui sa le clasificati ca si puncte forte.

Amenintari

Ce factori reprezinta potentiale amenintari pentru dvs? Amenintările includ factori in afara controlului dvs. care ar putea sa va puna strategia de marketing si chiar si afacerea intr-o pozitie de risc. Acestia sunt factori externi - nu aveti nici un control asupra lor, dar pe care-i puteti anticipa daca aveti un plan de urgenta care sa se ocupe prevenirea si rezolvarea acestor probleme.

O amenintare este o provocare creata de un trend nefavorabil care ar putea conduce la scderea castigurilor sau profitului. Concurenta – existenta sau potentiala – este mereu o amenintare. Alte amenintari ar putea include cresterea intolerabila a preturilor de catre furnizori, reglementari guvernamentale, caderi economice, efect negativ al media, o schimbare in comportamentul consumatorilor care sa va reduca vanzarile sau introducerea unei tehnologii mult mai avansate care sa faca produsele, serviciile sau echipamentele demodate. Ce situatii ar putea sa ameninte eforturile dvs de marketing? Puneti pe hartie cele

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României



mai mari temeri ale dvs. O parte din aceasta lista ar putea fi de natura speculativa, dar va adauga valoare analizei dvs SWOT.

S-ar putea sa va ajute sa va clasificati amenintarile in functie de seriozitatea lor si de probabilitatea de a se intampla.

Cu cat identificati mai bine amenintarile potentiale, cu atat mai mult puteti sa va pozitionati si sa planificati proactiv pentru a le raspunde.

Exercitiu si discutii libere:

FIECARE PARTICIPANT ISI DEZVOLTA ANALIZA SWOT, STRUCTURA JURIDICA CU ASPECTELE LEGALE AFACERII PROPRII

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

Beneficiar:



Parteneri:



