



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”

Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă

Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excluziune socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”

Titlul proiectului: O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA

Contract: POCU/991/1/3/154675

**Aprobat
Manager
Iliescu Ion Adrian**

**Metodologie de consultanta/consultanta
antreprenoriala
in cadrul proiectului
O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA
Contract: POCU/991/1/3/154675**

Intocmit,
Expert consultanta/consultanta antreprenoriala
Nania Alexandru



Cuprins

- I. CAPITOLUL I. Cadrul General
- II. CAPITOLUL II. Prezentarea proiectului
- III. CAPITOLUL III. DESCRIEREA METODOLOGIEI
- IV. ANEXE



I. CADRUL GENERAL

Prezenta metodologie are ca scop stabilirea unor linii ghid generale pentru serviciile de consultanță/consultanță/mentorat, ce vor fi furnizate în cadrul proiectului „O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA, Contract: POCU/991/1/3/154675

Prezenta metodologie se realizează în cadrul subactivității Activitate: A4.Acordarea de sprijin persoanelor din grupul țintă pentru înființarea de afaceri A4.1 Acordarea de sprijin persoanelor din grupul țintă pentru înființarea de afaceri

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

- **Contractul de finanțare** NR: POCU/991/1/3/154675 încheiat între Ministerul Investițiilor și proiectelor europene reprezentat prin Organismul Intermediar Regional pentru Programe Europene Capital Uman - Regiunea Vest și Centrul regional de Formare Profesională a Adultilor Valcea.
- **Schema de ajutor de minimis** “VIITOR PENTRU TINERII NEETS I”, aferentă Programului Operațional Capital Uman 2014-2020 (POCU 2014-2020), Axa Prioritară 1 „Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri””, Obiectivul specific 1.1 Creșterea ocupării tinerilor NEETS șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile și respectiv 1.2 Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem nonformal și informal al tinerilor NEETS șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile
- **Ghidul Solicitantului Condiții Specifice** Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”, Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate



a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă, Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excluziune

socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”, Obiectivul Specific 1.1 - Creșterea ocupării tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile, Obiectivul Specific 1.2 - Îmbunătățirea nivelului de competențe, inclusiv prin evaluarea și certificarea competențelor dobândite în sistem non-formal și informal al tinerilor NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, cu rezidența în regiunile eligibile

1.2.Definiii:

- **METODOLOGIE:** Totalitatea, regulilor și principiilor utilizate în organizarea și desfășurarea activităților de consultanță și mentorat din cadrul proiectului O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA

- **EXPERT CONSULTANTA SI MENTORAT:** Persoana desemnată să se ocupe de procesul de consultanță antreprenorială, să ofere sprijin în elaborarea planurilor de afaceri în vederea deschiderii unei întreprinderi, precum și consultanță în vederea cunoașterii informațiilor necesare în vederea implementării planurilor de afaceri. Activitatea expertului nu se referă la monitorizarea planurilor de afaceri.

- **CONSULTANTA :** Conform definiției consultanței, aceasta este o activitate care are ca scop optimizarea resurselor unei organizații fie din sectorul public, fie din sectorul privat. Un alt rol este acela de a îmbunătăți eficiența proceselor, trainingul, selecția și integrarea resurselor umane și tehnologice, astfel încât acestea să se conformeze cu nevoile specifice activității economice ale companiei, pentru a obține valori adăugate cât mai mari.

- **MANAGEMENT:** definiția managementului este capacitatea de a conduce, direcționa și organiza sectoarele unui agent economic, astfel încât prin activitatea acestora să asigure obținerea produselor finite sau a serviciilor furnizate, determinându-i eficiența pe piață.



Consultanța și managementul au la bază oameni specializați în analiză, respectiv luarea și implementarea deciziilor, pentru a ajuta agentul economic să producă și furnizeze produsele și serviciile într-un mod cât mai eficient și profitabil.

