



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operational Capital Uman 2014-2020

Axa prioritara 6: Educatie si competente

Obiectiv tematic 10: Efectuarea de investitii in domeniul educatiei, al formarii si al formarii profesionale in vederea dobandirii de competente si a invatarii pe tot parcursul vietii, cu Prioritatea de investitii

Prioritatea de investitii 10.iv: "Sporirea relevantei pe piata fortelor de munca a educatiei si a sistemelor de formare, facilitarea tranzitiei de la educatie la piata fortelor de munca si consolidarea formarii si a sistemelor de formare profesionala, precum si a calitatii lor, inclusiv prin mecanisme de anticipare a competentelor, adaptarea programelor de invatamant si instituirea si dezvoltarea unor sisteme de invatare la locul de munca, inclusiv a unor sisteme de invatare duala si programe de ucenicie"

Obiectiv specific 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 la un potential loc de munca/ cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potential competitiv identificate conform SNC 2015-2020 si domeniile de specializare inteligenta conform SNCDI

Titlul proiectului: Tineri antreprenori - De la idee la oportunitate

Contract: POCU/829/6/13/141131

Beneficiar: SC IPA SA

PLAN DE AFACERI

TEMA - Hair CUT Salon

PARTICIPANȚI

ANCUNA CĂTĂLIN ANDREI

IORDACHE CRISTIANA MICHELA





Forma de organizatie care raspunde intentiilor mele este:

Societate cu răspundere limitată

Adresa sediului social va fi:

Strada Craiovei Nr.28, Dudovicesti – Craiova, Dolj

Telefon: **0743 613 290**

0736 094 342ss

E-mail: **ancuna_cata@yahoo.com**

i_c_m22@yahoo.ro

CONTINUTUL PLANULUI DE AFACERI

SUMAR EXECUTIV AL PLANULUI DE AFACERI (Sinteza Planului de Afaceri)	5
CAPITOLUL 1. AFACEREA SI STRATEGIA DE IMPLEMENTARE	5
1.1. DATE DE IDENTIFICARE.....	5
1.2. DOMENIUL DE ACTIVITATE	5
1.3. OBIECTIVE, activitati, rezultate, indicatori.....	6
1.4. ANALIZA SWOT	6
CAPITOLUL 2. ANALIZA PIETEI, CONCURENTEI SI STRATEGIA DE MARKETING	7
2.1. CLIENTII	7
2.2. SEGMENTUL DE PIATA	8
2.3. CONCURENTA	8
2.4. FURNIZORII	9
2.5. STRATEGIA DE MARKETING	9
2.5.1. Produsul/Serviciul	9
2.5.2. Pretul Produsului/Serviciului	9
2.5.3. Distributia.....	10
2.5.4. Promovarea	10
CAPITOLUL 3 ORGANIZARE SI POLITICA DE RESURSE UMANE.....	11
3.1. PROCESUL DE PRODUCTIE / PRESTARI DE SERVICII	11
3.2. SCHEMA ORGANIZATORICA	11
3.3. PERSONALUL.....	12
CAPITOLUL 4 PLANIFICARE FINANCIARA	12
4.1. INVESTITIA	13
4.1.2. Plan de finantare a investitiei	18
4.2. ESTIMAREA VENITURILOR	19
4.3. ESTIMAREA CHELTUIELILOR	20
4.3.1. Cheltuieli de exploatare anuale (operationale).....	20
4.3.2. Alte cheltuieli privind activitatea de productie/prestari servicii.....	22
4.3.3. Cheltuieli cu amortizarea investitiei/ mijloacelor fixe	22
4.4. PREVIZIUNI FINANCIARE	23
4.4.1. Situatia veniturilor si cheltuielilor	23
4.4.2. Fluxul de numerar	23
4.5. INDICATORI DE PERFORMANTA FINANCIARA	24
CAPITOLUL 5. PLANUL DE IMPLEMENTARE AL INVESTITIEI	25
5.1. Graficul Gantt (activitate/timp)	25



5.2. Fluxul de numerar aferent subventiei.....	26
CAPITOLUL 6. CONTRIBUTIA PROIECTULUI LA TEMELE SECUNDARE FSE (Emisii Scazute de CO2, Inovare Sociala) SI LA TEMELE ORIZONTALE (Dezvoltarea durabila, Promovarea egalității între femei și bărbați)	26
Teme secundare FSE.....	26
6.1. Contributia afacerii la atingerea obiectivelor privind sprijinirea tranzitiei catre o economie cu emisii scazute de dioxid de carbon si eficienta din punctul de vedere al utilizarii resurselor.....	26
6.2. Contributia afacerii la atingerea obiectivelor privind inovarea sociala	27
Teme orizontale	27
6.3. Contributia afacerii la atingerea obiectivelor promovarea egalității între femei și bărbați.....	28
6.4. Contributia afacerii la atingerea obiectivelor privind dezvoltarea durabila.....	28

SUMAR EXECUTIV AL PLANULUI DE AFACERI (Sinteza Planului de Afaceri)

O frizerie este o idee de afacere durabilă, deoarece oamenii au nevoie periodic de astfel de servicii. Serviciile unui frizer sunt o necesitate indiferent de situația economică a pieței. Frizeria rămâne, indiferent de vremuri, una dintre cele mai sigure afaceri. Tipul de afacere propus, analizat în cel mai realist mod nu are un potențial foarte ridicat de dezvoltare dar este genul de afacere care, administrată adecvat, îți oferă garanția unui venit aproape constant, fluctuațiile fiind mai mult de natura sezonieră. Afacerea va fi înființată ca societate cu răspundere limitată și va trebui să dețină pe lângă certificatul de înregistrare și o serie de autorizații și avize de funcționare: autorizația sanitară, avizul pentru prevenirea și stingerea incendiilor, autorizația de mediu, autorizația de funcționare din punct de vedere al protecției muncii, acord de funcționare de la Primărie.

Codul CAEN vizat de planul de afaceri este 9602 Coafura și alte activități de înfrumusețare - Această clasă include: -activități de spălare a parului, aranjare și tuns, coafat, vopsit, nuanțat, ondulat, îndreptat și activități similare, pentru bărbați și femei -bărbierit și aranjarea bărbii -masaj facial, manichiura și pedichiura, machiaj etc. Societatea va presta următoarele servicii: tuns clasic, tuns la zero, tuns pensionari, tuns copii, tuns barba, tuns mustața, bărbierit cu aparat de unică folosință sau bici, ras capilar, contur + perciuni, fixativ, gel, spuma, uscat par, aranjat perie(calcat par) / placa, tuns barba + aranjat barba.