geastrategy
& consulting



Project Management Solution
Consultanta in management

EXERCITIU 3

ORGANIGRAMA FIRMEI

Organigrama

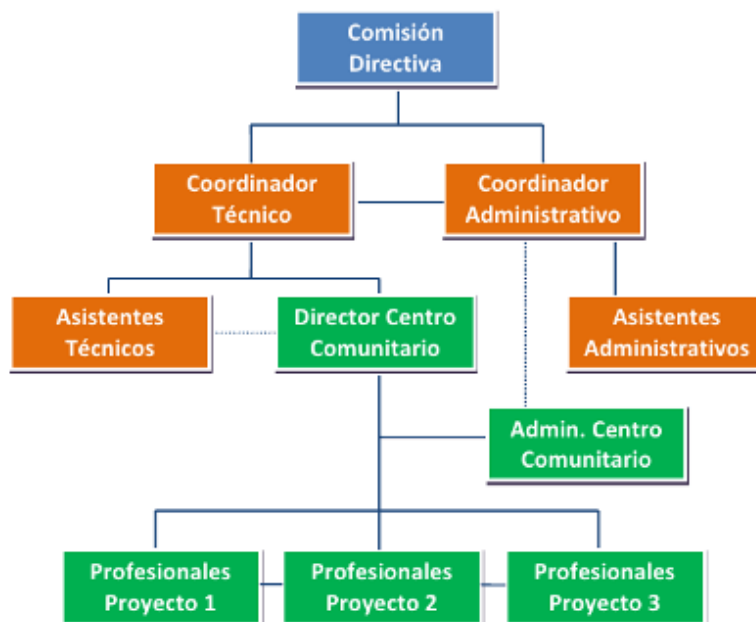
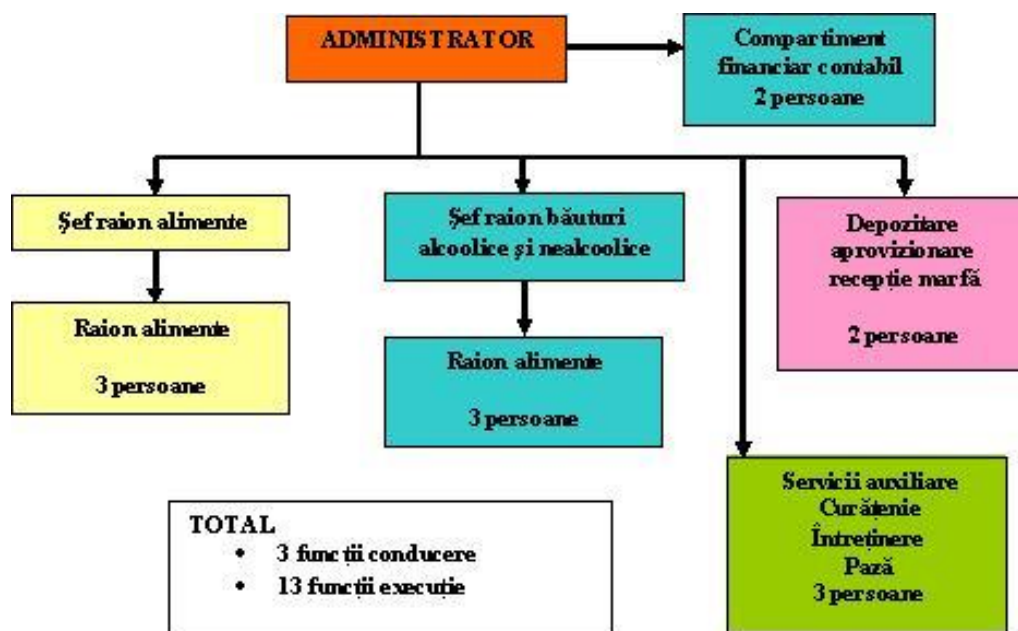
ORGANIGRAMĂ – 1. Redare schematică (grafică) în toate detaliile a organizării, a subordonării și a legăturilor dintre compartimente din cadrul unei întreprinderi sau al unei instituții. **2.** (Inform.) Reprezentare grafică a unui algoritm. **3.** (Cib.) Diagramă logică. – Din fr. **organigramme**.

Prin structură organizatorică se înțelege ansamblul persoanelor cu funcții de conducere și a compartimentelor de muncă tehnice, economice și administrative, modul cum sunt acestea constituite și grupate precum și legăturile ce se stabilesc între ele în vederea funcționării normale a întreprinderii. Pentru împărțirea unei organizații în grupuri sau unități de muncă, trebuie să se țină cont de faptul că este importantă gruparea oamenilor în așa fel încât să fie asigurate comunicarea, coordonarea și cooperarea dintre oameni și împărțirea unor obiective și resurse comune. Îndeplinirea de către o întreprindere a obiectivelor stabilite în condiții cât mai eficiente necesită în primul rând o conducere cât mai competentă și un cadru organizatoric rațional care se realizează prin elaborarea structurii sale organizatorice. Structura organizatorică trebuie efectuată în vederea asigurării cadrului organizatoric pentru atingerea obiectivelor întreprinderii în condiții cât mai eficiente, cu mai multă ușurință. A concepe o structură organizatorică eficace nu este o activitate managerială simplă. Pentru a face ca structurile organizatorice să corespundă situațiilor concrete sunt de rezolvat multe probleme, incluzând atât definirea genurilor de posturi ce trebuie acoperite, cât și găsirea oamenilor potriviți să facă acest lucru. Modul de selectare a personalului este stabilit de către conducerea întreprinderii care hotărăște metodele prin care își va alege angajații. Sistemul organizațional trebuie să realizeze obiectivele stabilite în condițiile minimizării costului economic și social, contribuind astfel la armonizarea intereselor individuale și de grup. Funcționalitatea structurii organizatorice este condiționată atât de factori endogeni cât și de factori exogeni firmei, analiza acestora constituind o rezervă nelimitată în creșterea eficienței managementului firmei. În categoria factorilor endogeni se situează de regulă cei 4 P, și anume: produsul, prețul, plasarea și promovarea.