II. PREZENTAREA PROIECTULUI:

Metodologia urmărește atingerea **obiectivului general** al proiectului consta in furnizarea de masuri integrate, personalizate, de informare, mediere a muncii, formare profesionala, consultanta antreprenoriala si acordarea de subventii pentru infiintarea de noi afaceri pentru 371 de tineri NEETs șomeri cu vârsta între 16 - 29 ani, înregistrați la Serviciul Public de Ocupare, inclusiv persoane din mediul rural si cetateni de etnie roma din judetele Valcea, Gorj si Olt in vederea facilitarii insertiei pe piata muncii si ocuparii durabile a acestora.

Obiective specifice:

OS1. Cresterea constientizarii si crearea unei atitudini pozitive fata de formare si munca, prin activitati specifice de promovare si de informare cu privire la importanta de a fi un cetatean activ si responsabil prin selectia a 371 de tineri NEETs cu varsta cuprinsa intre 16-29 de ani din judetele Valcea, Gorj si Olt, din care minim 38 persoane apartinand minoritatii roma si 75 persoane din mediul rural, in vederea imbunatatirii nivelului lor de competente si a cresterii accesului la locuri de munca si a ocuparii. In cadrul acestor actiuni se vor promova si beneficiile participarii femeilor la programele de sprijin pentru integrare pe piata muncii, inclusiv prin initierea unei afaceri si a ocuparii pe cont propriu.

2. OS2: Dezvoltarea de oportunitati crescute de crestere a competentelor, cunostintelor si abilitatilor grupului tinta al proiectului prin participarea la cursuri de calificare initiere/perfectionare / specializare pentru profesiile cerute pe piata muncii, programe de formare profesionala a adultilor prin masuri integrate si flexibile – competente, precum si prin participarea la cursuri nonformale. Astfel, un numar de 112 persoane vor participa si vor fi sprijinite in cresterea competentelor profesionale prin transferul de cunostinte asigurat in sistem nonformal si un numar de 186 de persoane vor beneficia de formare profesionala a adultilor prin masuri active de formare in cadrul reglementat al formarii adultului.

3. OS3: Dezvoltarea personala si a increderii in sine a grupului tinta fata de angajare prin asigurarea unui pachet complex de servicii de mediere a muncii prin corelarea nevoilor locale

a pieteii muncii si a angajatorilor cu abilitatile si competentelor grupului tinta al proiectului. OS3 va sprijini direct un numar de 371 de tineri NEETs prin actiuni specifice de mediere conducand la cresterea ratei de angajabilitate pentru un numar de 160 persoane.

4. OS4: Facilitarea antreprenoriatului si cresterea ocuparii prin servicii personalizate de consultanta, formare antreprenoriala si sprijin pentru infiintarea si demararea functionarii a 10 intreprinderi si crearea a 10 locuri de munca in regiunea Sud-Vest Oltenia.

Grupul țintă al proiectului :

Grupul Țintă al proiectului va fi format din 371 de persoane aparținând categoriei tineri NEETs șomeri cu vârsta cuprinsă între 16-29 ani, care au domiciliul sau reședința în județele Valcea, Olt, Gorj, în mediul rural sau urban, înregistrați și profilați în prealabil de către SPO Valcea, Olt sau Gorj si încadrați într-una din categoriile de ocupabilitate A, B, C si D, din care:

- 75 de tineri cu domiciliul / reședința în mediul rural în județele Valcea, Olt sau Gorj
- 38 de persoane de etnie roma din aceleași județe

Se va selecta inclusiv o lista de rezerve compusa din 15 persoane (aproximativ 5 % din totalul GT), în vederea menținerii numărului de tineri NEETs participanți la activități la nivelul asumat de 371 de persoane.

Rezultatele previzionate ale subactivității:

RRA4.1- 1 metodologie de consultanta/consultanta antreprenoriala;

RA4.2- 1 metodologie de evaluare, selectie si aprobare a planurilor de afaceri/proces verbal de selectie planuri afaceri/ grila de evaluare

RA4.3 - 10 de planuri selectate

RA4.4 - 10 persoane consiliate

RA4.5 - 10 persoane din GT sprijinite pt infiintarea afacerii

RA4.6 -10 intreprinderi infiintate

Impactul si valoarea adaugata adusa de rezultate proiectului:Rezultatele propuse sunt importante si relevante pentru crearea oportunitatilor antreprenoriale a tinerilor NEETs in regiunea de implementare. Astfel, se sprijina atingerea unei rate de ocupare mai mare intr-o regiune cu probleme socio-economice deosebite si a unei categoriide beneficiari cu un grad de angajabilitate redus.