Serviciile propuse se adresează locuitorilor comunei Simnicu de Sus și comunelor învecinate. Datele furnizate de <http://www.recensamanromania.ro/rezultate-2/> arată că doar comuna Simnicu de Sus are un număr de 4627 locuitori dintre care 2344 femei și 2283 bărbați. Investiția propusă prin prezentul plan de afaceri se adresează achiziției de mobilier, echipamente și consumabile specifice domeniului și de asemenea accesării unor cursuri de calificare și specializare. În urma implementării planului de afaceri prefigurăm o cifră de afaceri de aproximativ 50000 ron pe an.

CAPITOLUL 1. AFACEREA ȘI STRATEGIA DE IMPLEMENTARE

1.1. DATE DE IDENTIFICARE

Denumirea noii firme (provizorie): HAIR CUT SALON		Forma Juridică: SRL
Initiatorul/ Initiatorii afacerii (intreprinzatorii): Ancuța Cătălin Andrei Iordache Cristiana Michela		
Amplasarea afacerii (sediul social/punct de lucru): Strada Craiovei Nr.28, Dudovicesți – Craiova, Dolj		
Localitate:	Craiova - Dudovicesți	Județ: Dolj

1.2. DOMENIUL DE ACTIVITATE

- Codul CAEN**

Domeniul principal de activitate al noii firme (conform C.A.E.N.): 9602 Coafura și alte activități de înfrumusețare
Alte activități (conform C.A.E.N.):

Codul CAEN vizat de planul de afaceri este 9602 Coafura și alte activități de înfrumusețare - Această clasă include: -activități de spălare a parului, aranjare și tuns, coafat, vopsit, nuanțat, ondulat,

îndreptat și activități similare, pentru bărbați și femei -bărbierit și aranjarea bărbii -masaj facial, manichiura și pedichiura, machiaj etc. Societatea va presta următoarele servicii: tuns clasic, tuns la zero, tuns pensionari, tuns copii, tuns barba, tuns mustață, bărbierit cu aparat de unica folosință sau bici, ras capilar, contur + perciuni, fixativ, gel, spuma, uscat par, aranjat perie(calcat par) / placa, tuns barba + aranjat barba.

Caracterul inovativ al serviciilor este dat de abordarea integrată a clientului din punct de vedere al experienței pe care o are în incinta salonului în sensul oferirii unui masaj capilar și prin asigurarea unui mediu plăcut – muzică ambientală, acces la imagini televizate cu ultimele trenduri în materie de hairstyle, consiliere și immortalizarea imaginii înainte și după utilizând un smartphone cu conexiune internet și o cameră cu o rezoluție adecvată realizării unor imagini de calitate ce pot fi transmise instant prin intermediul conexiunii internet direct pe telefonul clientului

Riscuri

Risc Identificat	Impact estimat	Măsuri de prevenire/diminuare impact
Înăsprirea legislației în ce privește normele de igienă	Cheltuieli suplimentare pentru conformarea cu normele sanitare	Asigurarea unor măsuri de igienă la standarde înalte încă din faza de implementare a planului de afaceri

1.3. OBIECTIVE, activități, rezultate, indicatori

Nr. crt.	Obiective (Indicatori tinta)	UM	Anul 0 (implementare)	Anul 1
1.	Cifra de afaceri	Lei	84000	84000
3.	Profit	Lei	5096	6900
2.	Nr. Angajați**	Nr.pers	2 angajați	2 angajați

Imi propun ca pe parcursul celor doi ani imi propun sa mentin o cifra medie de afaceri de 84.000 ron pe care sa o cresc ulterior gradual prin integrarea unor noi servicii și prin accesarea unui nou spațiu de derulare a activității care sa imi permita dezvoltarea acestor servicii și mărirea clientele vizate prin integrarea serviciilor de coafură, cosmetică și manichiura

1.4. ANALIZA SWOT

(**S**trengths – Puncte Tari; **W**eaknesses – Puncte Slabe; **O**pportunities - Oportunitati; **T**hreats - Pericole/Amenințari)

Strenghts – Puncte Tari	Weaknesses – Puncte Slabe
Baza tehnico materiala performantă Notorietate crescuta la nivelul comunei Administratorul este cunoscut in comunitate si prestează voluntar servicii de frizerie Eficienta ridicata a echipamentelor folosite Flexibilitate si adaptabilitate fata de cerințele clienților Amplasamentul investiției accesibil pentru clienții din localitate cat si pentru localitățile învecinate	Resurse umane limitate Buget limitat de marketing Firma nou înființata ce determina reticente ale clienților
Opportunities- Oportunități	Threats- Pericole/Amenintati
Existenta unui portofoliu de clienți mulțumiți Firma poate beneficia de finanțare nerambursabila pentru realizarea investiției propuse si pentru dezvoltarea activității	Experiența scăzută a administratorului in domeniul vizat de planul de afaceri Schimbări neprevăzute in politica financiară Apariția pe piața a unor concurenți cu o politica agresiva de marketing

Elemente analiza SWOT	Activitati propuse
Strenghts – Puncte Tari	Asigurarea unor servicii de calitate ridicata la preturi accesibile
Opportunities - Oportunități	Solicitarea unui feedback din partea clienților mulțumiți pentru popularizare in mediul on-line
Weaknesses – Puncte Slabe	Eficietizarea resurselor materiale deținute
Threats- Pericole/Amenințări	Calificarea si perfecționarea resursei umane

CAPITOLUL 2. ANALIZA PIETEI, CONCURRENTEI SI STRATEGIA DE MARKETING

2.1. CLIENTII

Clienții frizeriei sunt reprezentați de locuitorii comunei Simnicu de Sus și ai comunelor învecinate care vor opta pentru deplasarea în apropierea comunei lor și nu se vor deplasa în orașele învecinate mult mai îndepărtate comparativ cu Simnicu de Sus.

