



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

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

Componenta 1: Innotech Student

Axa prioritara: Educatie si competente

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

Numele administratorului de grant: SC IPA SA

Cod proiect: 141131

PLAN DE AFACERI

Croitorie rapida moderna

Program de formare profesionala COMPETENTE ANTREPRENORIALE

Proba practica

Perioada: 22.03.2022 –31.03.2022

Cursanti: Manea Ioana-Alexia-Adriana

Militaru Adriana-Cristina



PLANUL DE AFACERI

1. Rezumatul Planului de afaceri (maxim o pagina)

Cu totii avem nevoie de haine, mai elegante, mai sport sau deosebite pentru evenimentele la care participam. De cele mai multe ori insa, o vizita in magazine poate fi mai costisitoare iar dupa un an hainele se demodeaza. Inainte de anii '90, o buna parte a romanilor apelau la croitorii care se gaseau la tot pasul. Rochii, pantaloni, rochii de mireasa sau lenjerii de pat, toate ieseau din mana mesterilor croitori. Cererea pentru servicii de croitorie exista, in conditiile in care micile ateliere s-au imputinat in primul rand datorita neadaptibilitatii la o piata in care cerintele clientilor sunt intr-o continua schimbare, iar generatiile vechi de specialisti in arta croitoriei au ajuns la varsta pensionarii. Atelierul de croitorie dama va produce sortimentele cerute in serii mici sau unicat sau chiar comenzi mai mari pentru comercianti.

Pentru materii prime si materiale firma va contacta furnizori atat din tara cat si din strainatate. Stocurile se vor face la materialele usor vandabile, materialele scumpe sau deosebite urmand a fi procurate in baza comenzilor ferme din partea clientilor. Dintre furnizorii potentiali: SC Unique Tex S.R.L. este importator direct de tesaturi si textile din Koreea, Indonezia, Taiwan, China si Dubai;

S.C. CrisAlex S.R.L., importator si distribuitor de accesorii, pasmanterie, mercurie si materiale textile, si o firma care comercializeaza masini de cusut profesionale si industriale.

Colaborarea cu furnizorii va avea la baza un contract comercial, livrarea se face pe baza de comanda ferma in functie de necesitati, iar plata in doua modalitati – la livrare sau prin ramburs la firma de curierat,- a doua modalitate plata la 30 zile, achizitia fiind facuta pe creditul furnizorului;

Se intentioneaza inchirierea unui spatiu de aproximativ 100 de metri patrati in zona centrala sau semicentrala a municipiului Craiova, deci intreprinderea va fi localizata in mediul urban. Spatiul inchiriat poate fi organizat in care va fi organizat astfel: spatiu de productie - minim 30 mp, spatiu depozitare materii prime si produse finite - minim 20 mp, spatiu de prezentare/relatii cu clientii - minim 50 mp.

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

Firma ce se urmareste a fi infiintat se va numi **S.C. CrisAlex S.R.L.**, si va avea urmatoarele coduri caen.

Cod Caen principal: 1399 – Fabricarea altor articole textile

Coduri Caen secundare 1413 – Fabricarea altor articole de imbracaminte (exclusiv lenjerie de corp)

1392 – Fabricare de articole confectionate din textile (cu exceptia imbracamintei si lenjeriei de corp)

4641 – Comert cu ridicata al produseor textile

Capitalul social al societatii va fi pus la dispozitie de catre administratori. .

Sediul social al structurii nou infiintate va fi in Craiova/Dolj.

Firma va avea doi actionari: Manea Ioana-Alexia-Adriana si Militaru Ariana-Cristina. Ca si spatiu de productie se va folosi sediul social al societatii, spatiu de 50 mp prevazut cu toate dependintele necesare pentru productie



Conform bugetului intreprinderii se vor crea 2 locuri de munca. Personalul va fi angajat cu contract de munca conform normelor legale pe perioada nedeterminata. Dimensionarea numarului de personal a fost facuta in stransa legatura cu capacitatea de operare a atelierului. Persoanele din categoriile vulnerabile vor fi instruite in domeniul de activitate vizat, in ocupatia „croitor”.