CAPITOLUL III. DESCRIEREA METODOLOGIEI

3.1. Obiectul de reglementare

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

3.2. Justificarea activităților

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

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

Serviciile oferite de expertul consultanță și mentorat antreprenorial sunt gratuite și constau în:

- activități de consultanță în domeniul antreprenoriatului, inclusiv cu privire la identificarea de piețe de desfacere;
- dezvoltare antreprenorială;
- elemente de legislație;
- resursele necesare demarării unei afaceri, umane și materiale;
- avize și autorizații specific domeniului de activitate;
- realizarea planului financiar și strategii de marketing;
- realizarea achizițiilor în conformitate cu legislația în vigoare și respectarea planului de afaceri selectat;
- managementul resurselor umane

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

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

Astfel, pe baza de chestionare si intalniri se vor stabili ariile in care viitorul antreprenor are nevoie de sprijin suplimentar pentru deschiderea si implementarea afacerii dorite.

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

Pe baza ideilor antreprenorilor pentru fiecarei viitoare afaceri, se vor elabora/centraliza materiale cu informatii pentru viitorii antreprenori care sa vina in sprijinul nevoilor identificate, reflectate in planurile de afaceri.

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

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

Calendarul va cuprinde cel putin 2 intalniri de consultanta, una initiala, in care se vor furniza informatiile solicitate prin studiul particularizat al nevoilor, si in care se vor stabili puncte de dezvoltare si termene limita, si alta finala, in care se va urmări si raporta progresul facut.

Rolul consilierului/consultant, este:

- Recunoasterea dezvoltarii personale si profesionale a antreprenorilor;
- Incurajarea lor spre dezvoltare;
- Actionarea in beneficiilor viitorilor antreprenori;
- Cunoasterea si valorificarea stilului propriu de asimilare a cunostintelor fiecarui viitor antreprenor;
- Incurajarea/ stimularea cooperarii in detrimentul competitiei intre viitori antreprenori;
- Crearea de oportunitati de dezvoltare si de contexte de invatare cat mai variate;
- Acordarea sprijinului pentru elaborarea planului de afaceri, realizarea analizei SWOT a planului si dezvoltarea antreprenoriala a beneficiarilor
- Incurajarea reflexiei personale asupra fiecarei etape de dezvoltare;
- Acceptarea si incurajarea confruntarii de idei, opinii, ca mijloc de progres.

Surse: <http://wtr.ro> > wp-content > uploads > 2023/01; GHIDUL SOLICITANTULUI - CONDIȚII SPECIFICE,,VIITOR PENTRU TINERII NEETS I”AP 1/ PI 8.ii/ OS 1.1 & OS 1.2; proiect O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA; Contract: POCU/991/1/3/154675



CAPITOLUL IV. ANEXE

CAIET EXERCITII PRACTICE

CONSULTANTA ANTREPRENORIALĂ



EXERCITIUL 1

Ce tip de afacere aleg?

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

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

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

Acești pași sunt:

Identificarea domeniului sau domeniilor în care se va desfășura activitatea

Stabilirea formei juridice a activității independente

Stabilirea numelui și a unor variante pentru nume

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

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

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



intreprinderi mici sau mijlocii, în funcție de numărul de angajați și de cifra de afaceri realizată. Legislația în vigoare stabilește anumite facilități pentru această categorie de societăți comerciale, dar în ceea ce privește obligațiile fiscale, statul nu cunoaște mila. Deși aceste IMM-uri sunt “mantuitorul economic al Americii” după cum afirma Președintele Reagan, sau “barometrul libertății” după spusele Prim Ministrului Britanic Margaret Thatcher, iar Carta Europeană pentru Intreprinderi Mici a fost semnată și de România, schimbările în mentalitatea economică actuală sunt extrem de lente. Dacă vă hotărâți că este mai rentabil să cumpărați o afacere existentă, verificați minucios, cu un consultant, nu numai documentele pe care vi le prezintă administratorul, dar și datoriile către bugetul statului și TVA sunt achitate la zi, pentru a nu avea surprize mai târziu.

