



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

Cod apel: POCU/829/6/13/Cresterea numarului absolventilor de invatamant tertiar 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 SNCDI

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

PLAN DE AFACERI

**Infiintarea unei firme cu capital privat care sa asigure servicii
de personalizare prin broderie a diverselor obiecte**

**Program de formare profesionala
COMPETENTE ANTREPRENORIALE**

Proba practica

Perioada: 22.03.2022 –31.03.2022

Cursanti: Ciausu Viviana-Georgiana

Dinca Maria-Daniela



Planul de afaceri

1. Rezumatul Planului de afaceri

Planul de afaceri propus vizează înființarea unei firme cu capital privat care să asigure servicii de personalizare prin broderie a diverse obiecte precum:

- marochinarie (posete, portmonee, pantofi, manusi);
- textile (bluze, rochii, fuste, tricouri, parderie, sepci, palarii, incaltaminte panza, fanioane, steaguri, ecusoane, uniforme, echipament de lucru);
- se vor crea colectii de modele respectand cromatica si simbolistica motivelor tarditionale romanesti ce vor putea apoi fi aplicate pe suporturi dintre cele mai diverse .

Firma se va adresa atat firmelor interesate in personalizarea echipamentelor de lucru carora le va oferi – servicii creatie logo, identitate vizuala, seturi cadouri corporate personalizate – cat si clientilor finali carora le va oferi personalizari dedicate evenimentelor speciale – marturii de nunta brodate, personalizari costume, produse de inspiratie folclorica romaneasca.

Firma va functiona pe perioada de implementare cu minim 2 angajati :

- o un responsabil marketing/vanzari – pentru activitatea caruia se vor achizitiona in cadrul proiectului;
 - un calculator performant dotat cu un monitor;
 - o imprimanta laser color pentru printarea modelelor color, a facturilor si a documentelor firmei;
 - un program de facturare acreditat.
- o un lucrator (cu certificare in domeniul confectionarii,marochinarii sau chiar designului daca va fi posibil) caruia ii va fi asigurat trainingul in manipularea masinii de brodat ce va fi achitionata in cadrul proiectului

Serviciile financiar/contabil, instruire, protectia muncii, medicina muncii si consultanta IT vor fi externalizate.

Achizitia materiilor prime va fi facuta partial din fonduri proprii.

Dotarea spatiului de lucru cu mobilier este asigurata din resurse proprii.

Cheltuielile curente si de chirie spatiu vor fi asigurate tot din resurse proprii.

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

În acest capitol descrieți în detaliu firma, menționând următoarele:

Obiectul de activitate din statutul firmei solicitante va fi cod CAEN 7311 – Activități ale agențiilor de publicitate, prevăzut ca domeniul principal de activitate. Ca și obiecte secundare de activitate vor fi considerate:

- CAEN 1396: Fabricarea de articole tehnice și industriale din textile;
- CAEN 1399: Fabricarea altor articole textile n.c.a.;
- CAEN 1419: Fabricarea altor articole de îmbrăcăminte și accesorii n.c.a.;
- CAEN 5819: Alte activități de editare.

Asociații întreprinderii, în calitate de administrator și reprezentat legal al acesteia, vor fi Cîlăuș Viviana-Georgiana și Dinca Maria-Daniela, care vor deține fiecare câte 50% din capitalul social total al întreprinderii.

Administrarea companiei va fi asigurată de două persoane cu experiență (peste 18 ani) și calificare superioară în



domeniul marketing-vânzări publicitate, fiind caracterizate prin abilități și aptitudini crescute de leadership și gestionare a diverselor situații limită, care nu va întâmpina dificultăți în adaptarea la potențialele schimbări ale pieței.

Firma solicitantă va folosi ca sediu social principal un spațiu preluat prin închiriere în vederea amenajării acestuia corespunzător exercitării activității de prestare servicii în domeniul de activitate vizat, cu localizare în: Craiova.

Sediul va include un spațiu de producție de minim 20 mp +baie. Spațiul de prestare servicii va fi amenajat și dotat cu toate echipamentele, dotările și utilitățile necesare unei bune desfășurări a activității întreprinderii solicitate.

Conform **strategiei de dezvoltare** a firmei solicitante, conducerea acesteia a decis să-și lanseze gama de servicii oferite privind brodarea personalizată a diferitelor obiecte sau materiale.

Viziunea urmărește promovarea valorilor tradiționale prin integrarea lor în actualitate. Viziunea noastră este aceea de a fi recunoscut ca partener preferat în personalizarea evenimentelor speciale dar și în alegerea cadourilor "custom maid" cu specific românesc și nu numai, furnizând valoare prin expertiză și inovație.

Misiunea este aceea de a personaliza la un înalt nivel de calitate orice obiect sau material respectând întru-totul specificul, tradiția, valorile asumate. Revalorificarea modelelor tradiționale într-o epocă a globalizării reprezintă riscurile de orice natură care nu mai pot fi ignorate, ci constientizate și gestionate profesionist.

Strategia: La baza abordării strategiei se află principiul echifinalității. Potrivit acestuia, există mai multe modalități sau combinații de resurse și acțiuni, prin care se poate asigura atingerea unui anumit obiectiv. În consecință, atât în elaborarea, cât și în implementarea strategiei, nu trebuie absolutizată o singură combinație. În funcție de variabilele endogene și exogene implicate, se poate folosi una din mai multe combinații eficiente, prin care se realizează avantajul competitiv. Strategia de dezvoltare reprezintă planul de acțiuni prin care vor fi atinse obiectivele de dezvoltare sustenabilă ale companiei. În acest sens, sunt avute în vedere următoarele obiective dar și măsurile prin care vor fi atinse:

- ❖ amenajarea noului spațiu de prestare a serviciilor firmei și asigurarea unui mediu de lucru atractiv și eficient, care să răspundă noilor nevoi și exigențe;
- ❖ oferirea de servicii specifice ce constau în personalizare prin brodare a diverselor obiecte/echipamente de lucru;
- ❖ creșterea cifrei de afaceri cu cca. 7,5% pe an, începând cu anul 2016,
- ❖ crearea de 2 noi locuri de muncă pe funcții de specialitate, cu scopul de a asigura capacitatea operațională de prestare a unor astfel de servicii, de către întreprinderea solicitantă.

Obiectivele pe termen scurt, mediu și lung

Obiective termen scurt: Termen: Finalizarea proiectului. Realizarea unui plan de afaceri coerent, capabil să asigure baza de dezvoltare pe viitor a companiei. Înființarea unei firme de personalizare obiecte prin brodare și distribuția acestor obiecte atât prin comerț electronic cât și de la sediul firmei. Tehnologizarea firmei, angajarea și instruirea personalului, asigurarea cadrului legal de lucru. Definitivarea cadrului în care se va desfășura activitatea firmei.