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

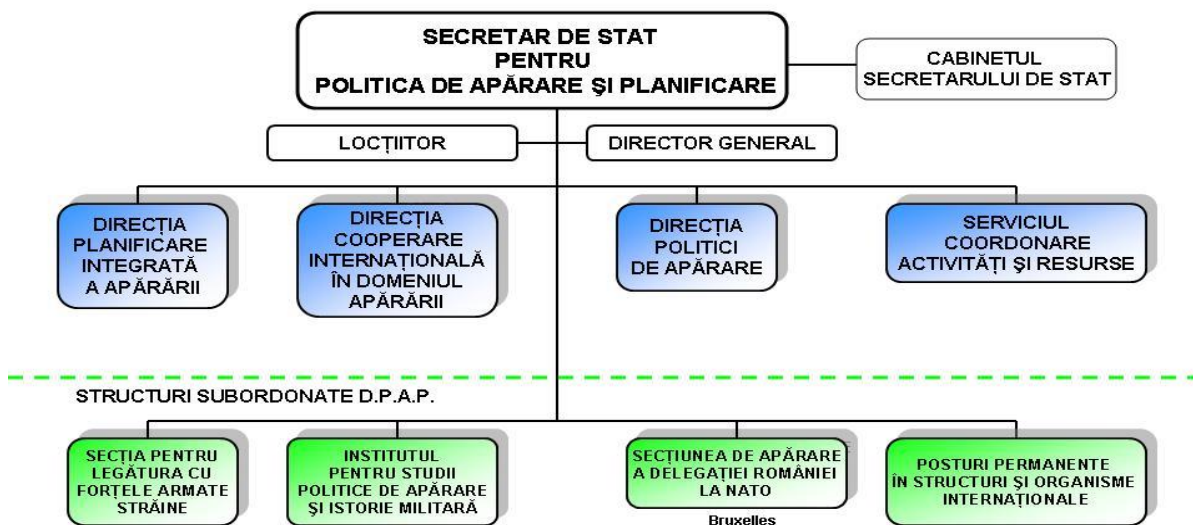
În categoria factorilor exogeni se situează acei factori asupra cărora firma poate exercita un control mai redus și care sunt caracterizați prin eterogenitate; între acești factori putem include: cererea de produse, practicile comerciale, concurența, conjunctura, cultura, tehnologia, legislația etc

Tipuri diferite de Organigrame, modele:

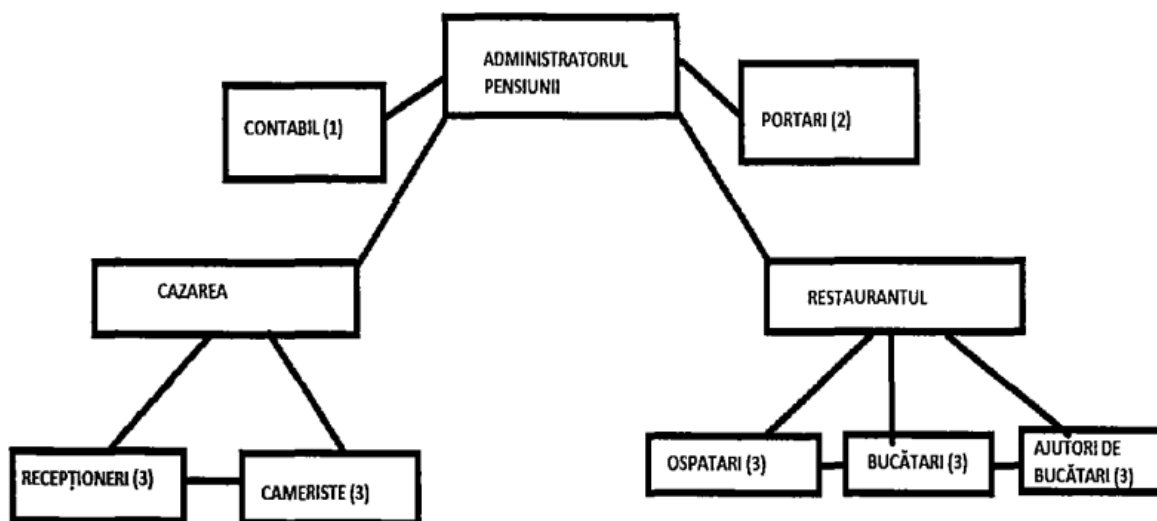


Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

DEPARTAMENTUL PENTRU POLITICA DE APĂRARE ȘI PLANIFICARE



ORGANIGRAMA PENSIUNE - O VARIANTA



Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

EXERCITIU 4

CUM SA REALIZEZI UN PLAN DE MARKETING IN 5 PASI

Documentul de baza al oricarui start-up este planul de afaceri, esential este, insa, sa existe si un plan de marketing. Acest plan detaliaza strategia si activitatile de marketing menite sa promoveze afacerea, produsele si serviciile.

Planul de marketing este obligatoriu pentru afacerile in cazul carora marketingul are o influenta mare asupra vanzarilor. Te poate ajuta sa evaluezi afacerea in functie de industrie si de evolutia pietei, sa satisfaci asteptarile clientilor tai intr-o masura cat mai mare, sa urmaresti rezultatele si sa descoperi ce instrumente functioneaza pentru afacerea ta. Asadar este recomandat sa urmezi 5 pasi pentru a dezvolta un plan de marketing:

1. Analizeaza afacerea Primul pas in definirea strategiei de marketing este sa analizezi mediul intern al afacerii tale pentru a descoperi care sunt punctele tari si punctele slabe. O buna cunoastere a businessului este esentiala pentru conturarea strategiei de marketing potrivite, "fiecare afacere fiind unica". De aceea, o strategie de marketing functionala trebuie sa porneasca de la particularitatile business-ului. Nu exista o strategie care sa functioneze pentru toate firmele dintr-o anumita industrie.

2. Analizeaza mediul extern Urmatorul pas este sa analizezi mediul extern afacerii tale, pentru a descoperi oportunitatile si amenintarile. Daca in pasul anterior ai analizat elementele care tin de afacerea ta, acum este necesar sa te gandesti la cele din exterior, pe care nu le poti controla, insa pe care le poti utiliza in avantajul tau.

3. Dezvolta strategia de marketing

In acest moment detii informatii cu privire la mediul intern si extern al businessului tau. Reuneste prioritatile alese pentru a stabili care este punctul in care iti doresti sa ajungi prin implementarea strategiei tale de marketing. Retine faptul ca strategia se refera la actiuni pe termen mediu si lung. Iti recomand ca strategia de marketing sa urmareasca cei 4P: produs, promovare, pret, plasare.

4. Stabileste pasii de implementare a strategiei de marketing In aceasta etapa trebuie sa definesti etapele necesare pentru ca strategia ta sa devina realitate. Indiferent de ordinea activitatilor, iti recomandam sa iei in considerare urmatoarele elemente: instrumentele de promovare utilizate,

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

bugetul disponibil si modul in care acesta este alocat pentru fiecare activitate, definirea sarcinilor pentru persoanele implicate.

Este important ca strategia ta sa fie realista in termeni de timp si resurse. Cu alte cuvinte, trebuie sa te asiguri ca poti atinge obiectivele propuse cu resursele pe care le ai sau pe care le poti obtine (oameni, bani). De asemenea, alocă suficient timp pentru implementarea strategiei astfel incat celelalte activitati ale firmei sa nu fie afectate.

