



Proiect cofinatat din Fondul Social European prin Programul Operational Capital Uman 2014-2020

Cod apel: POCU/829/6/13/Cresterea numarului absolventilor de invatamant terțiar universitar si non universitar care isi gasesc un loc de munca urmare a accesului la activitati de invatare/ cercetare/ inovare la un potential loc de munca, cu accent pe sectoarele economice cu potential competitiv identificate conform SNC si domeniile de specializare inteligenta conform SNCI

Componenta 1: Innotech Student

Axa prioritara: Educatie si competente

Titlul proiectului: "Tineri antreprenori - De la idee la oportunitate"

Numele administratorului de grant: SC IPA SA

Cod proiect: 141131

Page | 1

PLAN DE AFACERI

Intretinerea si repararea autovehiculelor

Comert cu amanuntul de piese si accesorii pentru autovehicule

Program de formare profesionala

COMPETENTE ANTREPRENORIALE

Proba practica

Perioada: 22.03.2022 –31.03.2022

Cursanti: Nicolae Alin Constantin

Pastravanu Daniel-Cristian



PLANUL DE AFACERI

1. Rezumatul Planului de afaceri (maxim o pagina)

Page | 2

Prezentul plan de afaceri are 6 sectiuni si anume:

- **Descrierea intreprinderii care va fi infiintata**, unde sunt prezentate informatii referitoare la domeniul de activitate, spatiul destinat desfasurarii activitatii, viziunea, misiunea si strategia firmei, serviciile ce urmeaza a fi prestate, precum si informatii referitoare la personalul ce urmeaza a fi angajat, incluzand atributiile acestora si organigrama companiei.
- **Produsul/ Serviciul**, unde sunt prezentate informatii referitoare la serviciile ce urmeaza a fi prestate de companie, informatii referitoare la echipamentele necesare desfasurarii activitatii, dar si informatii referitoare la beneficiile clientului si avantajul companiei fata de competitie.
- **Piata**, unde sunt prezentate informatii despre tendinta pietei, competitori, potentiali clienti, inclusiv profilele potentialilor clienti si distributia veniturilor pe categorii de clienti.
- **Strategia de marketing**, unde sunt incluse informatii referitoare la punctele forte ale companiei si avantajele fata de competitori. Mai mult, sunt incluse informatii referitoare la strategia de promovare a afacerii si la mijloacele de comunicare cu clientii dar si o previziune a vanzarilor pentru primul an de activitate
- **Necesarul de finantare**, unde sunt incluse informatii referitoare la cheltuielile necesare infintarii firmei si mentinerii activitatii, dar si informatii referitoare la sursele de finantare si de sustinere a cheltuielilor.
- **Planul financiar**, unde sunt explicate si detaliate veniturile si cheltuielile previzionate. Mai mult, in acest capitol sunt prezentati indicatorii care sustin fezabilitatea si sustenabilitatea proiectului, in speta Valoarea Neta Actualizata (VAN), Rata Interna de Rentabilitate (RIR) si fluxul de numerar previzionat.

2. Descrierea intreprinderii care va fi infiintata (maxim 3 pagini)

Societatea nou infiintata va avea denumirea **NIC & PAS SRL**, iar forma de constituire va fi **Societate cu Raspundere Limitata**. Societatea va avea un capital social de **200 de lei, cu Nicolae Alin –Constantin si Pastravanu Daniel Cristian** asociati. In ciuda unei experientelotr limitate a asociatilor in acest domeniu, pasiunea lor pentru acest domeniu va fi un factor important in asigurarea succesului acestei afaceri. Codul CAEN principal inclus in statut va fi **4520 Intretinerea si repararea autovehiculelor**. In plus, societatea va mai avea urmatoarele coduri CAEN: 4531 Comert cu ridicata de piese si accesorii pentru autovehicule, 4532 Comert cu amanuntul de piese si accesorii pentru autovehicule, 4540 Comert cu motociclete, piese si accesorii aferente; intretinerea si repararea Motocicletelor, 3317 Repararea si intretinerea altor echipamente de transport n.c.a.

Societatea va avea punctul de lucru in orasul **Craiova** iar spatiul destinat desfasurarii activitatii va fi de 100 de metri patrati, impartit dupa cum urmeaza:

- 80 metri patrati spatiu de lucru
- 20 metri patrati dstinat activitatii de management



Având în vedere că amenajarea spațiului și achiziția echipamentelor va dura aproximativ două săptămâni de la semnarea acordului de finanțare, întreprinderea va fi operațională în termen de 30 de zile.