Obiective termen mediu: Asigurarea din vânzarea produselor personalizate sau a serviciilor de personalizare a unor venituri cel puțin egale cu cheltuielile lunare ale întreprinderii.

Obiective pe termen lung: Creșterea afacerii prin completarea gamei de servicii de personalizare și a modelelor propuse. Sustenabilitatea afacerii și generarea de profit la finalul celui de al doilea an de activitate.

Întreprinderea solicitantă va deveni operațională în maxim 30 de zile de la semnarea Pre-Acordului de finanțare.

Riscurile ce pot apărea în activitatea ce face obiectul finanțării prin schema de minimis și măsuri de gestionare a riscurilor.

Riscuri financiare

- Creșterea nejustificată a prețurilor de achiziție pentru echipamentele implicate în proiect;
- Modificări majore ale cursului de schimb.

Măsuri de administrarea riscurilor financiare:

- Asigurarea condițiilor pentru sprijinirea liberei concurențe pe piață, în vederea obținerii unui număr cât mai mare de oferte conforme în cadrul procedurilor de achiziție echipamente și aplicarea cu rigurozitate în toate achizițiile desfășurate a principiului utilizării eficiente a fondurilor;
- Estimarea cât mai realistă a creșterii prețurilor pe piață (fapt avut în vedere în fundamentarea prognozelor financiare);
- Evaluare incorectă a valorii investiției și a costurilor de operare: valoarea investiției și costurile de operare sunt subevaluate.



- Investitorul poate sa isi utilizeze propriile resurse financiare (daca acestea sunt disponibile) pentru a acoperi costurile suplimentare. De asemenea, investitorul poate cauta si alte surse de finantare: surse atrase (credite bancare, pentru garantarea carora poate apela si la FNGCIMM).

Riscuri tehnice

- In cadrul procesului de achizitie privind contractul de livrari se poate ca sa nu existe operatori economici care sa doreasca sa execute contractul in conditiile prevazute in caietul de sarcini sau in termenul specificat. Aceasta ar insemna reluarea procesului de achizitie, ceea ce ar duce la intarzierea livrarilor;
- O alta situatie ar fi aceea a contestatiilor ce ar putea aparea si care atrage intarzierea activitatii de achizitie;
- Intarzieri datorate furnizarii de echipament; intarzieri datorate procesului de selectie personal si a instruirii acestuia, testarii echipamentelor achizitionate si regaljelor aduse planului de marketing.

Riscurile tehnice pot fi gestionate printr-o serie de masuri, cum ar fi:

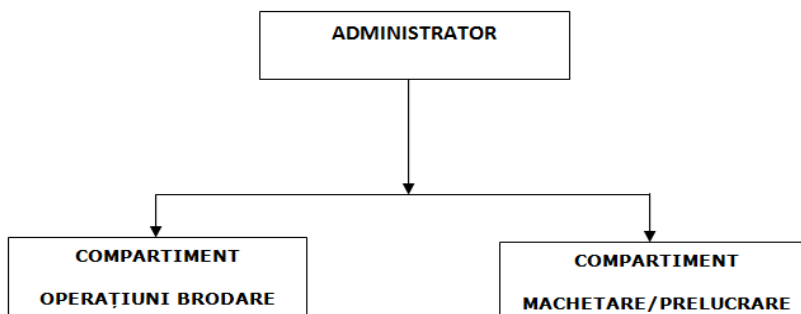
- Respectarea cat mai riguroasa a reglementarilor privind achizitiilor publice, pentru a evita contestatiile;
- Popularizarea pe scara cat mai larga a proiectului, fara a incalca prevederile privind achizitiile publice si fara a favoriza vreun agent economic, pentru ca piata furnizorilor de echipamente medicale sa fie pregatita;
- In conditiile in care prevenirea riscului de întârziere în furnizarea echipamentului, selecția personalului, testări etc. nu constituie o masura oportuna si realista, in contractele incheiate trebuie stipulate clauze de penalitate si denuntare unilaterala;
- Referitor la regaljele aduse planului de marketing, pentru ca acest risc sa poata fi prevenit este necesar ca din etapa de stabilire a modalităților de distribuție și modul în care vor fi puse în aplicare, sa fie elaborate realist si pe baza unor activități certe. In acest sens, introducerea rezervelor financiare este o masura preventive.

Descrierea activitatilor proiectului

Proiectul presupune deschiderea unei linii de personalizare creativa a diverse obiecte si vanzarea acestora prin site-ul - servicii de personalizare creativa a diverse obiecte. Principalele activități ale proiectului vor fi:

1. Înființarea firmei. Durata: 1 luna.
2. Realizarea achizițiilor:
 - 2.1 Achiziționarea unui calculator performant pentru realizarea creațiilor si pentru rularea programelor software necesare funcționării mașinii de cusut și brodat. Durata: 1 luna.
 - 2.2 Achiziționarea unei masini de cusut si brodat semiprofesionala cu minim 10 ace+ accesorii aferente. Durata: 1 luna.
 - 2.3 Achiziționarea licențelor software necesare desfășurării activității firmei solicitante (software mașină de brodat; software contabilitate; office). Durata: 1 luna.
 - 2.3 Achiziționarea consumabilelor: ate, foarfece, intaritura broderie, hartie termica pentru inscriptionari tesaturi impreuna cu accesorii ce permit personalizarea sepcilor, manecilor, pantofilor, gentilor; birotica necesară. Durata: 2 luni.
 - 2.4 Achiziționarea de mobilier Durata: 1 luna.
 - 2.5 Achiziționarea de servicii extenalizate: realizarea unui site de prezentare și vânzări on-line; realizarea de flyere și broșuri, organizarea unei campanii de promovare pe internet; servicii de web design; servicii de contabilitate; servicii de medicina muncii, protecția muncii. Durata: 5 luni.
3. Activități administrative: Transport și utilități necesare unei bune desfășurări a activității întreprinderii solicitante. Durata: 5 luni.
4. Angajarea de personal: un angajat tanar student/absolvent al unei institutii de invatamant superior tehnic cu competente IT și un angajat tanar student/absolvent al unei institutii de invatamant superior. Durata: 2 luni.
5. Managementul proiectului reprezinta una din activitatile care vor fi derulate pe toata durata de implementare a proiectului, avand drept scop derularea si implementarea activitatilor proiectului conform conditiilor stipulate in contractul de finantare incheiat. Resursele necesare acestui tip de activitate sunt de natura umana. Durata: 5 luni.