Managementul intreprinderii va fi asigurat de persoane cu experienta in domeniu de activitate vizat sau cu competente antreprenoriale dobandite. Acestea se vor ocupa de organizarea activitatilor zilnice, managementul relatiilor cu furnizorii si clientii, relatia cu personalul angajat. Activitatile de contabilitate, promovare web si alte servicii vor fi externalizate pe baza de contracte ferme a coror indeplinire lunara va fi monitorizata de catre managerii intreprinderii.

Toate locurile de munca nou create prin proiect vor fi mentinute pe o perioada de minim 6 luni de la finalizarea proiectului.

3. Produsul/ serviciul (maxim 2 pagini)

Intreprinderea va oferi o gama larga de servicii de croitorie la comanda pentru femei si broderie manuala, creatii proprii sau modele propuse de catre clienti. Factorii de succes: pregatirea personalului, folosirea unor materiale de calitate si prezentarea creatiilor proprii in cadrul site-ului, de unde se poate si cumpara.

Atelierul croitorie va presta atat servicii, cat si creatii proprii la preturi foarte avantajoase pentru clienti, din materiale de foarte buna calitate.

In atelier se vor gasi atat materiale la vanzare, cat si accesorii, pentru a ajuta clientul sa-si personalizeze tinuta exact cum doreste, cat si variante gata facute de haine, pe care clientii fie le pot proba si cumpara, fie le pot comanda pe marimea potrivita.

Produce: fuste, bluze, rochii, veste, pardesie, articole vestimentare traditionale pentru femei (camasi poale – cu broderie manuala, etc). Pentru confectionarea acestor articole, se utilizeaza material prima a clientului sau cea disponibila in stoc. Se vor oferi si servicii de ajustare si modificare.

Romanii cheltuie anual pe haine, accesorii si pantofi 11,4 miliarde de lei, suma urmand sa creasca in anii urmatori astfel incat in 2022 piata totala sa ajunga la 12.5 miliarde de lei, potrivit datelor oferite de compania de cercetare de piata Euromonitor. Segmentul de piata cel mai solicitat se afla in Bucuresti, unde este concentrat si un numar insemnat de clienti. Pe plan secund se afla orasele resedinta de judet, unde acest segment este in continua expansiune.

Categorii de clienti:

- persoane interesate de propria imagine;
- persoane care indragesc un anumit articol vestimentar dar nu gasesc marimea potrivita,
- persoane cu timp liber redus;
- comercianti (in cazul productiei de serie mica)



4. Piața (maxim 2 pagini)

Page | 4

Desfacerea serviciilor va avea loc la sediul atelierului, unde va fi amenajat un stand de vânzare a produselor. De asemenea, se vor încheia contracte de colaborare cu persoane fizice sau juridice care să promoveze produsele realizate și să le vândă. Vor fi încheiate contracte cu magazine din mediul rural și urban care vor vinde produsele realizate în atelier. Se vor vinde produsele și on-line prin intermediul site-ului web creat în cadrul proiectului;

Concurența este bine și uniform reprezentată la nivel local și regional, pornind de la croitorii de reparații (din cartier), până la magazinele și fabrici de confecții care comercializează articole de îmbrăcăminte. Avantajul nostru: producerea unei game variate de articole vestimentare, la preturi mai accesibile.

La nivelul județului Dolj principalele societăți care activează în domeniul confecțiilor textile pot fi împartite în 2 categorii: a) afaceri mici gen ateliere de croitorie și b) fabrici de confecții. Ambele categorii funcționează pe aceeași piață, împărțindu-și clienții în funcție de produsele și serviciile pe care le oferă. Exemple de firme concurente din categoria a): Dana Fashion, Aura Impex SRL, Arra Store, Alice Design, Cristofor SRL; din categoria b) Craimodex S.A., Îmbrăcămintea SOCOM, Modexim S.A. Casa de modă Ilinca;

În comparație cu principalii concurenți de pe piața confecțiilor textile din județul Dolj, atelierul croitorie nou creat se diferențiază prin:

- piața de desfacere a produselor este la nivel mediu, nu se intenționează exportul produselor sau producția în masă pentru clienți mari.
- principalii concurenți realizează game de produse comandate de clienții cu care au contracte încheiate sau le realizează pentru export;
- produsele atelierului de croitorie se vor adresa în principal persoanelor fizice, anumitor

comunități sau anumitor tipuri de clienți persoane juridice.