Nr.crt.	Clienți/ Grupe de clienți	Anul 0 (implementare)		Anul 1	
		lei	%	lei	%
1	Barbatii cu varsta peste 60 ani	8000	15,2%	10000	16,67%
2	Barbatii cu varsta între 40-60 ani	8000	15,2%	10000	16,67%
3	Barbatii cu varsta între 18-40 ani	24000	48%	25000	41,67%
4	Copii și tineri sub 18 ani	10400	20,6%	15000	25,00%
	Total cifra de afaceri	50400	100	60000	100

2.2. SEGMENTUL DE PIATA

Firma va presta servicii de înaltă calitate în domeniul frizeriei în mediul rural astfel încât să atragă cât mai mulți clienți. Salonul de frizerie va fi dotat cu mobilier specific și aparatură performantă și va oferi un mediu ambiant plăcut în care se vor presta serviciile. Avantajul competitiv va fi reprezentat de programul de disponibilitate a serviciilor de după-amiază – seară. Am optat pentru acest program deoarece majoritatea locuitorilor comunei sunt angrenați în activități/obligatii zilnice în prima parte a zilei și acest aspect le va permite astfel să acceseze mult mai ușor serviciile firmei. Comuna Simnicu de Sus are un număr de circa 2000 de locuitori de sex masculin la care se pot adăuga și locuitorii comunelor învecinate care în mod uzual folosesc serviciile puse la dispoziție de frizeriile din Craiova. Afacerea pe care o propun prin acest plan de afaceri are ca și avantaj un risc mic al investiției dar în contrapartidă un grad scăzut al oportunității de dezvoltare pe plan local. Majoritatea locuitorilor comunei lucrează sezonier în străinătate, plecând la muncă prin rotație cu partenerul de viață câte 2-3 luni. Un prim avantaj prezentat de această situație este acela că numărul locuitorilor comunei tinde să rămână constant și la nivel demografic nu este prezentă amenințarea depopulării comunei pe termen mediu. Vârsta maximă a clienților care se presupune că vor apela la serviciile frizeriei este de aproximativ 75 de ani. Astfel piața țintă pe care o va deservi frizeria va fi compusă din persoane cu vârste de la 3 la 75 ani.

2.3. CONCURENȚA

Concurența este reprezentată de saloanele de frizerie din Craiova unde prețurile se situează în intervalul valoric 20-45 ron în funcție de amplasarea salonului și de calitatea serviciilor și gradul de perfecționare profesională al personalului. La acest cost se adăuga și prețul transportului.



Facand o analiza de cost si adaugand beneficiul unui serviciu de calitate cu siguranta clientii vor alege serviciile oferite de Hair CUT Salon SRL.

2.4. FURNIZORII

Furnizorii acestei afaceri sunt reprezentati de agentii economici care comercializeaza echipamente specifice (masini de tuns, masini de ras, foarfece si accesorii de tuns), mobilier si aparatura it si de asemenea furnizori de servicii - contabilitate, servicii ssm si psi etc

Cei mai importanti furnizori sunt reprezentati de firmele care comercializeaza materialele consumabile cu care vom incerca sa stabilim o relatie comerciala pe termen lung si ne vom orienta catre acei furnizori care pot oferi spre comercializare si echipamente specifice frizeriilor

2.5. STRATEGIA DE MARKETING

“Cunoaște-ți clienții” este probabil cea mai inteligentă strategie de marketing pe care o poți aplica în afacerea ta. Care sunt problemele lor? Ce dorințe și nevoi au? Care este criteriul decisiv atunci când aleg un salon? Cum văd ei soluția la problema cu care se confruntă?

Clienții sunt cei pe care ne vom focaliza actiunile, așadar atunci cand știm cine sunt și ce își doresc, vom fi capabili să le îndeplinim așteptările. Clienții sunt cei care vor livra bani în contul salonului si afacerea si actiunile mele de promovare se vor focaliza pe servirea clienților și îndeplinirea așteptărilor lor.

Simnicu de Sus, fiind o comuna mare, voi avea nevoie de o strategie de abordare a clientilor online în sensul în care afacerea este la început si va trebui promovata atât din punct de vedere al serviciilor oferite cat si din punct de vedere al opiniei favorabile a clientilor. Reteau de socializare Facebook prin crearea unei pagini de prezentare a frizeriei este solutia optima pentru a face afacerea cunoscuta si pentru a prezenta oferta potentialilor clienti.

“Clientul multumit este cea mai buna strategie de business”.

2.5.1. Produsul/Serviciul

Salonul de frizerie va oferi servicii de tuns si barbierit si vom acorda o atentie deosebita atunci cand vine vorba atât de styling si de tunsori. Fiecare persoană prezintă trăsături și personalități distincte astfel că ne asigurăm că sfaturile noastre să fie personalizate, pliate pe caracterul fiecarui client în parte.

Pentru atingerea acestui deziderat vom analiza starea părului și a scalpului, căutând soluții pentru look-ul ideal luând în considerare tendințele modei. În cele din urmă, unim toate aceste aspecte într-un stil de care fiecare client să fie în totalitate mulțumit de fiecare dată când ne vizitează.

2.5.2. Pretul Produsului/Serviciului

Frizeria Hair CUT Salon SRL va oferi servicii accesibile si din punct de vedere al pretului practicat si va asigura reduceri de pret clientilor fideli.

Produs / serviciu	Pret unitar (mediu) (lei)
Tuns normal	16
Tuns special	20
Tuns skin fade	21
Barbierit tuns	7
Barbierit Tuns si contur	10
Barbierit complet	12

2.5.3. Distributia

Activitatea de distributie va fi insotita intotdeauna de informarea clientilor in legatura cu posibilitatile de achizitionare a produsului, in numeroase cazuri reprezentand ea insasi o componenta a mixului promotional.

Comercializarea serviciilor se realizeaza utilizand canalul scurt (direct) Prestator- Client.

Modalitatea de plata acceptata in salon va fi cash.

2.5.4. Promovarea

Proiectarea sistemelor de distribuție ale serviciilor salonului de frizerie se va fundamenta pe o strategie de marketing de atac, ofensiva, cu scopul obtinerii unor noi clienti, urmarindu-se o politica de promovare agresiva care sa atraga atentia si ulterior se va actiona in sensul fidelizarii clientelei atrase.

Cheltuieli pentru promovarea produselor / serviciilor pe categorii de cheltuieli (Lei)	Anul 0	Anul 1
Sevicii printing promovare	104	-
Sevicii printing promovare	36	-
Imprimare placuta plexiglas	99	-
Total cheltuieli de promovare	239	-



Dupa primul an activitatea de promovare a activitatii se va muta in mediul online pe retelele de socializare existand in acel moment o baza de clienti care ne pot recomanda si care pot promova salonul de frizerie primind in schimb reduceri sau servicii bonus.