Viziunea firmei este de a ajunge în 2 ani un jucător important pe piața auto din Craiova. Mai mult, compania dorește ca în 5 ani, să devină un jucător important pe piața auto din Oltenia, și să angajeze 6 de persoane în 2 puncte de lucru din principalele orașe din această zonă a țării.

Misiunea firmei este de a satisface nevoile clienților, atât persoane fizice cât și persoane juridice, prin calitatea produselor și a serviciilor. Mai mult, misiunea firmei este de a asigura siguranța șoferilor și a pasagerilor prin calitatea înaltă a serviciilor prestate.

Strategia firmei este de a presta serviciile la punctul de lucru din orașul Craiova. Punctul de lucru va fi amplasat într-o poziție strategică care să ofere acces și vizibilitate, atât persoanelor fizice cât și persoanelor juridice.

Obiectivul pe termen scurt al firmei este ca în primul an, cu 2 persoane angajate, să atingă o cifră de afaceri de 50.000 RON. Mai mult, un alt **obiectiv, pe termen mediu**, este ca în al 3-lea an de activitate, cu un număr de 3 angajați compania să atingă o cifră de afaceri de 80.000 RON.

Obiectivul pe termen lung al companiei, este ca în al 5-lea an, firma să aibă două puncte de lucru în Oltenia, 6 angajați și să atingă o cifră de afaceri de 200.000 RON.

Principalul **risc** ce poate apărea este competiția. Existența unor competitori aflați deja pe piață este un risc pe care asociații îl cunosc dar pe care îl vor gestiona prin promovarea companiei și prin asigurarea unor servicii de cea mai înaltă calitate. Un alt risc este înclinarea consumatorului de a apela la serviciile unor service-uri auto neautorizate ce folosesc piese after-market, ce nu oferă siguranța pieselor originale. Acest risc va fi gestionat prin promovarea importanței de a apela la specialiști în domeniu, ce asigură buna funcționare a autovehiculului.

Serviciile prestate de compania **NIC & PAS SRL** vor fi următoarele:

- Mecanica ușoară
- Schimb ulei
- Reglare geometrie roți
- Verificări periodice ale autovehiculelor

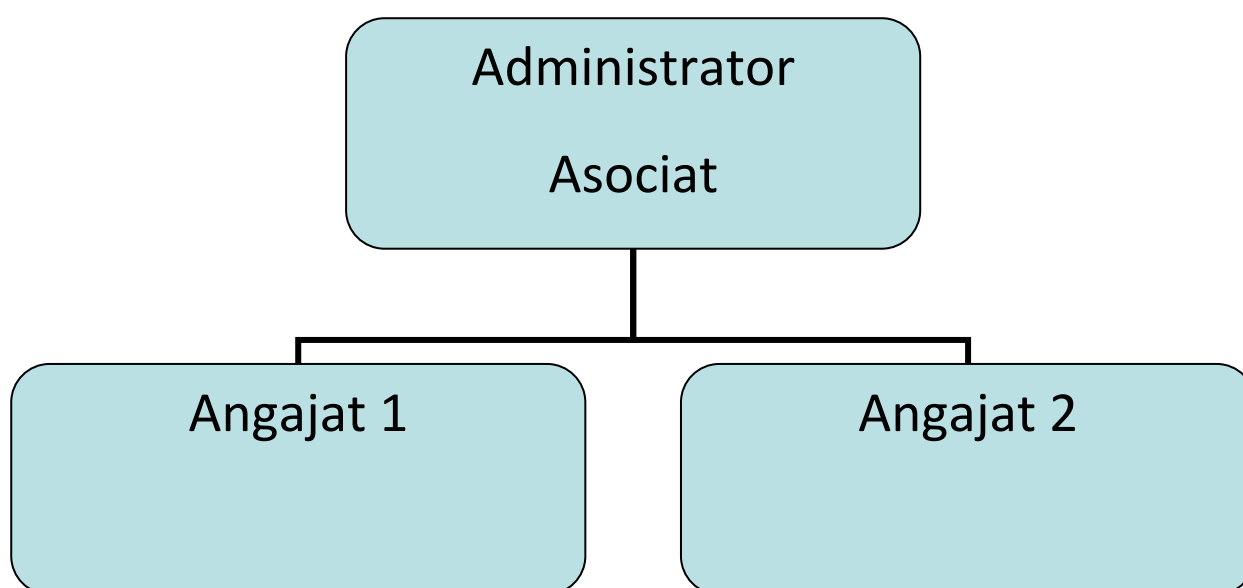
Compania va angaja la început o singură persoană, urmând ca după 45 de zile să fie angajată și a doua persoană. Administratorul și asociatul, vor avea rolul de a găsi cele mai bune metode de recrutare și selecție a angajaților, folosindu-se de toate mijloacele de recrutare disponibile (site-uri de specialitate, mică publicitate). Pentru a asigura egalitatea de șanse și nediscriminarea, administratorul va apela și la Agenția Județeană de Ocupare a Forței de Muncă pentru a asigura o cât mai bună promovare a ofertelor de lucru pe care firma le oferă. Mai mult, administratorul și asociatul se vor ocupa de instruirea, trainingul, și motivarea noilor angajați pentru a putea oferi clienților produse și servicii de cea mai înaltă calitate. Prioritatea conducerii este de a angaja persoane cu minim un an de experiență în această activitate. Nu în ultimul rând, administratorul și asociatul se vor ocupa de promovarea companiei și a produselor și de atragerea de clienți, atât persoane fizice cât și persoane juridice.