Investitia va fi mentinuta pe o perioada de pste 5 ani. Organigrama companiei solicitante este prezentată în cele ce urmează:



În vederea **ocupării posturilor vacante**, conform strategiei aplicate de către întreprinderea solicitantă, se vor parcurge următoarele etape:

- ✓ publicarea cu privire la posturile vacante;
- ✓ primirea aplicațiilor, urmată de selecția acestora;
- ✓ contactarea candidaților selectați;
- ✓ organizarea interviului;
- ✓ desemnarea candidatului considerat potrivit pentru postul vacant și angajarea acestuia.

Principiile egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați sunt respectate la nivelul întreprinderii solicitante. În cadrul proiectului nu se va realiza nici o deosebire, excludere, restricție sau preferință, indiferent de: rasă, naționalitate, etnie, limbă, religie, categorie socială, convingeri, sex, orientare sexuală, vârstă, handicap, boală cronică necontagioasă, infectare HIV, apartenența la o altă categorie defavorizată, precum și orice alt criteriu care are ca scop sau efect restrângerea, înlăturarea recunoașterii, folosinței sau exercitării, în condiții de egalitate, a drepturilor omului și a libertății fundamentale sau a drepturilor recunoscute de lege, în domeniul politic, economic, social și cultural sau în orice alte domenii ale vieții publice, etc.

3. Produsul/ serviciul (maxim 2 pagini)

Investiția, expusă în cadrul prezentului plan de afaceri, are ca obiectiv crearea capacității de prestare servicii în domeniul **agențiilor de publicitate, respectiv servicii de personalizare obiecte diverse prin broderie**. În acest sens, având în vedere informațiile prezentate anterior, trebuie să precizăm că solicitantul deține expertiza necesară furnizării serviciilor vizate prin prezentul proiect. Serviciile se concretizează în transpunerea prin intermediul softului specializat a oricărei imagini jpg, bpm, png etc. în imagine format vectorial compatibil cu mașina de brodat. Imaginile astfel vectorizate se pot apoi broda pe diverse obiecte.

Ce reprezintă. Serviciile de personalizare prin broderie care vor fi particularizate pe nevoile fiecărui client în parte au în vedere următoarele tipuri de produse: Broderii pentru copii/elevi: personalizări articole pentru botezuri, personalizări rucsace, ecusoane matricole etc; Broderie utilitară (logo-uri, persoanlizări): tricouri, șepci, uniforme etc., Motive populare: realizarea de design și produse proprii (tricotaje și marochinărie); Ecusoane.

Ce nevoi satisface. Principala nevoie, identificată în rândul clienților săi, pe care o vor putea satisface serviciile oferite ca urmare a realizării investiției se referă la crearea capacității de a oferi servicii specializate care să acopere o varietate de obiecte diverse ce pot fi brodate în numeroase feluri (textie, piele, marochinărie, carton etc.). Prin prezentul proiect de investiții este posibil acest lucru ținând cont de avantajele pe care le oferă broderia computerizată în privința machetării, prelucrării, vectorizării și relizării unui produs personalizat după nevoile și cerințele fiecărui potențial client (mașina poate stoca peste 100 de modele de broderie în memorie). De asemenea având în vedere că timpul reprezintă o resursă prețioasă pentru fiecare, cu ajutorul noii tehnologii puse la dispoziție este posibilă o normă medie de lucru de 8-10 ore/zi, trecerea de la modul de lucru brat la modul de lucru sapca se face foarte usor in mai puțin de 5 minute. Schimbarea si taierea firelor celor 10 culori se face complet automat, nu trebuie decat sa dati frau liber imaginatiei dumneavoastra in rest masina face toata treaba.

Echipamentele și materialele necesare prestării serviciului. Ca și echipamente tehnologice specifice necesare prestării serviciilor de personalizare obiecte diverse prin broderie, putem enumera:

- mașina de brodat profesională cu 1 cap și 10 ace, cu suveica verticală metalică, inclusiv accesoriile aferente, respectiv gherghief cilindric, gherghief de brodat pe șepci, kit gherghief clemă (lateral pantofi); mașina poate să atingă o



suprafață de brodat de 360 x 200 mm cu posibilitate de extindere, la o viteză de brodat de 1000 de împunsături/minut, reglabilă pentru fiecare ac separat;

- computer desktop, necesar pentru stocarea și prelucrarea diferitelor modele/imagini;
- software special pentru brodat în vederea vectorizării imaginilor și formătărilor/ajustării acestora.

Materiile prime și materialele consumabile și accesoriile broderiei necesare în procesul de prestare a serviciilor au în vedere: vâscoză – pentru broderiile care vin în contact direct cu pielea (haine pentru bebeluși), broderiile de lux (rochii de gală, de mireasă) și alte broderii executate pe materiale foarte subțiri; polyester – pentru articole textile de exterior (geci, pantaloni, șepci, echipament de protecție); metalică – este folosită în special la brodarea articolelor textile bisericești (straie preoțești, icoane, prapori); bumbac, -pentru broderiile cu aspect mat sau combinate cu alte aplicații decorative se folosește ața de brodat din bumbac; acrilic, ața specială din acrilic (100%) este și ea mai groasă și se folosește la broderiile pe tricotate și stoffe groase, rezultând un aspect asemănător cu al broderiei manual; ațe speciale: ața reflectorizantă, ața fluorescentă, ața lame, ața solar (sensibilă la lumina UV, în contact cu aceasta căpătând diverse culori; ideală pentru brodarea rochiilor de mireasă pentru că la trecerea de la întuneric la lumina naturală se colorează instant în superbe nuanțe pastelate .

Etape în procesul de prestare a serviciului

- a. Machetare logo/imagini: a1.primirea imaginilor în format .jpg, .bmp, .cdr, .pdf prin mail sau suport date; a2. prelucrarea imaginilor; a3. vectorizarea imaginilor; a4. rectificarea colturilor, alegerea cromaticii, desemnarea culorilor;
- b. Transpunere imagine în format editabil prin broderie - se folosește softul mașinii de brodat;
- c. Brodarea propriu-zisă; c1.realizarea unui set de mostre pentru alegerea tipului de ață, a inserției potrivite, a sprayului de lipit; c2.realizarea broderiei propriu-zise.