CAPITOLUL 3 ORGANIZARE SI POLITICA DE RESURSE UMANE

3.1. PROCESUL DE PRODUCTIE / PRESTARI DE SERVICII

Seviciile oferite de HAIR CUT SALON vor consta in urmatoarele: Tuns normal, Tuns special, Tuns skin fade, Barbierit tuns barba, Tuns si contur, Barbierit complet. Serviciile vor fi prestate atat pe baza de programare anterioara cat si la prezentarea in salon fara programare dar in acest caz clientii cu programare vor avea prioritate. Clientii vor primi din partea firmei o cofea sau un suc si o fotografie digitala realizata cu ajutorul unui telefon mobil performant capabil sa redea poze de o claritate ridicata. De asemenea locuitorii comunei vor fi mobilizati sa acceseze serviciile salonului prin postarea de materiale live pe retelele de socializare cu ajutorul telefonului mobil. In cadrul salonului va fi creata o atmosfera foarte placuta cu ajutorul televizorului care va reda materiale de hair styling prin intermediul conexiunii cu laptopul si in fundal va rula o muzica calma de relaxare in sistem de boxe surround.

Pentru prestarea serviciilor vor trebui achizitionate atat dotari materiale specifice enuntate mai jos : mijloace fixe, obiecte de inventar cat si servicii necesare derularii in bune conditii a activitatii in conformitate cu prevederile legislative.

Ca si echipamente vor fi necesare masini de tuns, de contur si de ras, piepteni, perii, foarfece, feon, placa de intins parul, aparat masaj capilar, mobilier specific frizeriilor - posturi de lucru. Materialele consumabile constau in substante dezinfectante , produse pentru stilizat parul, vopsele, manusi de protectie, prosoape hartie, sapun, solutii igienizare, produse de birotica.

Serviciile vor fi prestate intr-o camera cu suprafata de 18,5 mp amenajata corespunzator cu respectarea tuturor prevederilor legale in materie de igiena. Locatia este situata in localitatea Craiova-Duovicesti Str. Craiovei, Nr.28, jud. Dolj.

Autorizatia Inspectoratul Situațiilor de Urgență pentru spații <200 mp, această autorizație nu este necesară.

Obținerea autorizației pentru reclama luminoasă este un pas important în procesul complet de autorizare a afacerii

Înainte de a deschide salonul vor asigura o serie de autorizari si servicii adiacente activității, servicii care, de regulă, sunt externalizate către terțe părți. Mai jos vom puncta câteva dintre cele mai importante contracte care trebuiesc întocmite

– Contract de colectare a deșeurilor – acesta este un contract obligatoriu care se solicită chiar și înainte de a primi acordul de funcționare de la Primărie sau în cazul unui control de la DSP. Astfel, pentru colectarea deșeurilor rezultate în urma activităților de înfrumusețare, trebuie încheiat un astfel de contract cu o firmă autorizată.

– Contract de deratizare-dezinsecție-dezinfectie – ținând cont că acest tip de afacere presupune o atenție

deosebită acordată igienei și sănătății atât a clienților, cât și a angajaților, asigurarea acestor proceduri de igienizare este foarte importantă. Astfel, se impune ca dezinsecția punctului de lucru să se facă periodic, la 3 luni, iar deratizarea la intervale de maximum 6 luni. Bineînțeles, este recomandat ca înainte de deschiderea propriu-zisă a salonului, să fie realizate aceste operațiuni de igienizare.

– Contract de servicii pentru protecția și securitatea muncii și securității împotriva incendiilor – va fi necesară și achiziția unui extingtor și a unei truse de prim ajutor.

– Contract de servicii privind medicina muncii – aceste servicii sunt asigurate de către un medic înainte de angajarea propriu-zisă a personalului.

De asemenea va trebui obținută licența pentru difuzarea muzicii ambientale în valoare de 32 ron/lună, 386 ron/an.

Pentru derularea activității firma va obține autorizația sanitară, avizul pentru prevenirea și stingerea incendiilor, autorizația de funcționare din punct de vedere al securității și sănătății în muncă.

3.2. SCHEMA ORGANIZATORICĂ

Nume și prenume	Funcția	Studii/ Specializări
Ancuța Catalin Andrei	Administrator	Curs antreprenoriat
Iordache Cristiana Michela	Administrator	Curs antreprenoriat
Angajat 1	Frizer norma 8h	Curs frizerie
Angajat 2	Frizer norma 4h	Curs frizerie

3.3. PERSONALUL

Pentru derularea activității vom avea nevoie de un post frizer cu normă întreagă și un post frizer cu jumătate de normă până vom dezvolta activitatea și vom putea mari normă de lucru.

Atât în procesul de recrutare cât și în procesul de derulare a relațiilor de muncă se vor aplica și respecta principiile egalității de șanse/non-discriminare și egalitate de șanse între femei și bărbați.

Personalul va fi angajat pe perioadă nedeterminată și va fi recrutat din raza comunei Simnicu de Sus. Inovația socială se va materializa în organizarea unui program de lucru flexibil.

Activitatea de producție/prestări servicii	Număr de salariați/ Nivel de instruire/ Activități de instruire/specializare
Prestare servicii frizerie/barbering	2 salariați/ studii medii / calificare frizerie

TOTAL	2 salariați
-------	-------------

CAPITOLUL 4 PLANIFICARE FINANCIARA

4.1. INVESTITIA

Investitia necesara implementarii prezentului plan de afacere este detalizata in tabelul de ma jos.

De asemenea am tinut cont de prevederile OMFP nr. 1802/2014, cu modificarile ulterioare, care nu impun o valoare minima de la care bunurile se califica drept mijloace fixe. Conditia este ca acestea sa aduca beneficii economice viitoare si sa fie detinute pe o perioada mai mare de un an. Din punct de vedere contabil cat si fiscal, costul de achizitie al activelor cu valoare mai mica de 2.500 lei se poate recupera fie imediat, prin darea lor in consum, fie pe seama cheltuielilor cu amortizarea (pct. 138 din OMFP nr. 1802/2014, pct. 31 din normele metodologice emise in aplicarea art. 28 din Codul fiscal).