Personalul recrutat va fi calificat pentru activitățile și serviciile prestate de companie și în plus, va fi instruit la locul de muncă de către administrator și asociat. Personalul recrutat se va ocupa de:

- Recepția și gestionarea materialelor;
- Mecanica ușoară;
- Schimb ulei;
- Reglare geometrie roți;
- Verificarea autovehiculelor;

Activitatea	Numar de salariați	Pregătirea profesională
- Recepția și gestionarea materialelor; - Mecanica ușoară; - Schimb ulei; - Reglare geometrie roți; - Verificarea autovehiculelor;	2	Calificați, cu experiență de minim un an în această industrie;
- Recrutare și selecție; - Training; - Promovarea produselor companiei; - Atragerea de clienți; - Comunicarea cu furnizorii și clienții; - Reprezentarea companiei în relația cu autoritățile și cu partenerii;	- Administratorul - Asociatul	

Organigrama companiei



3. Produsul/ serviciul (maxim 2 pagini)

Obiectul investitiei este de a amenaja un service auto in orasul Craiova. Compania nou infiintata, **NIC & PAS SRL** va presta urmatoarele **servicii** catre clienti:

- Mecanica usoara;
- Schimb ulei;
- Reglare geometrie roti;
- Verificarea periodica a autovehiculelor sau inainte de un drum lung pentru a asigura buna functionare a acestuia si implicit, siguranta soferului si pasagerilor.

Serviciile prestate de companie satisfac **nevoia clientului** de intretine autovehiculul prin reparatii si revizii. Mai mult, serviciul de verificare periodica a autovehiculului inainte de un drum lung satisfac nevoia de siguranta a clientului. **Beneficiul clientului** este de a circula in siguranta putand conta atat pe calitatea produselor, a materialelor cat si a serviciilor prestate de companie.

Pana in al 5-lea an de activitate compania planuieste sa mai deschida un punct de lucru in regiunea Oltenia. Mai



mult, tot pana in al 5-lea an, compania intentioneaza sa deschida un magazin de piese si accesorii auto in regiunea Oltenia.

Echipamentele necesare prestarii serviciilor vor fi achizitionate de la comercianti locali si sunt:

Page | 6

- Elevator
- Aparat Service – Aer conditionat
- Recuperator ulei
- Trusa de chei pentru filtrele de ulei
- Compresor
- Servanta mobila echipata cu trusa de scule pentru mecanica
- Aparat geometrie roti
- Suprafata speciala service

Un alt element important in asigurarea unei bune functionari a companiei sunt angajatii. Persoanele angajate vor fi calificate si vor avea experienta in domeniu, pentru a asigura calitatea serviciilor. Mai mult, persoanele angajate vor fi persoane care locuiesc in Craiova sau in apropierea orasului. In acest fel, compania nou infiintata va contribui direct la reducerea somajului in zona respectiva.