Beneficii pentru clienți. Cel mai "nobil" și durabil procedeu de personalizare a produselor promotionale textile. Se poate realiza pe orice suport (de la șepci, la jachete piele) sau sub forma de ecusoane (firme de paza, cluburi sportive). Ca metoda de personalizare broderia este superioară altor tehnologii pentru că este rezistentă în timp, conferă un aspect exclusivist și elegant produsului și o imagine distinctă companiilor care utilizează broderia pentru personalizarea uniformelor și materialelor promotionale. Prin impactul vizual deosebit broderia reprezintă un avantaj important în promovarea unui brand. Se poate realiza broderie atât pe o gamă vastă de produse textile finite (halate, echipament lucru, cămăși, tricouri, șepci, pulovere, sacouri, prosoape, genți etc), cât și sub forma de ecusoane/embleme (patch-uri brodate) aplicabile ulterior prin coasere, termic sau cu banda velcro/scai (ecusoane școlare, pentru firme de protecție și paza, poliție, armată, cluburi sportive etc). Cei mai mulți clienți optează pentru broderie atunci când doresc reprezentarea elementelor personalizate la cea mai bună calitate posibilă și cu un impact vizual puternic. O personalizare prin broderie se realizează în două etape: 1) programul de broderie - cu el se va putea realiza oricând o broderie identică, pe suport similar. Pentru modificări ulterioare, costurile nu sunt semnificative; 2) execuția de broderie - se lansează după avizarea mostrei. Preturile pentru realizarea unor broderii sunt modice. Clienții au de ales dintre o multime de modele existente, însă mult mai interesant este faptul că își pot crea propriul semn sau stil de broderie. Programele software achiziționate vor permite transformarea oricărei imagini într-o broderie.

În ceea ce privește dezvoltarea durabilă și eficiența energetică, proiectul de investiții respectă principiile de abordare durabilă asigurând un echilibru între sistemele socio-economice și elementele capitalului natural, prin prisma faptului că echipamentele ce vor fi achiziționate sunt "eco friendly" și sunt confecționate din materiale (în proporție de 95% reciclabile) care nu afectează negativ mediul înconjurător. Datorită tehnologiei de ultimă generație pe care o încorporează echipamentul de brodat folosit, suprafața de brodat este mai mare cu 20% în condițiile unui consum mai redus de energie, fapt ce permite obținerea unei eficiențe energetice sporite. De asemenea toate materiile prime și materialele consumabile folosite în procesul de brodat nu sunt dăunătoare mediului înconjurător. Se va proceda la reciclarea deșeurilor rezultate în urma brodării diverselor obiecte personalizate.

Calități/avantaje ale serviciului oferit față de cel al competitorilor. Tehnica a progresat între timp, aducând în actualitate broderia computerizată și odată cu aceasta tehnici speciale și mici secrete care fac din broderie cea mai apreciată metodă de personalizare și înfrumusețare a produselor textile. Broderia este valoroasă și prin faptul că are un impact vizual deosebit, aduce o lumină și o strălucire deosebită produselor respective (mai ales atunci când folosim ață de brodat de bună calitate), dar lucrul cel mai important este că broderia are o viață foarte îndelungată, ea nu se deteriorează în timp datorită spălărilor repetate sau a altor factori externi. Astfel, principalele avantaje ale serviciului oferit față de competitor sunt: broderia rezistă mai mult decât imprimările clasice prin serigrafie; obiectele astfel brodate



sunt "prietenoase" cu mediul, datorită tehnologiei folosite; au ajutorul echipamentelor propuse spre achiziție este permisă personalizarea unor obiecte ce nu pot fi altfel personalizate (ex: articole din piele); prezintă durabilitate ridicată în timp (broderia rezistă pe toată durata de folosință a produsului personalizat); obiectele astfel brodate prezintă rezistență sporită la spălare; viteză ridicată în procesul de brodare; capacitate superioară de prelucrare a modelelor realizate.

Servicii viitoare. Conform strategiei de dezvoltare pe termen mediu și lung a firmei solicitante se are în vedere extinderea paletelor de servicii oferite pe măsura dezvoltării activității firmei. Astfel de îndată ce vor apărea solicitări din partea clientelei, solicitantul va putea oferi și servicii mai complexe de personalizare prin brodare, precum: modele bisericești; broderie ornamentală; foto stitch: brodare de fotografii pe textile.

Principalii furnizori de materii prime și materiale. Principalii furnizori de materii prime și materiale (ațe, inserții, tratamente prin pulverizare) sunt, după cum urmează:

- Întreprindere Individuală Muntean Monica Cristina, furnizor indigen, cu posibilitatea de furnizare materiale precum: ața polyeon în 325 de culori uni, 10 multicolori și 12 culori neon, ața metalică 23-32 culori metalizate, ața fluorescentă albă, cu o pondere estimată de 20% din totalul materialelor folosite;

- SC Amann Romania SRL, furnizor indigen, cu posibilitatea de furnizare materiale precum: ațe de cusut și ațe de brodat (poliester, metalică, fină), cu o pondere estimată de 20% din totalul materialelor folosite;

- SC Bro Rom Industrial Machines SRL, furnizor indigen, cu posibilitatea de furnizare materiale precum: ața de brodat (văscoză, metalică, specială, inserții broderie, spray etc.), cu o pondere estimată de 50% din totalul materialelor folosite;

- SC Mil-Star SRL, furnizor local, cu posibilitatea de furnizare materie primă marochinărie, cu o pondere estimată de 10% din totalul materialelor folosite.

Prezentați principalii furnizori de materii prime și materiale. Ponderea materiilor prime și a materialelor, în funcție de proveniență (e.g. local, indigen, import).

4. Piața (maxim 2 pagini)

BRODERIA este o artă de decoratiuni textile cu o îndelungată tradiție, fiind cel mai elegant și rezistent mod de personalizare atât al produselor textile cât și al altor materiale (tricouri, halate, sepci, cămăși, cravate, pulovere, sacouri, fuste, rochii, genti, tablouri, materiale promoționale, huse auto, ecusoane școlare sau pentru firme etc.)

Serviciul de broderie este indicat în orice situație în care este vorba de broderii pe obiecte promoționale, broderii tricouri, broderie sepci, broderii echipament sportiv, broderii echipament de lucru, broderii pe echipamente medicale sau broderie costume, halate medicale, sau echipamente de lucru pentru restaurante. Astfel, **potențiali clienți** se pot constitui din: firme din domeniul comerțului, pazii și protecției, HORECA, sănătate, cluburi sportive, instituții publice, școli, ONG-uri, fabrici de textile și marochinărie (acestea primesc adesea comenzi consistente de la parteneri străini care doresc personalizarea produselor, caz în care ele apelează la serviciile unui atelier de broderie) și orice alte firme și organizații care doresc să-și promoveze brand-ul într-un mod elegant și profesionist.

Aria de acoperire a serviciilor firmei va fi reprezentată în principal de județele Mehedinți și Dolj, unde va fi sediul social, respectiv punctul de lucru. Aceste zone vor fi acoperite prin metode de vânzări directe, legătura și comunicare cu clienții fiind astfel foarte importantă.