5. Monitorizeaza si actualizeaza planul de marketing La fel ca in cazul unui plan de afaceri, iti recomandam sa monitorizezi modul in care strategia de marketing este implementata si sa o adaptezi la noile conditii. Este foarte probabil sa fie nevoie sa adaptezi pasii initiali, pentru ca afacerile sunt dinamice, iar schimbarile apar des. Ipotezele tale initiale se pot schimba pe masura ce afacerea evolueaza. De asemenea, unele actiuni planificate pot sa nu aiba rezultatele asteptate. Prin parcurgerea pasilor descrisi mai sus, vei dezvolta un plan de marketing util si pe care il poti aplica imediat, astfel incat sa imbunatatesti rezultatele afacerii tale

Exercitiu si discutii libere:

FIECARE PARTICIPANT ISI DEZVOLTA PLANUL DE AFACERI

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

EXERCITIUL 5

Stabilirea costurilor si a preturilor pentru produsele si serviciile oferite de firma dumneavoastra consumatorilor / Politica de pret si de conditii de plata

Exista trei mari categorii de metode de stabilire a pretului unui produs:

A Pretul in functie de costuri: exista mai multe metode de a calcula costul unui produs sau global, a unei game de produse. Peste acest cost se adauga o marja de profit si acesta este pretul pietei.

B Pretul in functie de cerere

O alta metoda este de a fixa pretul produsului la o valoare pe care consideram ca piata (cererea) o va accepta. Evident lucrul acesta necesita o buna cunoastere a pietei si a preturilor acceptabile pentru diferitele segmente ale pietei. Aceasta nu inseamna neaparat ca pretul trebuie sa fie mic – comerciantii de produse de lux stabilesc preturi mari pentru ca se adreseaza unei piete care este dispusa (si chiar vrea) sa plateasca preturi foarte mari, aceste preturi dandu-le clientilor sentimentul ca au achizitionat produse de foarte buna calitate, la care nu oricine are acces (accesul fiind restrictionat prin pretul prohibitiv).

C Pretul in functie de concurenta

Categoric ca este important sa tinem seama si de actiunile concurente. Astfel, putem aborda preturi similare sau usor mai mari ca ale concurente (stim deja ca pe acestea piata le accepta) si sa comunicam pietei avantajele competitive ale produsului nostru. Putem totodata, mai ales in fazele de inceput ale afacerii, sa oferim reduceri semnificative (mai mici cu 30% decat concurenta) pentru a atrage cote de piata.

Este recomandabil ca acest lucru sa se realizeze insa numai pentru perioade limitate, pentru a nu periclita echilibru financiar al firmei si pentru a nu da pietei perceptia ca produsul nostru este "ieftin" si deci probabil slab calitativ si cu utilitate redusa.

Conditii de plata

Acestea reprezinta o alta latura fundamentala a politici de pret. Un termen de plata indelungat poate echivala cu un reducere semnificativa, pentru ca numerarul costa. Si lipsa numerarului la un moment dat poate necesita apelarea la un credit pe termen scurt, operatie care diminueaza categoric profitul. Pot fi imaginat diferite modalitati de plata care pot stimula piata sa apeleze la produse/serviciile antreprenorului.

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

De ce este utila analiza pragului de rentabilitate?

Care va fi rentabilitatea scontata a afacerii?

Datele referitoare la veniturile si cheltuielile previzionate vor da o imagine asupra rentabilitatii afacerii. In aprecierea acestei rentabilitati este bine sa evaluati cum vor arata rezultatele in cazul in care apar evenimente neprevazute.

Daca rezultatele arata bine pe hartie dar, de exemplu, intarzierea in obtinerea unui spatiu adecvat cu cateva luni transforma profitul in pierderi, este bine sa va luati masuri de siguranta. Analiza de sensibilitate da imaginea evolutiei rezultatelor in cazul in care anumite evolutii nefavorabile afecteaza activitatea firmei.