A doua pas, după ce am stabilit obiectivele de activitate este alegerea tipului SC sau PFA / AF

Societate comercială sau persoană fizică autorizată / asociație familială Conform legii 31/1990, putem defini societatea comercială ca fiind constituită în urma asocierii dintre persoane fizice și / sau juridice în vederea efectuării actelor de comerț.

O societate comercială se poate constitui în următoarele forme juridice:

- a) societate în nume colectiv (SNC) - acest tip de societate poate fi înființată de către doi sau mai mulți asociați, pe baza unui contract, fără a depune un capital social inițial. Asociații contribuie la constituirea patrimoniului social al societății, prin aporturi în bani și / sau natură; iar obligațiile sociale ale societății sunt garantate cu patrimoniul social și cu răspunderea nelimitată și solidară a asociaților, în cadrul acestui tip de societate asocierii se bazează pe încrederea existentă între asociați.
- b) societate în comandită simplă (SCS) - reprezintă o societate între unul sau mai mulți asociați principali denumiți comandanți ---care participă la administrarea societății și răspund împreună, nelimitat cu averea lor, și unul sau mai mulți asociați cu drepturi limitate, numiți comanditari --- a căror răspundere se limitează la aportul lor de capital.

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

obligatiile sociale ale firmei fiind garantate cu patrimoniul social.

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

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

Sfaturi:

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

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

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

Societate cu Raspundere Limitata SRL	Persoana Fizica Autorizata- PFA Asociatie Familiala- AF
---	--

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

Proprietatea

Atunci cand incepi o afacere, aveti grija sa va sfatuiti cu familia dar si cu un jurist referitor la aportul in natura adus la patrimoniul societatii comerciale, precum si asupra investitiilor pe care le efectuati. Dupa cum observati in prezentarea tipurilor de societati, sunt situatii in care asociatii raspund cu averea proprie.

De asemenea, va sfatuim sa incheiati contracte ferme atat cu furnizorii cat si cu clientii, pentru a evita incurcaturi juridice si pentru a va proteja proprietatea. Marca firmei dumneavoastra, odata ce este inregistrata la OSIM, devine proprietatea dumneavoastra si trebuie protejata.

Exista o forma de proprietate pe care de multe ori nu stim sa o protejam, si anume proprietatea intelectuala. Chiar daca vi se pare ca serviciile unui consultant in proprietate intelectuala vi sa par costisitoare, sfaturile si documentele pe care le primiti din partea sa va pot scuti de mari probleme pe mai tarziu.

Cum numesc afacerea /Sfaturi pentru alegerea numelui

Numele firmei dumneavoastra trebuie sa spuna ceva, sa sugereze eventual ce produse sau servicii oferiti. Trebuie sa incercati sa nu creati confuzie cu numele pe care il alegeti pentru firma dumneavoastra datorita asemanarii cu nume de marca sau numele altor firme mari din care se scot litere sau se adauga litere. Incercati sa nu dati nume care pot fi asociate cu boli, virusi, medicamente, etc.



Tineti cont ca prin numele firmei faceti impresie asupra clientilor, deci trebuie sa fie potrivit. Cu cat numele va crea o imagine mai buna, cu atat mai mari vor fi sansele sa aiba un impact mai mare asupra grupului tinta.

Restrictii de zona, relatii de vecinatate

Ati luat deja decizii bune in ceea ce priveste afacerea dumneavoastra — obiect de activitate, nume, produse, forma de desfasurare. Este momentul sa identificati daca in zona in care va veti desfasura activitatea nu exista restrictii impuse de autoritatile locale (de exemplu unele activitati comerciale se desfasoara doar in locuri stabilite clar de autoritatile locale prin hotarari ale Consiliului Local).

Multe afaceri mici au pornit in apartamentele de bloc ale intreprinzatorilor. O data cu dezvoltarea afacerii, a crescut traficul de clienti, fumizori, etc. si ceea ce la inceput erau costuri reduse (spatiul aflat in proprietate) se transforma in marimeajunsuri datorita vecinilor deranjati mai mult sau mai putin

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României real de activitatea firmei.

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

Ce tip de contabilitate presupune afacerea mea!