Aria de acoperire va fi extinsă încă de la începutul funcționării firmei către nivelul național, prin utilizarea tehnologiilor IT (website cu funcționalități de e-commerce).

Piața obiectelor personalizate prin broderie este foarte vastă.

O broderie poate lua și locul unui banal petec de pe genunchii blugilor sau poate masca o tăietură de pe haină. Moda hainelor cu petece a murit demult, iar mulți sunt tentați să arunce la cos un pantalon sau tricou gaurit cu o țigară. O vizită pe la magazinul de broderii elimină însă efortul de a înlocui hainele gaurite cu altele noi, prin aplicarea unor broderii ingenioase care vor da o nouă viață articolelor de îmbrăcăminte.

Broderiile se folosesc adesea și pentru obiectele promoționale comandate de multe firme sau pentru cele folosite în campaniile electorale, dar și pentru hainele folosite cu ocazii speciale, precum botezuri, nunți sau alte evenimente cu valoare de amintire. În același scop se pot aplica broderii pe articolele textile făcute cadou persoanelor



mai apropiate. Broderia este folosită foarte des și pentru înnobilarea vestimentelor princiare, clericale sau pentru hainele din recuzita teatrelor și studiourilor cinematografice.

Copiii care vor să poarte imaginea stilizată a unui star, a personajului preferat din desene animate sau semnul unui club sportiv celebru sunt printre clienții majoritari. De asemenea, multe firme și asociații tin să aibă pentru personalul lor uniforme aspectuoase și preferă în ultimul timp broderia în locul imprimeurilor, fie ele din vopsea sau chiar cauciuc și fire textile.

De ce? Pentru că, pe de o parte, imprimeurile nu rezistă în timp, iar când încep să se degradeze arată foarte urât, iar pe de altă parte deoarece o broderie din mătase sau fire metalice este de o calitate net superioară și indică faptul că firma respectivă este serioasă și se respectă. Poți astfel să evaluezi calitatea unei haine numai după felul broderiei.

Piața obiectelor personalizate prin broderie poate fi împărțită în următoarele **segmente**:

1. Broderii pentru copii: personalizări articole pentru botezuri, personalizări rucsace etc.
2. Broderie utilitară (logo-uri, personalizări): tricouri, șepci, uniforme, ecusoane etc.
3. Broderie pentru fabricile de textile/ marochinărie
4. Broderie ornamentală

Segmentul principal abordat de firmă în reprezintă broderia utilitară.

Principalii concurenți vizați de întreprinderea solicitantă sunt defalcați pe două paliere, respectiv:

1. Personalizare publicitară - Întreprindere Individuală Muntean Monica Cristina oferă servicii de consultanță, proiectare și broderie computerizată pe orice tip de material textil. Deține o cotă de piață estimată la 30%;
2. Personalizare produse de marochinărie – SC Lutta SRL este un atelier de creație ce oferă servicii de broderie în piele pe diverse produse de marochinărie (ex. genți și accesorii din piele). Deține o cotă de piață estimată la 20%.

Dintre punctele tari ale serviciului oferit pe piață putem enumera:

- preturi competitive, servicii de prelucrare;
- lucrăm în Oltenia, dar pe lângă personalizarile B2B, realizăm și personalizări B2C;
- suntem unici în personalizări marochinărie: genți/măști piele, portmonee/portcarduri, pantofi. Gama de produse unicat sau serie mică grupate în colecții cu specific românesc;
- clienții își aleg online atât produsul ce și-l doresc personalizat cât și culoarea (dintr-un set de 5 culori disponibile) și modelul (dintr-un set de 5 modele specific românești);
- impunerea unui anumit standard de calitate pe piață;

Dintre punctele slabe ale serviciului oferit pe piață putem enumera:

- capacitate limitată de prestare servicii comparativ cu mașinile industriale de brodat;
- există anumite obiecte care nu pot fi personalizate prin broderie, ci numai prin serigrafie;
- costul ridicat al așteptării de calitate.

Clienții care achiziționează astfel de servicii sunt influențați în mare parte de trendul pieței serviciilor de publicitate care tind spre globalizare și universalizare. Modalitățile efective, prin care vor fi atrași și păstrați clienți au în vedere diferite metode de fidelizare a acestora care se referă la: oferirea de tarife promoționale pentru anumite tipuri de servicii, oferirea unor pachete promoționale de servicii, a diferențierii tarifelor în funcție de complexitatea serviciilor solicitate, consilierea gratuită în alegerea și desemnarea soluției optime.

Distribuția serviciilor se realizează în mod direct, de către personalul de specialitate al firmei. În etapa de prestare a serviciilor, angajații firmei solicitante inițiază contactul cu potențialul client, în vederea conceperii machetei pentru modelul dorit. Ulterior, după faza de realizare a modelului se va proceda la broderia modelului dorit.

5. Strategia de marketing (maxim 2 pagini)

Strategia de marketing are la bază punctele tari ale afacerii, avantajele prin care serviciile oferite se disting de cele ale competitorilor și oportunitățile pe care le valorifică această investiție.

Punctele tari ale afacerii includ:

- expertiză aplicativă a conducerii companiei în domeniile publicitate și marketing;
- accesarea ajutorului de minimis pentru finanțarea nerambursabilă a costurilor eligibile ale proiectului;
- echipamente tehnologice de ultimă generație (ca urmare a implementării proiectului de față);



➤ personalizare computerizată, în detaliu, a obiectelor pentru brodat prin consilierea clienților;

Dintre avantajele față de competitori, pe care întreprinderea solicitantă le deține, enumerăm:

- ✓ eficiență operațională – termene de execuție normale sau în regim de urgență;
- ✓ eficiență economică prin calitate – creșterea calității serviciilor oferite, în paralel cu minimizarea costurilor;
- ✓ flexibilitate sporită, atât în adoptarea soluției potrivite, cât și în furnizarea serviciului;
- ✓ îmbunătățirea continuă a activității de bază;
- ✓ dezvoltarea profesională continuă a personalului;

Se dovedește a fi deosebit de oportună și necesară o investiție în domeniul serviciilor de personalizare obiecte diverse prin brodat, în Regiunea Sud-Vest Oltenia, care are un foarte mare potențial pentru activități de acest fel, având în vedere lipsa concurenței din zonă, precum și cerințele venite din piață care tind spre îmbinarea tradiției (brodarea clasică manuală) cu tehnologia de ultimă oră (brodarea computerizată), transpunându-se prin eficiență, acuratețe și inovație.