De exemplu, puteti estima profitul firmei in cazul in care vanzarile sunt cu 20% sub cele programate, sau costurile cresc cu 10%. Probabil nu veti putea anticipa toate lucrurile care s-ar putea intampla, dar este bine sa analizati macar impactul unor evenimente cat de cat previzibile. In plus, includerea unei analize de sensibilitate in planul de afaceri creeaza o impresie pozitiva unui potential finantator

Care vor fi principalii indicatori financiari?

Indicatorii financiari sunt deosebit de importanti pentru un potential investitor. De obicei, trebuie inclusi:

Indicatori de rentabilitate – de exemplu, rata de rentabilitate a activelor (profit net/ active totale), rata de rentabilitate a capitalului investit (profit net/ capitaluri proprii);

Indicatori de lichiditate - de exemplu, rata curenta de lichiditate (active circulante/ obligatii curente), rata imediata de lichiditate (disponibilitati banesti/ datorii pe termen scurt);

Indicatori de solvabilitate - de exemplu, rata de indatorare (datorii totale/ total pasiv);

Indicatori referitori la gradul de utilizare a activelor, viteza de rotatie a stocurilor (cifra de afaceri/ stoc mediu), durata medie de incasare a creantelor si de plata a furnizorilor etc.

Exercitiu si discutii libere:

FIECARE PARTICIPANT ISI DEZVOLTA PARTEA FINANCIARA A PLANULUI DE AFACERI

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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: Tineri NEETs, o sansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690

FIȘĂ DE CONSILIERE ȘI CONSULTANȚĂ ANTREPRENORIALĂ IN VEDEREA IDENTIFICĂRII NEVOILOR VIITORULUI ANTREPRENOR

Data:/...../.....

DATE PERSONALE:

Nume: _____

Prenume: _____

Data nașterii: _____

Domiciliul: _____

1) V-ați gândit să vă deschideți propria afacere?

- ☐ Da
☐ Nu

2) Care este domeniul de activitate pe care îl vizați pentru inițierea afacerii?

3) Care sunt motivele pentru care nu ați demarat această afacere până acum?

4) Ce experiență antreprenorială aveți?

Informații suplimentare necesare pentru înființarea și demararea afacerii (completați cu DA sau NU)

Nevoie de resurse umane specializate	Nevoie de fonduri suplimentare (în afara ajutorului de minimis)	Nevoie de o mai bună cunoaștere a pieței și concurenților	Nevoie de resurse necesare demarării unei afaceri, umane și materiale	Nevoie de consiliere în domeniul antreprenoriatului, inclusiv cu privire la identificarea de piețe de desfacere	Nevoie de sprijin juridic suplimentar	Nevoie de consultanță / sprijin fiscal suplimentar	Nevoie de sprijin în realizarea planului financiar și a strategiilor de marketing

ACȚIUNI ÎNTREPRINSE

Informații privind aspecte juridice și fiscale ale funcționării unui operator economic

Da ☐ Nu ☐

Informații despre surse de finanțare pentru inițierea afacerii

Da ☐ Nu ☐

Informații despre legislația specifică funcționării și organizării activității operatorului economic

Da ☐ Nu ☐

Data

Beneficiar

Expert Consiliere Antreprenorială

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa „Locuri de munca pentru tineri”

Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidență în regiunile eligibile

Obiectivul Specific 1.2 - 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 rezidență în regiunile eligibile

Titlul proiectului: Tineri NEETs, o sansa pentru viitor!

Contract POCU/991/1/3/153690

RAPORT DE CONSILIERE/ CONSULTANȚĂ/ MENTORAT

Nume, prenume antreprenor

Activitate principală plan de afaceri selectat

Cod CAEN principal

Localitatea în care va fi înființată firma și unde își va desfășura activitatea

Regiunea unde își va desfășura activitatea

Obiectivele planului de afaceri

Nevoi initiale ale viitorului antreprenor

Recomandări ale echipei de proiect

Constatari evolutie viitor antreprenor

Observatii

Numele expertului.....

Data