A. Persoane fizice autorizate si asociatiile familiale

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

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

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

Baza legala pentru acest tip de contabilitate este:

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



O.M.F. nr. 1040/2004 pentru aprobarea Normelor metodologice privind organizarea și conducerea evidenței contabile în partida simplă de către persoanele fizice care au calitatea de contribuabil în conformitate cu prevederile Legii nr. 571/2003 privind Codul riscat;

Legea nr. 1847/2003 privind Codul fiscal;

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

Contribuabilii care obțin venituri din activități independente sunt obligați, potrivit prevederilor art. 49 alin. (8) din legea nr. 571/2003 privind Codul riscat, să organizeze și să conducă evidența contabilă în partida simplă.

În conformitate cu art. 48 — (1) din Codul Fiscal, venitul net din activități independente se determină ca diferență dintre venitul brut și cheltuielile aferente realizării venitului, deductibile pe baza datelor din contabilitate în partida simplă.

Venitul brut cuprinde:

□ sumele încasate și echivalentul în lei al veniturilor în natură din desfășurarea activității; veniturile sub formă de dobânzi din creanțe comerciale sau din alte creanțe utilizate în legătură cu o activitate independentă;

castigurile din transferul activelor din patrimonial afacerii, utilizate într-o activitate independentă, inclusiv contravaloarea bunurilor rămase după încetarea activității; veniturile din angajamentul de a nu desfășura o activitate independentă sau de a nu concura cu o altă persoană;

venituri din anulare sau scutirea unor datorii de plată aparute în legătură cu o activitate independentă.

Art. 49. din Codul Fiscal prevede "venit net dintr-o activitate independentă, și care este desfășurată de către contribuabil, individual, fără salariați, se determină pe baza normelor de venit/."

B Persoane juridice

Contabilitatea în partida dublă — contabilitatea persoanelor juridice



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

Baza legala pentru acest tip de contabilitate este:

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

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

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

- Legea nr. 571/2003 privind Codul Fiscal.

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

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

Exercitiu si discutii libere:

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

EXERCITUL 2

Analiza SWOT

Stabilirea obiectivelor de marketing

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

- volumul vanzarilor - pe produs, piata, tip de consumatori, perioade de timp;

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

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

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

Puncte forte

Punctele forte descriu atributele pozitive, tangibile si intangibile, interne, ale companiei. Acestea sunt sub controlul dvs. Ce faceti bine? Ce resurse aveti? Ce avantaje aveti fata de concurenta?

Poate doriti sa va evaluati punctele forte in functie de zona, ca marketing, finante, manufactura si structura organizationala. Punctele forte includ atributele pozitive ale oamenilor implicati in afacere, incluzand cunostintele lor, trecutul lor, educatie, referinte, contacte, reputatie sau capacitate, pe care acestia le aduc in afacere. Punctele forte includ bunurile tangibile ca de exemplu capital disponibil, echipament, credit, clienti stabili, canale de distribuite existente, materiale cu drepturi de autor, patente, sisteme de informare si procesare, si alte bunuri de valoare din afacerea dvs. Punctele forte capteaza aspectele interne pozitive ale afacerii dvs si adauga valoare sau va ofera un avantaj in fata concurentei. Aceasta este o oportunitatea pt dvs de a va reaminti valoarea afacerii dvs.

Puncte slabe

Tineti cont de punctele slabe ale afacerii dvs. Punctele slabe sunt factori care sunt sub controlul dvs si care va impiedica sa obtineti sau sa mentineti o calitate competitiva. Ce zone trebuie imbunatatite?

Punctele slabe ar putea include lipsa de experienta, resurse limitate, lipsa de acces la tehnologie sau capacitate, oferta de servicii inferioara sau o localizare slaba a afacerii dvs. Acestia sunt factori care sunt sub controlul dvs, dar dintr-o varietate de motive, au nevoie de imbunatatire pentru a va putea atinge efectiv obiectivele dvs de marketing.