Tabel Structura Investitiei

Investitia amortizabila (descriere detaliata)	Pret unitar (lei)	Nr. unitati	Valoare totala (lei)	Perioada de amortizare (ani)
I. Amenajari spatii de Productie /Prestari servicii/Comert (conf. deviz/ proiect)				4 ani
Lucrari amenajare spatiu	4085	1	4085	1020 ron X 4 ani
II. Masini si echipamente de productie/ Prestari servicii (Conform plan de afaceri)				5 ani
Aparat aer conditionat	3340	1	3340	668 ron X 5 ani
III.Echipamente IT si Software/ Componente (conform Plan de afaceri)				3 ani
Set . 6 Boxe audio , pasive , soround 5.1 ,sunet clar	1450	1	1450	483

Multifunctional inkjet color Epson L3050 CISS, A4, Wireless	680	1	680	227
Laptop 2 in 1 730-13IWL cu procesor Intel Core i5-8265U pana la 3.9 GHz, 13.3", Full HD, IPS, Touch, 8GB, 1TB SSD M.2, Intel UHD Graphics 620, sistem operare Windows 10 Home, Platinum	4100	1	4100	1367
Telefon mobil smart cu camera	3390	1	3390	1130
3 camere supraveghere	1030	1	1030	343
Televizor LED Smart, 108 cm, 43RU7102, 4K Ultra HD	1500	1	1500	500
SUBTOTAL			12.150	4050 ron X 3 ani
IV. Mobilier (conform plan de afaceri)		1		3 ani
Masa receptie sticla	354	1	354	118
Mobilier Frizerie / Barber Shop	3300	2	6600	2200
Scaun Frizerie negru	2600	2	5200	1733
Canapea	2070	1	2070	690
Mobilier receptie	2381	1	2381	794
Scaun directorial pentru receptie	350	1	350	117
Etajera pal	179	1	179	60
SUBTOTAL			17134	5712 ron X 3 ani
V. Echipamente necesare desfasurarii activitatii cu o valoare de achizitie mai mica de 2500 ron				N/A
Masina de tuns alimentare cablu priza	821	1	821	274
ANDIS - Gratare cu dublu magnet - Set 5 gratare - 1,5 - 13 mm	178	2	356	119
Masina de tuns cu acumulator	950	1	950	317

Masina contur 6000 rotatii	511	1	511	170
Masina contur 7200 rotatii	892	1	892	297
Placa pentru indreptat parul	226	1	226	75
Feon Vintage 1800w	380	1	380	127
Masina de ras	595	2	1190	397
Foarfece de tuns - 5.75 inch -	452	2	904	301
Foarfece de filat	410	2	820	273
Pămătuf frizerie	70	2	140	47
Brici din oțel inoxidabil	131	2	262	87
Recipient si dezinfectant 480 ml	207	1	207	69
Pulverizator frizerie 200 ml -	42	2	84	N/A
Pieptene coafor/frizerie - profesional	53	2	106	N/A
Perie de coafat - 12 RPM	65	2	130	N/A
Pieptene Frizerie/Coafor profesional – Albastru	82	2	164	N/A
Pieptene clipper over comb - Negru	30	2	60	N/A
Suport uscatoare par - prindere cu ventuza	58	1	58	N/A
Pernă scaun frizerie pentru copii	142	1	142	47
Aparat masaj capilar profesional vibratii	785	1	785	262
Prosop pentru frizerie/coafor - alb	21	20	420	140
Sort frizerie	99	2	198	66
Pelerina frizerie/coafor Guler NEOPREN - alba	114	2	228	76
Clipsuri de păr - set 12 bucați	49	2	98	N/A
Arici de prins părul	45	3	135	45
Pelerina frizerie	114	1	114	38

Dispencer lame uzate	33	1	33	11
Covoras pad de podea matt pentru frizerie	387	1	387	129
Pupinel	450	1	450	150
Incalzitor / Sterilizator prosoape frizerie	890	1	890	297
Boiler electric	339	1	339	113
Casa de marcat fiscala cu jurnal electronic	850	1	850	283
Trusa medicala de urgenta	200	1	200	N/A
Instincto	137	1	137	N/A
Calorifer otel	421	1	421	140
Espressor manual, 15 bari, 1.5 l, Recipient detasabil lapte 0.3 l	600	1	600	200
Seif	300	1	300	100
Pubele eco	387	1	387	129
Cos gunoi interior	258	1	258	86
Dispenser prosoape	43	1	43	N/A
Dispenser sapun	71	1	71	N/A
Plafoniera rigips lumina rece	744	1	744	248
Mop rotativ	206	1	206	N/A
Faras profesional cu burete	137	1	137	N/A
Matura din cauciuc cu maner	108	1	108	N/A
Suport Trepied Rotativ cu Inaltime Reglabila pentru Telefon	72	1	72	N/A
Lampa circulara LED	500	1	500	167
Reclamă luminoasă frizerie	580	1	580	193
SUBTOTAL			18.094	5473 ron X 3 ani

VI. Alte cheltuieli anterioare activitatii de productie/prestari servicii				N/A
Cheltuieli constituire	250	1	250	50 ron X 5 ani
Servicii contabilitate	4800	1	4800	N/A
Servici SSM PSI	1979	1	1979	N/A
Sevicii printing promovare	104	1	104	N/A
Sevicii printing promovare	36	1	36	N/A
Imprimare placuta plexiglas	99	1	99	N/A
Servicii preluare deseuri contaminate	786	1	786	N/A
Servicii salubritate	540	1	540	N/A
Montaj aer conditionat	410	1	410	N/A
Servicii curatatorie	1200	1	1200	N/A
Curs igiena muncii	100	1	200	N/A
Medicina muncii	30	2	60	N/A
Certificat de Conformitate de la DSP	400	1	400	N/A
SUBTOTAL			10864	50
Total amortizare in primul an				16973 ron

Materiale consumabile	Unitati	Pret unitar inclusiv TVA	Valoare totala
Gel de ras transparent - 500 ml - Albastru	6	75	450
Dezinfectant instrumentar - solutie concentrat - 1900 ML	24	148	3552
Pudra de talc parfumata - 225 g	24	49	1176
Gulere de hartie pentru frizerie	6	30	180

Mănuși profesionale nitril 100 buc. - Negre - S	13	51	663
Lame pentru ras - 100 taisuri	26	30	780
Spray dezinfectant pentru masinile de tuns - 500 ml	14	49	686
Fixativ Super Hold - 750 ml	12	47	564
Ceară de păr - Matte Pomade - 100 ml	6	68	408
Pudra de volum - 20g	2	69	138
Ulei de barba - 30 ml	3	68	204
Vopsea de barba semi- permanenta - negra	2	113	226
Prosoape de hartie	40	2,3	92
Sapun	2	83	166
Solutie igienizare podele	12	17	204
Bibliorafturi	12	6,5	78
Hartie imprimanta	11,5	6	69
Cerneala (magenta, galben, albastru, negru)	2	70	140
Dosare plastic	35	0,6	21
Cutii arhivare	4	9	36
			9833

Bugetate cheltuieli salariale pentru cei doi angajati ai frizeriei.