Principalele puncte tari ale serviciilor oferite de întreprinderea solicitantă în raport cu competitorii potențiali includ:

- preturi competitive, servicii de prelucrare;
- lucram in Oltenia, dar pe langa personalizarile B2B, realizam si personalizari B2C;
- suntem unici in personalizari marochinarie: genti/mape piele, portmonee/portcarduri, pantofi. Gama de produse unicat sau serie mica grupate in colectii cu specific romanesc;
- clientii isi alegea on line atat produsul ce si-l doresc personalizat cat si culoarea (dintr-un set de 5 culori disponibile) si modelul (dintr-un set de 5 modele specific romanesti).

Politica de preț, legătura dintre politica de preț, caracteristicile serviciului și tendințele pieței

Politica de preț a întreprinderii solicitante va fi pe deplin utilizată în folosul acesteia în condițiile în care ea beneficiază de o viziune de perspectivă asupra evoluției pieței-țintă. Nivelul tarifelor estimate este unul competitiv prin prisma faptului că firma solicitantă va utiliza materii prime și materiale consumabile de calitate. Având în vedere că prin proiect se dorește crearea unui portofoliu de clienți, în consecință, se vor avea în vedere următoarele tipuri de servicii specifice domeniului de personalizare obiecte diverse prin brodat, pentru care vor avea în vedere următoarele tarife estimative:

Nr. crt.	Tipuri de obiecte/produse personalizate	Preț unitar (lei cu TVA)
1.	Personalizare echipament lucru (tricou/sepcuta)	7,50
2.	Digitizare model	150,00
3.	Personalizari serie mica (10-100 buc)	150,00
4.	Personalizari unicat	250,00

Pentru firma solicitantă, publicitatea înglobează totalitatea acțiunilor care au drept scop prezentarea indirectă orală sau vizuală a unui mesaj în legătură cu serviciile care au la bază personalizarea de obiecte prin brodat, pliabile pe specificul și nevoile clientului.

Principalele instrumente de promovare a serviciilor oferite. vizează:

- promovarea prin intermediul site-ului web;
- realizarea și distribuirea de materiale promoționale/informative (flyere, broșuri);
- organizarea unei campanii de promovare pe internet;
- publicitate prin mass media.

Pentru serviciile oferite se va acorda consultanță gratuită care are ca obiectiv să asigure identificarea, analiza și stabilirea specificului modelului în vederea satisfacerii nevoilor clientului. În același timp, vor fi create pachete de servicii pentru acei clienți care doresc mai multe tipuri de servicii, care vor fi însoțite de discount-uri ce se vor stabili în funcție de complexitatea modelelor elaborate și perioada de timp în care se vor executa seriile.

Principalele canale de distribuție avute în vedere sunt:

- distribuția directă – prin perceperea tarifelor diferențiate pe categorii de servicii;
- distribuție de pachete de servicii – prin intermediul partenerilor întreprinderii solicitante.



În cea mai mare parte firma solicitantă, încearcă să comunice cu clienții săi prin intermediul mijloacelor web, având în vedere că acesta este modul cel mai simplu, puțin costisitor și eficient.

În cadrul strategiei de vânzări firma solicitantă va dispune de un site pe internet pentru ca, potențialii clienți să poată lua legătura mai ușor cu aceasta prin comunicarea unor adrese de contact cât și a tarifelor sau ofertelor întreprinderii în timp real. În acest fel întreprinderea poate să își gestioneze mult mai eficient relațiile cu clienții săi. Adaptarea informațiilor furnizate pe canale electronice clienților reprezintă modalitatea cea mai eficientă din punct de vedere al costurilor și utilității sale. Acțiunile incluse în strategia de vânzări sunt în mod direct corelate cu instrumentele prin care se va realiza promovarea serviciilor de personalizare a obiectelor diverse prin brodere.

Pe baza analizei pieței și a strategiei se marketing propuse, se estimează următoarele niveluri de încasări anuale:

Nr. crt.	Tipuri de obiecte/produse personalizate	Preț unitar (lei cu TVA)	Cantitate	Valoare (lei cu TVA)
1.	Personalizare echipament lucru (tricou/sepcuta)	7,50	560	4.200,00
2.	Digitizare model	150,00	15	2.250,00
3.	Personalizari serie mica (10-100 buc)	150,00	20	3.000,00
4.	Personalizari unicat	250,00	10	2.500,00
Total (lei cu TVA)				11.950,00

6. Necesarul de finanțare (maxim 1 pagina)

- Prezentarea capitolelor de cheltuieli

1. Taxe pentru infiintarea si autorizarea functionarii intreprinderii (contributie proprie)	Numar	Cost unitar			Valoarea acoperita din ajutor de minimis (in limita subventiei) (inclusiv TVA)	Valoarea contributie proprie (inclusiv TVA)	TOTAL
Taxe de infiintare					0	800	800
Taxe de autorizarea functionarii/acreditare					0	200	200
Angajat 1	2	1081			2162		2.162,00
Angajat 2	2	1419			2838		2.838,00
Contributii	2	1798			3.596,00		3.596,00
transport utilaj	1	320,00				320,00	320,00
Materiale consumabile si accesorii broderie	4	750			3000		3.000,00
Materii prime	4	950			3800		3.800,00
Campanie promovare internet	1	2000			2000		2.000,00
Flyere	1000	1				1000	1.000,00
Brosuri	500	4				2000	2.000,00
Masina de brodat	1,00	46000			43187	2813	46.000,00



Birouri	2,00	200			400		400,00
Mese	1,00	600			600		600,00
Scaune	3,00	350				1050	1.050,00
Computer desktop	1,00	5949			4949	1000	5.949,00
Gherghief cilindric	1,00	4700			4700		4.700,00
Gherghief de brodat pe șepci	1,00	3500			3500		3.500,00
Kit gherghief clema PRCLP45LR (lateral pantofi)	1,00	1500			1500		1.500,00
Licenta software masina brodat	1	5700			5700		5.700,00
Licenta software contabilitate	1	250			250		250,00
Licenta software microsoft office	1	1200			1200		1.200,00
Servicii web design	1	3500			3500		3.500,00
Servicii contabilitate	4	350			1400		1.400,00
Servicii medicina muncii, protectia muncii	2	300				600	600,00
Valoare acoperită din ajutorul de minimis					88.282,00		
Contribuție proprie					10.103,00		
Total buget proiect					98.385,00		

- Modul de finanțare a activitatii firmei (finanțare din schema de minimis, fonduri proprii, etc.)

Finanțarea proiectului se va realiza prin intermediul proiectului de investiții propus, atât din subvenția primită în proporție de 89,73% cât și din contribuția proprie a beneficiarului în proporție de 10,27%, la valoarea totală eligibilă a proiectului. Mecanismul de finanțare în perioada de implementare a proiectului va fi conform prevederilor acordului/contractului de finanțare cât și Instrucțiunilor și Recomandărilor oferite de Finanțator.