Factorii de succes: pregătirea profesională a personalului, folosirea unor materiale de calitate precum și concepția/designul deosebit al produselor.

5. Strategia de marketing (maxim 2 pagini)

Strategia de marketing va avea ca obiectiv promovarea produselor comercializate în piața țintă prin mijloace specifice directe, astfel:



- a) In timpul implementarii proiectului prin intermediul afiselor, flyerelor, pliantelor, anunturi in presa, internet – pagina web proprie, precum si prin organizarea unui eveniment de marketing tip expozitie intr-o locatie special amenajata;
- b) In perioada de sustenabilitate prin pliante, flyere, internet si alte mijloace clasice de publicitate; Se are in vedere fidelizarea clientilor atat prin intermediul calitatii produselor oferite cat si prin stimulente de ordin financiar: bonusuri, reduceri, vouchere etc.

Page | 5

La deschiderea atelierului vor fi lansate oferte speciale.

Buget marketing

Cheltuieli pentru promovarea produselor/serviciilor pe categorii de cheltuieli (Lei)	Anul N+1	Anul N+2	Anul N+3
Pliante A4	2.000	2.000	2.000
Flyere	1.000	1.000	1.000
Publicitate pe internet	3.600	3.600	3.600
Total cheltuieli de promovare	6.600	6.600	6.600

6. Necesarul de finantare (maxim 1 pagina)

Ca si cheltuieli, pentru demararea proiectului de investitii am prevazut urmatoarele:

Tipul cheltuielii	Valoare
Taxe pentru infiintarea si autorizarea functionarii intreprinderii	1.075 ,00
Transport persoane	2.200,00
Diurna administrator	370
Materiale consumabile si materii prime aferente functionarii intrerinderilor	5.000,00
Utilitatii aferente functionarii intrerpinderii	2.000,00
Cheltuieli de tip FEDER	67.250,00



Cheltuieli pentru derularea proiectului	10.000,00
Cheltuieli pentru inchiriere si leasing	5.000,00
Total	92.895,00

Page | 6

Pentru implementarea prezentului plan de afaceri se va utiliza subventia obtinuta prin programul start-up si fondurii proprii

7. Planul financiar (maxim 3 pagini)

Strategia de piata adaptata va avea in principal doua coordonate centrale:

- Politica de pret** care va corela costurile operationale cu pretul de vanzare raportat la preturile practicate in piata pentru aceleasi produse, rezultand un pret sustenabil si adaptat asteptarilor potentialilor client fata de serviciile oferite de atelier;
- Politica de promovare** si vanzare care va avea stabilite instrumentele de marketing utilizate pentru promovarea pe piata a produselor;

Pentru a face fata concurentei firma va practica un pret care să-i poziționeze oferta alături de cea a concurenței, pentru produsele similare lansate pe piata.

Strategia de preturi adoptata:

__Cunoașterea prețurilor si ofertele concurenților; acestea se pot folosi drept criterii în stabilirea propriilor prețuri de vânzare a serviciilor; daca oferta este similară cu cea a celui mai apropiat concurent, atunci firma va fi nevoită să practice prețuri apropiate;

__Compararea nivelului costurilor de functionare proprii cu cele ale concurenței;

__Compararea calității si caracteristicilor serviciilor proprii cu cele ale concurenței;

__Chestionarea cumpărătorilor asupra modului în care percep prețul și calitatea ofertei fiecarui concurent;

__Gradul de noutate al unui serviciu lansat pe piață (nu neapărat acesta trebuie să aibă prețul mai mare, ci este în funcție de percepția cumpărătorului la momentul respectiv).