Indicator	Anul 0											
	L1	L1	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L9	L10	L11	L12
Cheltuieli de salariale	1710	3420	3420	3420	3420	3420	3420	3420	3420	3420	3420	3420

4.1.2. Plan de finantare a investitiei

	Lei	% din valoarea investitiei
--	-----	----------------------------

1. Necesarul de finantare (Valoarea investitiei), din care:		100%
1.1. Valoarea subventiei solicitate	113.620	100%
1.2. Contributie proprie (din surse proprii si atrase) (optional)	0	0
2. Destinatia fondurilor		100%
2.1. Investitii si cheltuieli anterioare productiei (autorizatii, avize, inregistrare firma)	55.053	48%
2.2. Cheltuieli operationale in primele 12 luni	58.567	52%

Diferenta de 910 ron aferenta cheltuielilor operationale (estimate la 59.477) se va asigura din fluxul de lichiditati generat de investitie.

4.2. ESTIMAREA VENITURILOR

Estimarea vanzarilor lunare si anuale

Servicii oferite	Pret mediu ron	Nr. Clienti pe zi	Total incasari pe zi	Total incasari pe luna	Total incasari in primul an
Tuns normal	16	12	192	3840	46080
Tuns special	20	3	60	1200	14400
Tuns skin fade	21	1	21	420	5040
Barbierit tuns	7	3	21	420	5040
Barbierit Tuns si contur	10	2	20	400	4800
Barbierit complet	12	3	36	720	8640
Total			350	7000	84000

Nr. Crt.	Produs/Serviciu	Pret unitar	Valoare vanzari (lei)
----------	-----------------	-------------	-----------------------

		mediu (lei)	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L9	L10	L11	L12	An1
1	Tuns normal	16	3840	3840	3840	3840	3840	3840	3840	3840	3840	3840	3840	3840	46080
2	Tuns special	20	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400
3	Tuns skin fade	21	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	5040
4	Barbierit tuns	7	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	5040
5	Barbierit Tuns si contur	10	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
6	Barbierit complet	12	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	8640
	Total vanzari (lei)		7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	84000

4.3. ESTIMAREA CHELTUIELILOR

4.3.1. Cheltuieli de exploatare anuale (operationale)

În cazul imobilizărilor corporale, a căror valoare fiscală este sub limita de 2.500 lei, la alin. (21) al art. 28 din Codul fiscal se prevede posibilitatea recuperării cheltuielilor de achiziție prin deduceri de amortizare. Această opțiune trebuie efectuată la data intrării imobilizărilor în patrimoniul societății pentru stabilirea perioadei și a cotelor de cheltuieli cu amortizarea. Înregistrarea cheltuielilor cu amortizarea se face din luna următoare celei în care imobilizarea a fost pusă în funcțiune.

Prevederea este reglementată și de dispozițiile OMFP nr. 1802/2014, cu modificările ulterioare, în sensul că acestea nu impun o valoare minimă de la care bunurile respective se califică drept mijloace fixe. Condiția este ca acestea să aducă beneficii economice viitoare și să fie deținute pe o perioadă mai mare de un an.

Indicator	Anul 0												Anul 1			
	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L9	L10	L11	L12	Trim 1	Trim 2	Trim3	Trim4
Materii prime	813	820	820	820	820	820	820	820	820	820	820	820	2460	2460	2460	2460
Obiecte de inventar date in consum	1674															
Manopera directa (salarii brute+ contributie angajator)	1710	3420	3420	3420	3420	3420	3420	3420	3420	3420	3420	3420	10260	10260	10260	10260
Servicii SSM PSI	879	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	300	300	300	300
Sevicii Contabilitate	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	1200	1200	1200	1200
Servicii printing si promovare		239														
Servicii preluare deseuri	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	330	330	330	330
Servicii montaj aer conditionat		410														
Servicii curatorie			90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	2700	2700	2700	2700
Curs igiena muncii	200															
Autorizare DSP	400															

Cheltuieli cu amortizarea mijloacelor fixe (table 4.3.4)	1415	1415	1415	1415	1415	1415	1415	1415	1415	1415	1415	1415	1415	4244	4243,5	4244	4244
TOTAL CHELTUIELI	7600,5	6914	6355	6355	6355	6355	6355	6355	6355	6355	6355	6355	6355	21494	21494	21494	21494

4.3.2. Alte cheltuieli privind activitatea de productie/prestari servicii

Cota de impozit pe venitul micro-intreprinderii cu angajati: 1%

4.3.3. Cheltuieli cu amortizarea investitiei/ mijloacelor fixe

Tabel Calculul amortizarii

Mijloc fix	Valoarea de achizitie (lei)	Perioada amortizare (ani)	Valoare amortizare (lei)					
			An 0	Trim1	trim 2	trim3	trim 4	An 1 (total)
I. Amenajari spatii de Productie /Prestari servicii/Comert (conf. deviz/ proiect)	4080	4	1020	255	255	255	256	1020
II. Masini si echipamente de productie/ Prestari servicii (Conform plan de afaceri)	3340	5						
III. Echipamente IT si Software/ Componente (Conform plan de afaceri)	3340	5	668	167	167	167	167	668
IV. Mobilier (Conform plan de afaceri)	12150	3	4050	1013	1013	1013	1013	4050
V. Obiecte de inventar (achizitii cu o valoare mai mica de 2500 lei/ unitate TVA inclus)	1674	X	X	X	X	X	X	X
VI Active corporale amortizabile cu o valoare mai mica de 2500 lei/unitate	17134	3	5711	1428	1428	1428	1428	5711
VII Cheltuieli constituire	250	5	50	12,5	12,5	12,5	12,58	50
Total valoare amortizare (lei)/perioada			16973	4243	4522	4522	4523	16973