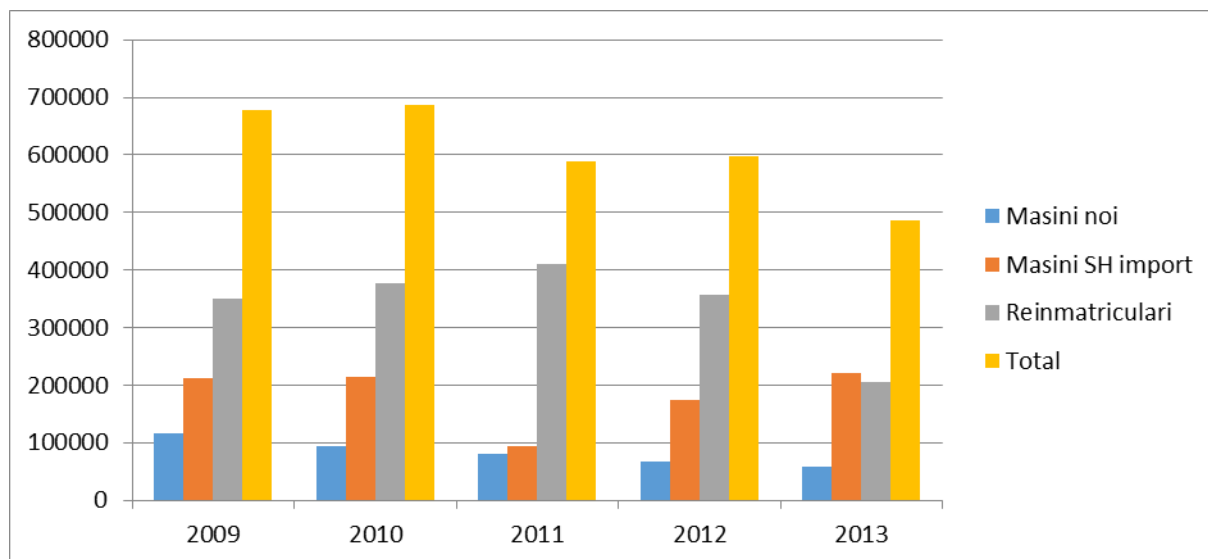
Atat echipamentele cat si angajatii vor fi factorii care vor diferentia compania nou infiintata, **NIC & PAS SRL** de competitie. **Avantajul principal** fata de competitori va fi inclinatia companiei de a pune accentul pe calitatea serviciilor. Mai mult, un **alt avantaj** va fi reprezentat de pret. Compania intentioneaza sa stabileasca preturi cu 10% sub nivelul pietei.

Pentru a promova principiile dezvoltarii durabile compania va incheia un contract de prestari servicii cu o companie ce gestioneaza deseuri normale si periculoase. In acest fel, compania va asigura **protectia mediului**, rezidurile si deseurile rezultate din activitate urmand a fi gestionate la cele mai inalte standarde. **Eficienta energetica** este de asemenea un aspect foarte important pe care compania vrea sa il implementeze in activitate. In acest sens, firma nou infiintata va achizitiona echipamente de ultima generatie cu un consum redus de energie.

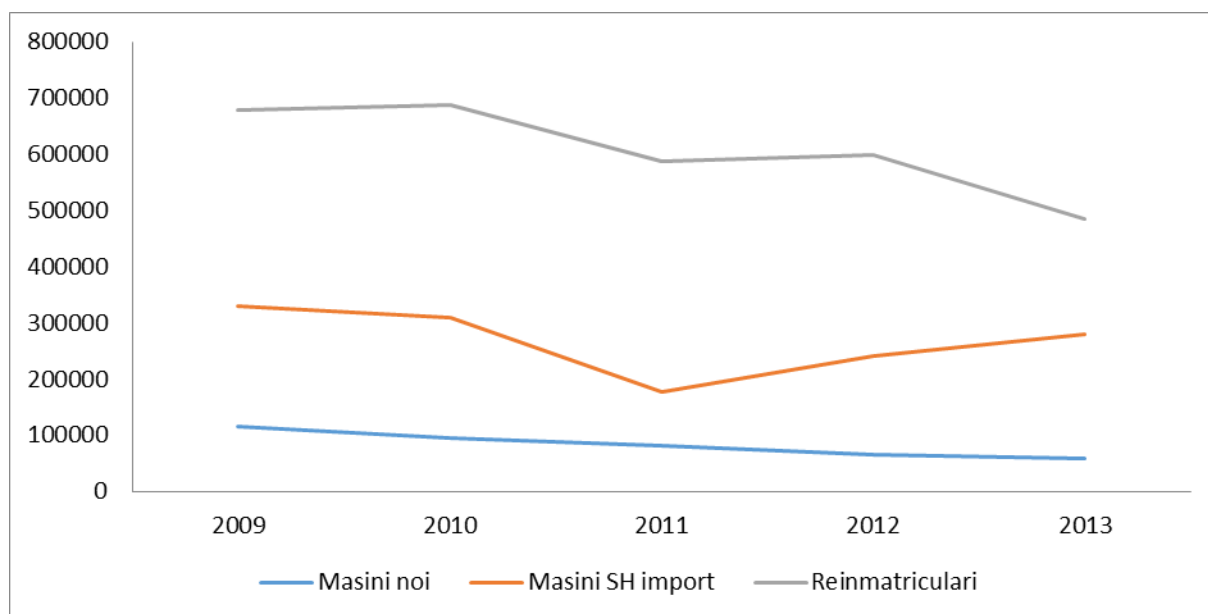
4. Piata (maxim 2 pagini)