Menționăm faptul că solicitantul nu va contracta un credit bancar pentru susținerea investiției, punând la dispoziție resurse financiare, tehnice, umane și logistice proprii în vederea unei implementări de succes a proiectului.

7. Planul financiar (maxim 3 pagini)

7.1 Proiecția veniturilor/vânzărilor

Pentru fundamentarea proiecțiilor pe venituri, s-a pornit de la specificul activității firmei și anume CAEN 7311 – Activități ale agențiilor de publicitate. Principalele venituri generate de investiția ce face obiectul prezentului proiect de investiții sunt **veniturile din prestarea serviciilor de personalizare prin brodare a diverselor obiecte/echipamente de lucru.**

În dimensionarea acestor venituri au fost formulate ipoteze privind: **capacitatea de prestare servicii** (cuantificată prin tipul și numărul de obiecte personalizate prin brodare) și **nivelul tarifului** mediu de vânzare per tip de serviciu.

Metodologia de calcul utilizată:

- Pentru fundamentarea realistă a veniturilor, estimăm că în primul an de operare a investiției, capacitatea de utilizare a echipamentului tehnologic va fi de circa 85%, urmând ca în următorii ani de operare, aceasta să crească gradual, ajungând la 100% în cel de-al III-lea an de la finalizarea investiției.
- Tariful mediu de vânzare/tip de serviciu este stabilit de către prestator în funcție de tipul de cantitatea și tipul obiectelor supuse procesului de personalizare brodată, cu raportare la media tarifelor existente pe piață pentru acest tip de serviciu. Ca urmare a implementării prezentului proiect de investiții și susținerii capacității de prestări servicii în domeniul agențiilor de publicitate avem în vedere următoarele categorii de venituri:

Nr. crt.	Tipuri de obiecte/produse personalizate	Preț unitar (lei cu TVA)	Cantitate	Valoare (lei cu TVA)
1.	Personalizare echipament lucru (tricou/sepcuta)	7,50	560	4.200,00
2.	Digitizare model	150,00	15	2.250,00
3.	Personalizari serie mica (10-100 buc)	150,00	20	3.000,00



4.	Personalizari unicat	250,00	10	2.500,00
Total (lei cu TVA)				11.950,00

Veniturile estimate în perioada implementării și în următorii 3 ani de la finalizarea investiției:

Specificație	U.M.	Implementare	Operare		
		2015	2016	2017	2018
Venituri din prestări servicii de personalizare obiecte diverse	lei	24.250,00	143.400,00	154.155,00	165.716,63

➤ **Alte venituri de exploatare:**

Fondurile nerambursabile (46.000,00 lei) vor fi trecute anual pe alte venituri din exploatare pe măsura amortizării echipamentelor care fac obiectul investiției (câte 4.600,00 lei în fiecare an după finalizarea implementării investiției).

7.2 Estimarea elementelor de cost

Fundamentarea proiecțiilor pentru cheltuieli este în corespondență directă cu specificul activității firmei, și anume **servicii de personalizare obiecte diverse**. Estimarea cheltuielilor de exploatare – pornește de la valoarea prezentului proiect de investiții, în corelare cu necesarul de servicii care trebuie prestate, exceptând cheltuielile cu amortizarea, care se vor stabili ținând cont de valoarea mijloacelor fixe și de durata normală de funcționare.

Costurile pentru operarea investiției includ următoarele categorii de cheltuieli specifice exploatării obiectivelor de investiții din domeniu. În cele ce urmează ne propunem să facem o estimare a acestor categorii de costuri pe intervalul de analiză ce cuprinde perioada de implementare și în următorii 3 ani de la finalizarea investiției.

Cheltuieli cu obiecte și materiale consumabile - consum specific/unitate de produs (cantitativ) – în acest sens estimăm o creștere graduală a consumului specific aferentă fiecărei categorii de cheltuieli cu obiecte și materiale consumabile conform capacității de prestare servicii estimată: 85% din capacitatea maximă de consum în anul 1, 92,5% în anul 2 și 100% în anul 3 de operare a investiției. Prețul de achiziție pentru cheltuieli materiale - a fost luată în considerare media prețurilor existente pe piață pentru fiecare categorie de materiale consumabile utilizate, corectate cu o rată de creștere de 2,5%, conform intervalului mediu al inflației anuale a prețurilor țintită de B.N.R. Detalierea costurilor unitare aferente consumului de materiale consumabile privind capacitatea lunară estimată de prestări servicii este prezentată în cele ce urmează:

Nr. Crt	Element/produs	Materie prima consumata	Preț/produs (lei cu TVA)	Cantitate	Valoare (lei cu TVA)
1.	Personalizare 10 cmp echipament lucru max 5000 impunsaturi (tricou/sepcuta/salopeta)	Insertie Ata Ac cusut Spray lipit	1,00	1500	1.500,00
2.	Digitizare model	-	-	20	-
3.	Personalizari max 300 cmp serie mica marochinarie (10-100 buc)	Insertie Ata Ac cusut	10,00	50	500,00
35 00 4.	Personalizari unicat (suprafata brodata depaseste 500 cpm)	Insertie Ata Ac cusut	15,00	10	150,0
Total (lei cu TVA)					2.250,00

Centralizarea costurilor anuale privind obiectele și materialele consumabile necesare, este prezentată în cele ce urmează:

Specificație	U.M.	Implementare	Operare		
		2015	2016	2017	2018
Cheltuieli cu obiecte și materiale consumabile necesare prestării serviciilor de personalizare	lei	6.800,00	27.000,00	29.025,00	31.201,88

a. **Cheltuieli cu utilitățile**

b.1 Cheltuieli cu apa - este considerat un consum aferent utilizării investiției de 10 mc/lună; tariful de achiziție pentru apă – conform strategiei de tarificare a furnizorului de apă, care prevede o creștere anuală medie a tarifului de 5%.

Nr. crt.	Specificație	U.M.	Implementare	Operare		
			Anul 2015	Anul 2016	Anul 2017	Anul 2018
1.	Consum de apă					



1.1.	Consum anual	mc	0	120	120	120
1.2.	Tarif mediu unitar	lei/mc	3,86	4,05	4,26	4,47
1.3.	Total cheltuieli cu apa	lei	0,00	486,00	511,20	536,40

b.2 Cheltuieli cu energia - consumul lunar de energie ulterior implementării investiției, este estimat la 1000 kWh; tariful de achiziție pentru energie – conform strategiei de tarificare a furnizorului de energie, asupra căruia se va avea în vedere corectarea cu o rată de creștere de 2,5% pe an, conform indicelui ratei inflației țintit de B.N.R.