4.4. PREVIZIUNI FINANCIARE

4.4.1. Situatia veniturilor si cheltuielilor

Indicator	Valoare (lei)															
	Anul 0												Anul 1			
	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L9	L10	L11	L12	Trim1	Trim2	Trim3	Trim4
Venituri din vanzari	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	21000	21000	21000	21000
Cheltuiel asociate prestarii serviciilor	7601	6914	6355	6355	6355	6355	6355	6355	6355	6355	6355	6355	19065	19065	19065	19065
Impozit 1% CA	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	210	210	210	210
Profit brut	-601	86	645	645	645	645	645	645	645	645	645	645	1935	1935	1935	1935
Profit net	-671	16	575	575	575	575	575	575	575	575	575	575	1725	1725	1725	1725
Dividende platite						1639			1639			1639	1639	1639	1639	1639
Profit nerepartizat	-671	16	575	575	575	-	575	575	-	575	575	-				
Dobanzi scadente																
Profit disponibil	-671	16	575	575	575	-	575	575	-	575	575	-				
Profit disponibil cumulat	-671	-655	-79,5	496	1071		575	1150		575	1150					
Pierderi din activitatea de baza	-601	86	645	645	645	645	645	645	645	645	645	645				

4.4.2. Fluxul de numerar

Indicator	Valoare (lei)															
	Anul 0												Anul 1			
	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L9	L10	L11	L12	Trim1	Trim2	Trim3	Trim4
Resurse financiare la	113.620	68.971	55.268	58.078	60.887	63.697	65.327	68.136	70.946	73.556	76.365	79.175	81.785	87.255	92.726	98.196
Inceputul perioadei																
Credite																
Vanzari	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	21.000	21.000	21.000	21.000

TOTAL INTRARI DE NUMERAR	120.620	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	21.000	21.000	21.000	21.000
Cheltuieli constituire	250															
Investitia in mobilier	17.134															
Investitia in IT		12.150														
Investitia echipamente frizerie	18.094															
Amenajare spatiu	4.085															
Investitie aer conditionat	3.340															
Cheltuieli operationale	2.050	1.260	701	701	701	701	701	701	701	701	701	701	2.400	2.400	2.400	2.400
Cheltuieli salariale	1.710	3.420	3.420	3.420	3.420	3.420	3.420	3.420	3.420	3.420	3.420	3.420	10.260	10.260	10.260	10.260
Cheltuieli consumabile	4.917	3.803				1.113							2.460	2.460	2.460	2.460
Cheltuieli financiare –																
dobanzi																
Rate de credit																
Impozit pe profit	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	210	210	210	210
Dividende platite						67			200			200	200	200	200	200
TOTAL IESIRI DE NUMERAR	51.650	20.703	4.191	4.191	4.191	5.370	4.191	4.191	4.390	4.191	4.191	4.390	15.530	15.530	15.530	15.530
SURPLUS/ DEFICIT	68.971	55.268	58.078	60.887	63.697	65.327	68.136	70.946	73.556	76.365	79.175	81.785	87.255	92.726	98.196	103.667

4.5. INDICATORI DE PERFORMANTA FINANCIARA

Indicator/ perioada de monitorizare	An 0	An 1
Indicatori de profitabilitate:		
Rata profitului net din vanzari (%) (Profit net/Vanzari)	6.3%	8.2%
Punctul critic al vanzarilor (PCV- lei) sau Pragul de rentabilitate exprimat in unitati (PRu)		
Indicatorii de eficienta a Investitiei:		
Rata de recuperare a investitiei (%)	31.74%	

Investiție / Profit brut mediu anual: (Profit an 0 + Profit an 1)/2		
	81.785	103.667
Indicatori de lichiditate: Surplus deficit de numerar anual (+/- lei/an)		

În cazul proiectelor finanțate din fonduri nerambursabile, rata de actualizare recomandată de către Comisia Europeană este de 5%, ea putând fi modificată de către statele membre. Întrucât România nu a propus o altă rată, în cazul proiectelor finanțate cu fonduri europene vom folosi rata de 5%, cu excepția proiectelor realizate în agricultură și spațiul rural, prin intermediul Programului Național de Dezvoltare Rurală. În acest caz, rata de actualizare este de 8%.

Durata de recuperare a investiției este de 3.15 ani

CAPITOLUL 5. PLANUL DE IMPLEMENTARE AL INVESTIȚIEI

5.1. Graficul Gantt (activitate/timp)

Activitate/luna	L0	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L9	L10	L11	L12
1. Inițiere /înregistrare firma SRL	x												
2. Semnare contract co-finanțare prin proiectul Tineri antreprenori - De la idee la oportunitate	x												
3. Amenajare și securizare spațiu punct de lucru	x	x	x										
4. Achiziții mașini/ echipamente/ mobilier/consumabile	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4.1. Selecție și contractare furnizori	x	x	x										
4.2. Plata/Instalare și recepție mijloace fixe		x	x	x	x								
5. Angajare personal	x	x											
6. Contractare și delulare activitate de prestări servicii	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
7. Monitorizare și raportare		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

5.2. Fluxul de numerar aferent subventiei

Indicator	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L9	L10	L11	L12
Resurse financiare la inceputul perioadei	0	62040,5	41408	37287,5	33167	29046,5	23813	19692,5	15572	11451,5	7331	3210,5
Intrari din subventie	113620											
TOTAL INTRARI DE NUMERAR	113620	62040,5	41408	37287,5	33167	29046,5	23813	19692,5	15572	11451,5	7331	3210,5
Cheltuieli pentru investitii	42903	12150										
Cheltuieli operationale	8676,5	8482,5	4120,5	4120,5	4120,5	5233,5	4120,5	4120,5	4120,5	4120,5	4120,5	4120,5
TOTAL IESIRI DE NUMERAR	51579,5	20632,5	4120,5	4120,5	4120,5	5233,5	4120,5	4120,5	4120,5	4120,5	4120,5	4120,5
SURPLUS / DEFICIT NUMERAR	62040,5	41408	37287,5	33167	29046,5	23813	19692,5	15572	11451,5	7331	3210,5	-910

Diferenta de 910 ron aferenta cheltuielilor operationale (estimate la 59.477) se va asigura din fluxul de lichiditati generat de investitie.