Piata pe care compania nou infiintata va activa e o piata constanta cu risc mic de scadere, dar cu potential mare de crestere datorita programelor guvernamentale `RABLA` si `PRIMA MASINA`. Aceste programe au rolul de a reinnoi parcul auto din Romania si de a spori achizițiile de autoturisme noi, autoturisme ale caror proprietari pot deveni clientii companiei nou infiintate. Mai mult, dupa cum se poate vedea in tabelele urmatoare, in Romania predomina achizițiile

de masini importate sau reinmatricularile. Masinile second-hand sunt mai predispuse la probleme si posesorii au nevoie de service-uri specializate, nevoie pe care compania nou infiintata o poate acoperi.

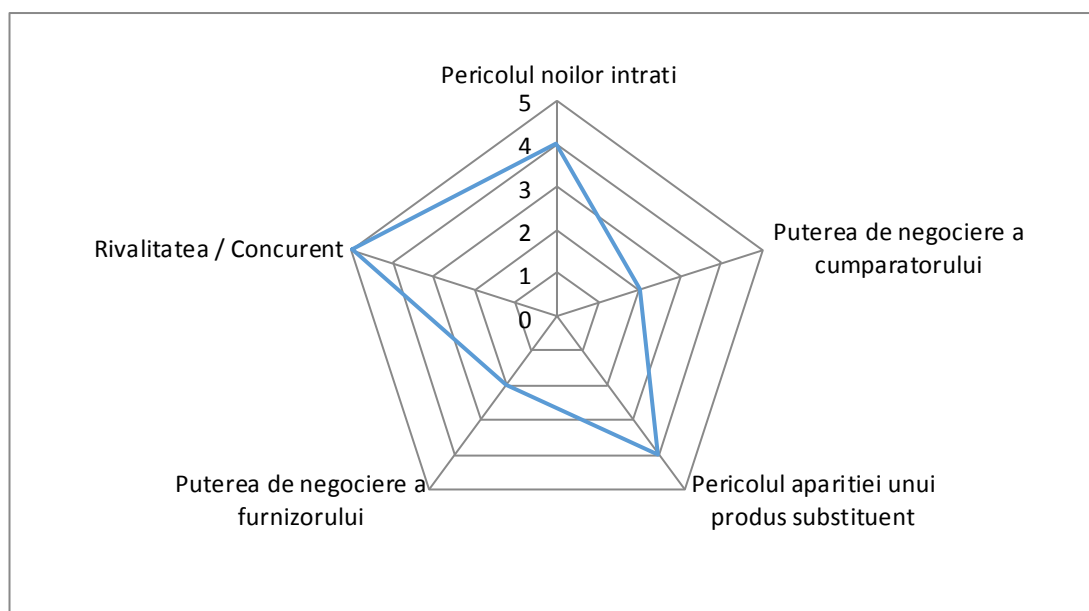


Sursa: DRPCIV



Sursa: DRPCIV

Tabelul si diagrama urmatoare prezinta o analiza a fortelor concurentiale de pe aceasta piata:



Pericolul noilor intrati	Puterea de negociere a cumparatorului	Pericolul aparitiei unui serviciu substituent	Puterea de negociere a furnizorului	Rivalitatea /Concurenta
--------------------------	---------------------------------------	---	-------------------------------------	-------------------------