Printre strategiile de stabilire a prețurilor se enumera si:

- preturile practicate vor fi aceleasi atat pentru persoane fizice cat si pentru persoane juridice, in cazul in care aceste produse nu sunt achizitionate pentru revanzare;
- acordarea de discount-uri pentru persoanele care cumpara o cantitate mai mare timp de 3 luni consecutiv sau acordarea de produse;
- bonusuri acordate salariatilor in functie de performantele de vanzare a produselor sau de numarul de contracte incheiate;



- bonusuri acordate clientilor in functie de cantitatea de produse si categoria de client;
- oferte speciale pentru un anumit tip de produs, intr-o perioada a anului, Craciun, Paste, sau alte sarbatori cu impact la publicul larg etc.

In analiza sustenabilitatii financiare proiectului se va aprecia:

- **Profitabilitatea financiara a proiectului** determinata prin Valoarea Neta Actualizata (VAN) si Rata Interna de Rentabilitate (RIR) calculate la valoarea totala a proiectului. Valoarea totala a proiectului include totalul costurilor eligibile (inclusiv TVA)
- **Fezabilitatea/durabilitatea financiara a proiectului**, prin verificarea fluxului net de numerar cumulat (neactualizat). La determinarea fluxului de numerar net cumulat se vor lua in considerare toate costurile si toate sursele de finantare (atat pentru infiintarea si operationalizarea intreprinderii cat si pentru operarea si functionarea acesteia, inclusiv veniturile nete).

Previziunile financiare vor avea urmatoarea structura:

- Proiectia veniturilor/vanzarilor cu prezentarea rationamentului prin care ati realizat aceste previzionari
- Toate proiectiile vor fi calculate pentru o perioada de 3 ani dupa finalizarea implementarii proiectului
- Estimarea elementelor de cost prezentate detaliat (cum s-a ajuns la valorile prezentate pe capitole de cheltuieli)
- Intocmirea situatiilor financiare previzionate
 - ✓ Bugetul de venituri si cheltuieli
 - ✓ Proiectia contului de Profit si Pierdere
 - ✓ Tabloul fluxului de numerar
- Se vor analiza urmatoorii indicatori de rentabilitate financiara:
 - ✓ Determinarea valorii actualizate nete a fluxului de numerar VAN - rata de actualizare folosita pentru actualizarea fluxului net de numerar este de 9%.
 - ✓ Rata interna de rentabilitate RIR

Instructiuni de calcul pentru indicatorii de rentabilitate financiara

Calculul valorii actualizate nete

Valoarea actualizata neta (VAN) reprezinta diferenta pozitiva sau negativa de valoare intre fluxurile de lichiditati disponibile actualizate, generate de exploatarea unei investitii pe durata vietii sale economice, si valoarea actualizata a investitiei.

Valoarea investitiei este reprezentata de totalul costurilor ocazionate in perioada de implementare a proiectului **(de maximum 5 luni de la data semnarii Acordului de finantare pana cel tarziu la data de 30.11.2022).**

Valoarea Coeficientilor de actualizare pentru o rata de actualizare de 9%

Anul	N0*	N**	N+1	N+2
Coeficient de actualizare	1	0,9174	0,8417	0,7722

*reprezinta perioada de implementare a proiectului (maxim 5 luni)

** primul an de operare intreprindere

Valoarea actualizata neta poate fi calculata folosind tabele si foi de calcul tabelar precum Microsoft Excel.

Rata interna de rentabilitate (RIR) reprezinta rata de actualizare la care VAN =0. De asemenea se poate folosi Microsoft Excel pentru a calcula RIR.

Toate proiectiile vor fi calculate pentru o perioada de **3 ani** dupa finalizarea implementarii proiectului. Proiectul va fi considerat fezabil daca:

- Valoarea actualizata neta este pozitiva
- Rata Interna de rentabilitate este > 9%
- Fluxul net de numerar cumulat (cu finantare nerambursabila) pe intreaga perioada analizata sa fie pozitiv.

8. Anexe si alte documente