CAPITOLUL 6. CONTRIBUTIA PROIECTULUI LA TEMELE SECUNDARE FSE (Emisii Scazute de CO2, Inovare Sociala) SI LA TEMELE ORIZONTALE (Dezvoltarea durabila, Promovarea egalității între femei și bărbați)

Teme secundare FSE

61. Contributia afacerii la atingerea obiectivelor privind sprijinirea tranzitiei catre o economie cu emisii scazute de dioxid de carbon si eficienta din punctul de vedere al utilizarii resurselor

In contextul schimbarilor climatice si al suprapopularii planetei utilizarea eficienta a resurselor va fi esentiala pentru asigurarea cresterii si ocuparii fortei de munca. Acesta crestere a eficientei va crea oportunitati economice importante , va conduce la cresterea productivitatii si la reducerea costurilor si va stimula competitivitatea .

Echipamentele propuse spre achiziționate sunt eficiente din punct de vedere economic fiind echipamente de ultima generație și noi.

De asemenea în vederea îndeplinirii acestui deziderat iluminarea spațiului se va face utilizând tehnologia LED.

6.2. Contribuția afacerii la atingerea obiectivelor privind inovarea socială

Inovarea socială este definită ca acea inovare care are un caracter social atât din punct de vedere al scopurilor urmărite cât și al mijloacelor folosite în special cea referitoare la dezvoltarea și aplicarea de idei noi care răspund unor nevoi sociale și în același timp creează noi relații sau colaborări sociale fiind benefice pentru societate și stimulând capacitatea de acțiune a societății

Interesul acordat de societate domeniului social și, indirect, rezultatelor acestuia reprezintă un alt factor important.

Inovare socială se poate traduce simplist prin: "idei noi care funcționează" la îndeplinirea obiectivelor sociale. G.Mulgan, Oxford Business School,

Inovarea socială se poate pune în practică prin mai multe tehnici:

- Lansarea unui nou produs/serviciu pe piață;
- Modificarea și îmbunătățirea produselor, a serviciilor sau a tehnologiei utilizate;
- Reorganizarea structurii organizatorice a companiei;
- Îmbunătățirea politicilor de abordare a clienților, de promovare a produselor și serviciilor;
- Îmbunătățirea aspectului produsului, îmbunătățirea serviciilor prin achiziția de noi invenții sau tehnologii.

Pentru comuna Simnicu de Sus existența unor servicii de frizerie autorizate din punct de vedere al normelor de igienă, servicii prestate la un pret accesibil dar la un standard foarte ridicat comparabil cu serviciile prestate în capitală sau în marile orașe ale țării, reprezintă în sine un factor de inovare analizat pe plan local. Reprezintă un serviciu care aduce bunăstare nu numai prin crearea unor noi locuri de muncă ci și prin simplul fapt al accesibilizării unor servicii de necesitate pentru populația din comunitate.

POCU promovează inovarea socială în special cu scopul de a testa eventual implementa la scară largă soluții inovatoare inclusiv la nivel local pentru a aborda provocările sociale.

Prin implementarea proiectului propus spre finanțare se prevăd măsuri concrete de promovare a inovării sociale după cum urmează:

- Combaterea sărăciei – prin crearea de noi locuri de muncă
- Promovarea unui procent ridicat de locuri de muncă de calitate și durabile
- Garantarea unei protecții sociale adecvate și capabile să combată sărăcia



Îmbunătățirea condițiilor de muncă

Teme orizontale

6.3. Contribuția afacerii la atingerea obiectivelor promovarea egalității între femei și bărbați

Egalitatea de șanse și de tratament are la bază participarea deplină și efectivă a fiecărei persoane la viața economică și socială, fără deosebire pe criterii de sex, origine rasială sau etnică, religie sau convingeri, dizabilități, vârstă sau orientare sexuală. Egalitatea de șanse și de tratament reprezintă un drept fundamental și o valoare de bază a Uniunii Europene, stipulată în articolul 8 al Tratatului privind Funcționarea Uniunii Europene.

Prin prezentul proiect se vor respecta principiile egalității de șanse gen și se va combate orice formă de discriminare.

În ceea ce privește directivele europene în domeniul egalității de șanse și de tratament pentru femei și bărbați, fiecare directivă corespunde uneia sau mai multor teme:

- plată egală pentru muncă de valoare egală;
- tratament egal la locul de muncă ;
- tratament egal cu privire la sistemul de securitate socială;
- tratament egal pentru angajați pe cont propriu;
- protecția maternității;
- organizarea timpului de lucru (standardele acceptate pentru timpul de muncă și cel de odihnă);
- concediu parental (contractul cadru referitor la concediul parental de care poate beneficia oricare dintre părinți);
- răsturnarea sarcinii probei în cazurile de discriminare pe bază de sex (în aceste cazuri sarcina probei revine persoanei împotriva căreia s-a formulat cererea de chemare în judecată, care trebuia să facă proba că nu a săvârșit acțiuni de discriminare pe bază de sex);
- nediscriminarea lucrătorilor cu normă redusă (mai degrabă femeile decât bărbații sunt lucrători cu normă redusă)

Un pas inițial important constă în dezvoltarea unei politici din care va reieși foarte clar că în compania noastră nu sunt tolerate discriminarea și intimidarea.

Este important ca toți să fie familiarizați cu aceste politici astfel ca aceste aspecte vor fi afișate pe avizierele din spațiul de lucru și acest aspect va fi abordat la ședințele de lucru cu personalul angajat.

6.4. Contribuția afacerii la atingerea obiectivelor privind dezvoltarea durabilă



Conceptul de dezvoltare durabilă desemnează totalitatea formelor și metodelor de dezvoltare socio-economică care se axează în primul rând pe asigurarea unui echilibru între aspectele sociale, economice și ecologice și elementele capitalului natural.

Deși inițial dezvoltarea durabilă s-a vrut a fi o soluție la criza ecologică determinată de intensă exploatare industrială a resurselor și degradarea continuă a mediului și căuta deci în primul rând prezervarea calității mediului înconjurător, în prezent conceptul s-a extins asupra calității vieții în complexitatea sa, și sub aspect economic și social.

Colectarea selectivă a deșeurilor sau colectarea separată a deșeurilor așa cum este definită conform Regimului Deșeurilor (Legea 211/2011) reprezintă colectarea în cadrul căreia un flux de deșeurii este păstrat separat în funcție de tipul și natura deșeurilor cu scopul de a facilita tratarea specifică a acestora.

Societatea va respecta cu strictețe principiul poluatorul plătește și va urmări permanent utilizarea eficientă a resurselor utilizate pentru prestarea serviciilor, va organiza o colectare selectivă a deșeurilor și de asemenea va încheia contracte de salubritate și de preluare a deșeurilor speciale (lame de brici) potențial contaminate care au un regim special.