Grad de risc mediu spre ridicat: Un service auto, ca oricare alta activitate este usor de infiintat pentru cei care au expertiza necesara. Totusi, singura bariera o reprezinta costurile mari pentru pornirea unei astfel de afaceri.	Grad de risc mediu: Cumparatorul nu are puterea de a negocia pretul, dar se poate orienta catre un alt agent care ii ofera un pret mai bun.	Grad de risc ridicat: Un serviciu substituent este reprezentat de service-urile auto neautorizate, care desi au preturi mai mici, ofera servicii de slaba calitate. Totusi, preturile mici reprezinta o amenintare pentru ca atrag un numar semnificativ de clienti.	Grad de risc mediu: Furnizorii de piese de schimb pentru automobile au preturi fixe care in general, nu se negociaza. Mai mult, service-ul auto se poate orienta catre furnizorul care ofera cel mai bun pret.	Grad de risc ridicat: In Municipiul Craiova exista deja cel putin un service auto, deja consacrat pe piata. Mai mult, consumatorii au posibilitatea de a apela la service-uri din alte orase din Judetul Dolj, daca acestea ofera un pret mai bun.
---	--	---	---	---

Dupa cum a fost mentionat anterior, compania va avea **punctul de lucru** in orasul Craiova, acest oras impreuna cu localitatile din zona fiind aria geografica de acoperire. **Mijlocul de distributie** a produselor si serviciilor pe piata va fi service-ul situat la punctul de lucru.

Potentialii clienti sunt impartiti in trei categorii, dupa cum urmeaza:

- Persoane fizice ce detin unul sau mai multe autoturisme;

Profilul clientului: Persoana cu varsta intre 18 si 60 de ani cu domiciliul in orasul Craiova sau in localitatile din zona;

- Persoanele juridice ce detin parc auto, cu care se poate incheia un contract de prestari servicii;

Profilul clientului: Firma ce are in parcul auto intre 1 si 10 autoturisme si care are sediul in orasul Craiova sau in localitatile din zona;

- Institutiile publice ce detin parc auto, cu care se poate incheia un contract de prestari servicii;

Profilul clientului : Institutie ce detine intre 1 si 10 autoturisme cu sediul in orasul Craiova sau in localitatile din zona;

Compania nou infiintata intentioneaza ca prin strategia de promovare a produselor si serviciilor, in primul an **distributia veniturilor pe categorii de clienti** sa fie urmatoarea:

- Persoane fizice 65%
- Persoane juridice 25%
- Institutii 10%

Conform www.serviceuri.ro, in orasul Craiova exista mai multe service auto, acestea fiind competitorii companiei nou infiintate pe aceasta piata. Compania nou infiintata, **NIC & PAS SRL** se va diferentia fata de acesti competitori prin accentul pus pe calitate si prin preturi cu 10% sub nivelul pietei. Pentru a influenta comportamentul consumatorilor

obisnuiti cu firmele deja existente si pentru a-i atrage pe acestia, firma nou infiintata va pune la punct o campanie puternica de promovare, ce urmeaza a fi detaliata in capitolul **Strategia de Marketing**.

5. Strategia de marketing (maxim 2 pagini)

Punctele forte ale afacerii, care vor diferentia compania de competitie vor fi echipamentele de ultima generatie, angajatii calificati si politica de pret menita sa atraga inca de la inceput un numar mare de clienti:

Capabilitati strategice		
Resurse	Tipul resurselor	Competente
Conducere care are ca hobby autoturismele si industria auto	Umane	Competenta de a manageria afacerea si de a lua cele mai bune decizii, adaptandu-se fluctuatiilor pietei.
Personal calificat	Umane	Mecanici, electricieni, cu experienta care asigura o buna calitate a serviciului prestat de compania nou infiintata.
Echipamente profesionale	Fizice	Echipamentele moderne asigura clientul ca societatea lucreaza la cele mai inalte standarde. De asemenea, asigura calitatea serviciilor prestate si reduce timpul necesar unei reparatii.

Politica companiei va fi de a distribui serviciile catre clienti prin intermediul service-ului amenajat in orasul Craiova. Avand in vedere tendinta de usoara crestere a pietei si inclinatia consumatorilor de a se orienta catre service-uri consacrate si cu experienta, politica de pret a companiei nou infiintate va consta in intrarea pe piata cu preturi cu 10% sub competitie, pentru a scadea incertitudinea consumatorilor referitor la agentii nou infiintati si pentru a atrage un numar cat mai mare de clienti.

Principalul **risc** ce poate aparea este competitia. Existentia unor competitori aflati deja pe piata este un risc pe care asociatii il cunosc, dar pe care il va gestiona prin promovarea companiei si prin asigurarea unor servicii de cea mai inalta calitate. Un alt risc este inclinatia consumatorului de a apela la serviciile unor service-uri auto neautorizate ce



folosesc piese after-market, ce nu ofera siguranta pieselor originale. Acest risc va fi gestionat prin promovarea importantei de a apela la specialisti in domeniu, ce asigura buna functionare a autovehiculului.