Nr. crt.	Specificație	U.M.	Implementare	Operare		
			Anul 2015	Anul 2016	Anul 2017	Anul 2018
2.	Consum de energie electrică					
2.1.	Consum anual	kWh	0	12000	12000	12000
2.2.	Tarif mediu unitar	lei/kWh	0,50	0,51	0,53	0,54
2.3.	Total cheltuieli cu energia electrică	lei	0,00	6.120,00	6.273,00	6.429,82
3.	Cheltuieli totale cu utilitățile	lei	0,00	6.606,00	6.784,20	6.966,22

c. Cheltuieli cu personalul - prin implementarea proiectului propus, vor fi achiziționate echipamente tehnologice specifice, cu ajutorul cărora vor fi desfășurate activități de personalizare prin broderie. În acest sens vor fi create 2 noi locuri de munca pentru tineri pe o perioadă nedeterminată, cu normă întreagă de lucru. Vom menține locurile de muncă pentru tineri pe întreaga perioadă implementării proiectului de investiții continuând pe o perioadă de cel puțin 12 luni. Creșterile salariale anuale preconizate sunt de 3%. Cheltuielile cu salariile și cele cu contribuțiile aferente pentru primul an de la finalizarea investiției (anul 2016), sunt prezentate în tabelul următor:

Cheltuieli cu personalul	Nr angajați	Venit net lunar individual	Contribuții angajat și angajator	Nr. luni de contract pe an	Salarii anuale	Contribuții anuale
Angajat 1	1	1.081,00	765,00	12	12.972,00	9.180,00
Angajat 2	1	1.419,00	1.033,00	12	17.028,00	12.396,00
Total	3				30.000,00	21.576,00

Cheltuielile cu salariile noilor angajați în perioada 2015-2018 sunt prezentate în tabelul de mai jos:

Elemente de cost	U.M.	2015	2016	2017	2018
Cheltuieli cu salariile	lei	5.000,00	30.000,00	30.900,00	31.827,00
Cheltuieli cu contribuțiile sociale	lei	3.596,00	21.576,00	22.223,28	22.889,98
Total cheltuieli cu personalul nou angajat	lei	8.596,00	51.576,00	53.123,28	54.716,98

d) **Cheltuieli cu amortizarea**- metoda de amortizare utilizată pentru utilajele achiziționate este amortizarea liniară, conform duratei normale de funcționare din cadrul [Catalogului privind clasificarea și duratele normale de funcționare a mijloacelor fixe](#); conform acestuia, mijloacele fixe încadrate în grupa 2.1.11.5. au o durată medie normală de funcționare cuprinsă între 8 și 12 ani. Astfel rezultă o anuitate anuală de 4.600,00 (46.000,00 lei / 10 ani); regimul de amortizare utilizat în cadrul întreprinderii fiind cel liniar.

Specificație	U.M.	Anul 2016	Anul 2017	Anul 2018
Cheltuieli cu amortizările aferente investiției (amortizarea echipamentelor achiziționate)	lei	4.600,00	4.600,00	4.600,00

e. **Cheltuieli cu serviciile de colectare a deșeurilor** - costurile estimate cu serviciile de colectare a deșeurilor rezultate în urma desfășurării activității propuse sunt estimate în funcție de capacitate de prestare și tehnologia oferită, în baza cărora se stabilește tariful de colectare pe m³; tariful lunar perceput pentru desfășurarea activității de prestare servicii de brodere este de 40 lei/mc, asupra căruia se va avea în vedere corectarea cu o rată de creștere de 3% pe an, conform indicelui mediu al ratei inflației. Valoarea anuală rezultată este de 480 lei.

Elemente de cost	U.M.	Anul 2016	Anul 2017	Anul 2018
Cheltuieli cu colectarea deșeurilor	lei	480,00	494,40	509,23

f. **Cheltuieli cu poștă, telecomunicații și internet** - tariful de achiziție pentru servicii cu poștă, telecomunicații și internet – conform strategiei de tarificare a furnizorului de servicii de poștă, telecomunicații și internet, ca medie a tarifului



acestor servicii furnizate, asupra căruia se va avea în vedere corectarea cu o rată de creștere de 2,5% pe an, conform indicelui mediu al ratei inflației. Valoarea anuală rezultată este de 2.467,26 lei.

Elemente de cost	U.M.	Anul 2016	Anul 2017	Anul 2018
Cheltuieli cu poșta, telecomunicații și internet	lei	2.467,26	2.528,94	2.592,16

g. **Alte cheltuieli de exploatare** - în acest caz sunt incluse costuri cu specific administrativ, necesare desfășurării activității de prestare servicii (transport materiale, auto propriu, comisioane prestări servicii, servicii de contabilitate, închirieri etc.); aceste costuri sunt estimate ca reprezentând cca. 9% din total costuri de exploatare; și în acest caz pentru anii de operare a investiției se procedează la ajustarea cu o rată de creștere de 2,5% pe an, conform indicelui mediu al ratei inflației.

Specificație	U.M.	Anul 2016	Anul 2017	Anul 2018
Alte cheltuieli de exploatare	lei	9.272,93	9.534,08	9.802,89

Cumulând aceste categorii de cheltuieli și realizând corecțiile enunțate legate de creșterile anuale, rezultă următoarea evoluție a acestor costuri pentru perioada de implementare a investiției și pe următorii 3 ani de la finalizarea investiției:

Elemente/An	U.M.	Anul 2015	Anul 2016	Anul 2017	Anul 2018
Cheltuieli cu obiecte și materiale consumabile	LEI	6.800,00	27.000,00	29.025,00	31.201,88
Cheltuieli cu utilitățile		0,00	6.606,00	6.784,20	6.966,22
Cheltuieli cu personalul		8.596,00	51.576,00	53.123,28	54.716,98
Cheltuieli cu amortizarea		0,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00
Cheltuieli cu colectarea deșeurilor		0,00	480,00	494,40	509,23
Cheltuieli cu poșta telecomunicații și internet		0,00	2.467,26	2.528,94	2.592,16
Alte cheltuieli de exploatare		0,00	9.272,93	9.534,08	9.802,89
TOTAL		15.396,00	102.002,19	106.089,90	110.389,36

8. Anexe și alte documente

Includeți alte documente ce considerați a fi relevante, sau care susțin anumite puncte de vedere din planul de afaceri (oferte, devize, fundamentări suplimentare, analize de preț).

- Anexa 1 – CV aplicat;
- Anexa 2 – Oferte de preț.