5.1. Strategia de promovare si de comunicare cu clientii

Compania va aborda mai multe strategii de marketing si promovare a produselor si serviciilor, si anume:

- Vanzarea directa catre consumatorii persoane juridice: companii si institutii publice;
- Incheierea de parteneriate cu agenti economici din Craiova. In acest caz, compania nou infiintata va promova companiile parteneri la punctul de lucru si online, in timp ce partenerii vor promova prin aceleasi modalitati serviciile si produsele companiei nou infiintate;
- O alta metoda de promovare a produselor si serviciilor va fi mediul online. Compania se va folosi de Facebook si de web-site in mai multe moduri. In primul rand, compania va promova importanta unor activitati de service realizate corect si la cele mai inalte standarde. Mai mult, compania va promova produsele si serviciile pe care le ofera si beneficiile pe care fiecare produs le ofera consumatorului. De asemenea, compania se va folosi de mediul online pentru a le transmite consumatorilor locatia service-ului. In al doilea rand, compania se va folosi de pagina de Facebook pentru a le comunica consumatorilor noile servicii pe care compania le presteaza precum si potentiale oferte promotionale. In al treilea rand, compania va folosi serviciul de reclame targetate oferit de Facebook. Prin aceasta platforma de socializare, compania poate promova produsele si serviciile oferite exclusiv persoanelor care prezinta un interes special pentru aceasta industrie. Nu in ultimul rand, compania se va folosi de mediul online pentru a colecta sugestii si reclamatii de la client ce vor fi folosite pentru imbunatatirea produselor si serviciilor;
- O alta metoda de marketing va fi fidelizarea clientilor. Compania poate implementa sisteme de fidelizare pentru consumatori care sa le ofere acestora discount-uri;
- O alta metoda de promovare a produselor si serviciilor companiei va fi incheierea unui parteneriat cu o statie ITP locala. Compania va promova statia ITP la punctul de lucru si in mediul online, in timp ce acesta din urma va promova produsele si serviciile companiei nou infiintate catre clientii sai;
- O alta metoda de promovare ce va putea si abordata de companie va fi prin parteneriate cu bloggeri si vloggeri care abordeaza in activitatea lor industria auto;
- Nu in ultimul rand, o alta metoda de promovare va fi prin spot-uri radio si prin impartirea de pliante care prezinta produsele si serviciile companiei.

5.2. Previzionarea vanzarilor

Luna	1*	2*	3*	4*	5	6	7	8	9	10	11	12
------	----	----	----	----	---	---	---	---	---	----	----	----

Incasari	1500	2500	3300	3800	4000	4200	4300	4400	4600	4700	4900	5000
Cheltuieli	2600	2600	3600	3600	3600	3600	3700	3800	3850	3900	3950	4000

*Perioada de implementare

6. Necesarul de finantare (maxim 1 pagina)

In continuare vor fi prezentate cheltuielile necesare infintarii companiei si mentinerii activitatii, impartite pe categorii:

Investitia in echipamente:

Nume	Valoare fara TVA	TVA	Total
Elevator	9677,4	2322,5	12000
Aparat service aer conditionat	5242	1258,08	6500,08
Recuperator ulei	1129	270,96	1399,96
Trusa chei filtre ulei	403,2	96,768	499,968
Compresor	1048,4	251,616	1300,016
Servanta mobila echipata cu trusa de scule mecanica	3225,8	774,192	3999,992
Aparat geometrie roti	25000	6000	31000
Suprafata speciala service	3225,8	774,192	3999,992
Total			60700

Cheltuieli cu salariile si contributiile:

Angajat	Nr. luni	Salariu lunar	Total
1	4	1231	4924
2	2	1231	2462
Total			7386

Cheltuieli cu chiria si utilitatile

Cheltuieli cu	Nr. luni	Cheltuiala lunara	Total
---------------	----------	-------------------	-------

Chirie	4	600	2400
Utilitati	4	500	2000
Total			4400

Page | 13

Alte cheltuieli

Cheltuieli cu	Suma
Amenajare spatiu	5064
Avize	4000
Infiintare firma	700
Partida curent	4000
Materia prima	2000
Total	15764

Sursa finantarii

Sursa	Procentaj	Suma
Finantare din schema de minimis	95%	83837,5
Fonduri proprii	5%	4412,5
Total	100%	88250

7. Planul financiar (maxim 3 pagini)

Pentru realizarea previziunilor financiare, s-au luat in considerare cheltuielile societatii, explicate in urmatorul tabel:

Page | 14

Cheltuieli	Explicatie	Detalii
Cheltuieli cu materii prime si materiale consumabile	Includ cheltuielile cu uleiuri de motor, piese de schimb si materiale consumabile (echipament de protectie pentru angajati). Au fost previzionate pe baza volumului de lucru si a vanzarilor estimate pentru fiecare perioada.	Acestea cresc de la 2000 RON in Perioada de Implementare pana la 4400 RON in Trimestrul 4 al Anului 3, odata cu cresterea volumului de lucru.
Alte cheltuieli materiale (inclusiv cheltuieli cu prestatii externe)	In aceasta categorie au fost incluse cheltuielile cu inchirierea spatiului in care urmeaza sa fie amenajat punctul de lucru al societatii.	Aceste cheltuieli sunt de 600 RON/luna si sunt constante, conform intelegerii dintre solicitant si proprietarul cladirii.
Alte cheltuieli din afara (cu energia si apa)	In aceasta categorie au fost incluse cheltuielile cu utilitatile, care dupa cum se poate vedea in Anexa Proiectii Financiare, cresc gradual odata cu cresterea volumului de lucru.	Acestea cresc de la 2000 RON in Perioada de Implementare pana la 2850 RON in Trimestrul 4 al Anului 3, odata cu cresterea volumului de lucru.
Cheltuieli cu personalul angajat	In aceasta categorie sunt incluse salariile personalului angajat.	Aceste cheltuieli sunt de 1000 RON brut/luna/angajat.
Cheltuieli cu asigurarile si protectia sociala	In aceasta categorie sunt incluse retenirile angajatorului referitor la personalul angajat si anume: CASS, Somaj, CAS, FNUASS, Fond de risc si accidente, Fond creante salariale.	Aceste cheltuieli sunt de 231 RON/luna/angajat.

Veniturile financiare previzionate pentru perioada de implementare si pentru cei trei ani ulterioari perioadei de implementare au fost estimate pe baza eficacitatii campaniei de promovare pe care compania o va folosi in targetarea clientilor, atat persoane fizice cat si persoane juridice. Categoriile de venituri sunt explicate in tabelul urmator:

Page | 15

Venituri	Explicatie	Detalii
Venituri din vanzari produse	In aceasta categorie sunt incluse veniturile provenite din refacturarea pieselor de schimb achizitionate pentru clienti, incluzand adaosul service-ului. Acestea cresc gradual, cresterea fiind estimata pe baza eficacitatii campaniei de promovare ce urmeaza a fi pusa in aplicare de catre societate.	Acestea cresc de la 3100 RON in Perioada de Implementare pana la 9100 RON in Trimestrul 4 al Anului 3, odata cu cresterea volumului de lucru.
Venituri din vanzari servicii	In aceasta categorie sunt incluse veniturile provenite din serviciile prestate de companie, in speta manopera. Aceste venituri cresc gradual, cresterea fiind estimata pe baza eficacitatii campaniei de promovare ce urmeaza sa fie pusa in aplicare de catre societate.	Acestea cresc de la 8100 RON in Perioada de Implementare pana la 14100 RON in Trimestrul 4 al Anului 3, odata cu cresterea volumului de lucru.

O mare parte din proprietarii de autoturisme se vor orienta catre o noua companie, pentru micșorarea timpului de așteptare. Acest rationament sta la baza creșterii graduale a veniturilor previzionate pentru compania ce urmeaza sa fie infiintata. Cum competitia pe aceasta piata este scazuta, promovarea eficienta, preturile sub nivelul competitorilor si metodele de fidelizare ale clientilor au puterea de a crea o baza de clienti solida si in crestere.

Dupa cum se poate observa in Anexa Proiectii Financiare, previziunea financiara a proiectului genereaza urmatoorii indicatori:

- Valoarea Neta Actualizata (VAN) 41354,4
- Rata Interna de Rentabilitate (RIR) de 138,53%

Durabilitatea proiectului este sustinuta de fluxul de numara previzionat pentru fiecare perioada si anume:

- Perioada de implementare: 31.469,8
- Anul 1: -1.296,8
- Anul 2: 5,723,2
- Anul 3: 12,923,2