Punctele slabe capteaza aspectele negative interne ale afacerii dvs care scad din valoarea pe care o oferiti sau va plaseaza intr-un dezavantaj concurential. Aceste sunt zone pe care trebuie sa le imbunatatiti pentru a putea concura cu cel mai puternic competitor al dvs. Cu cat va identificati punctele slabe cu mai multa acuratete, cu atat mai valoroasa va fi aceasta analiza pentru dvs.

Oportunitati

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

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

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

Amenintari

Ce factori reprezinta potentiale amenintari pentru dvs? Amenintările includ factori în afara controlului dvs. care ar putea să vă pună strategia de marketing și chiar și afacerea într-o poziție de risc. Aceștia sunt factori externi - nu aveți nici un control asupra lor, dar pe care-i puteți anticipa dacă aveți un plan de urgență care să se ocupe prevenirea și rezolvarea acestor probleme.

O amenințare este o provocare creată de un trend nefavorabil care ar putea conduce la scăderea castigurilor sau profitului. Concurența – existența sau potențiala – este mereu o amenințare. Alte amenințări ar putea include creșterea intolerabilă a prețurilor de către furnizori, reglementări guvernamentale, caderi economice, efect negativ al media, o schimbare în comportamentul consumatorilor care să vă reducă vânzarile sau introducerea unei tehnologii mult mai avansate care să facă produsele, serviciile sau echipamentele demodate. Ce situații ar putea să amenințe eforturile dvs de marketing? Puneți pe hartie cel mai mare temeri ale dvs. O parte din această listă ar putea fi de natură speculativă, dar va adăuga valoare analizei dvs SWOT. S-ar putea să vă ajute să vă clasificați amenințările în funcție de seriozitatea lor și de probabilitatea de a se întâmpla.

Cu cât identificați mai bine amenințările potențiale, cu atât mai mult puteți să vă poziționați și să planificați proactiv pentru a le răspunde.

Exercitiu si discutii libere:

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



EXERCITIU 3

ORGANIGRAMA FIRMEI

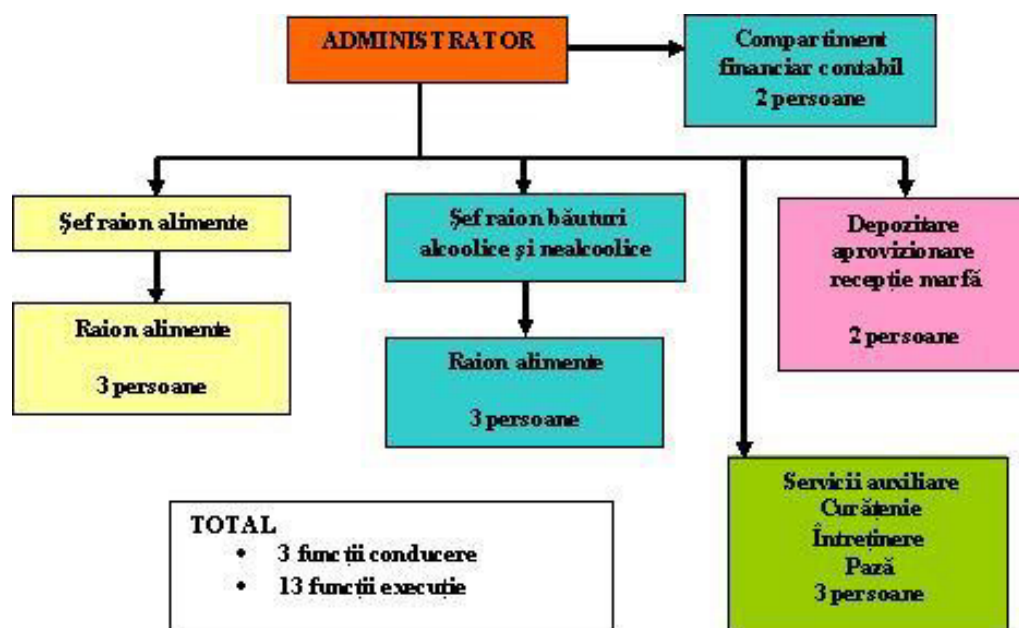
Organigrama

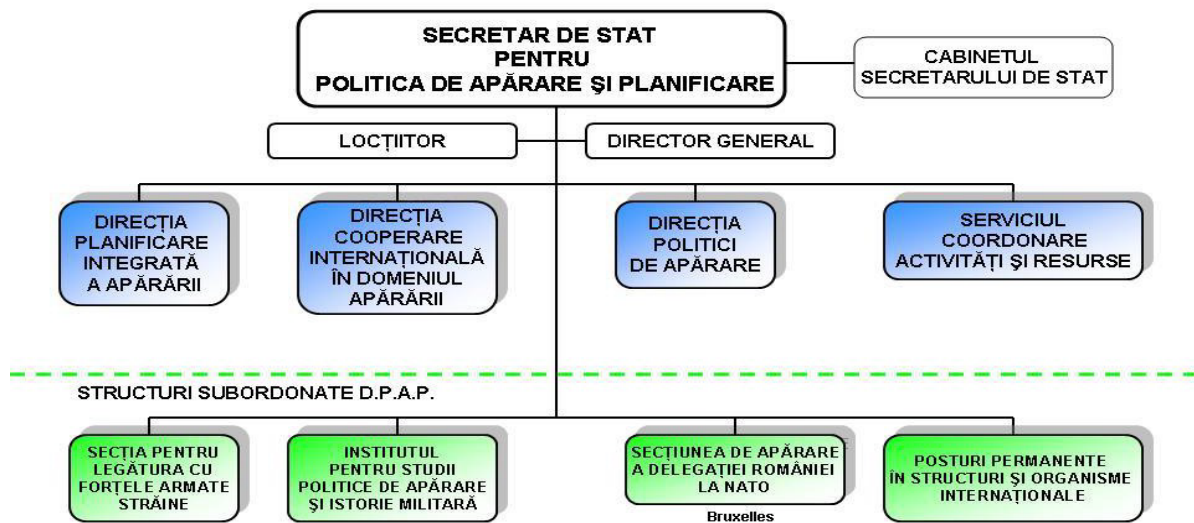
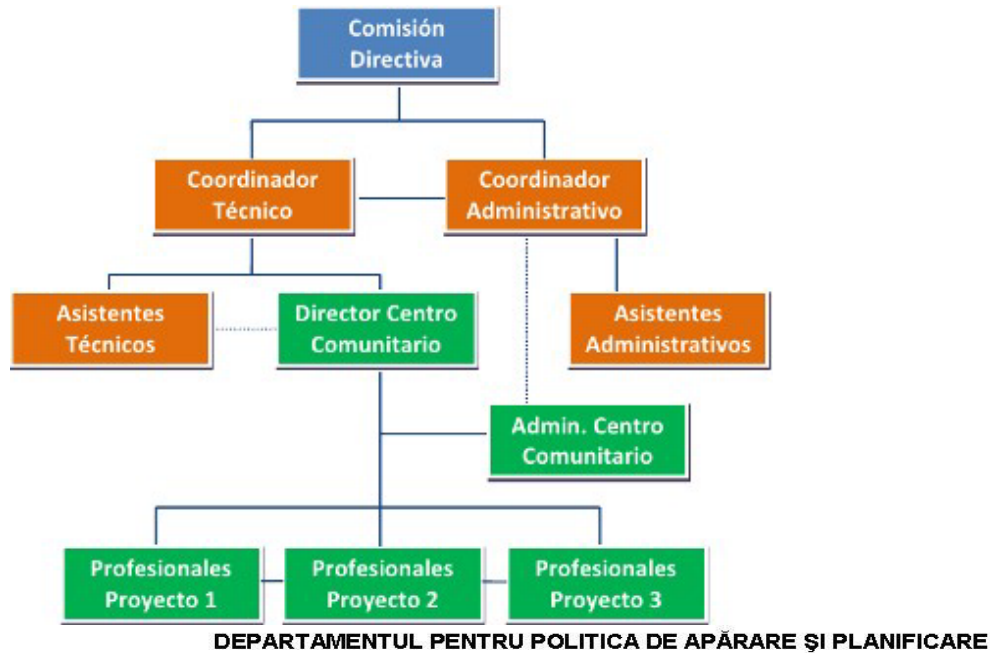
ORGANIGRAMĂ – 1. Redare schematică (grafică) în toate detaliile a organizării, a subordonării și a legăturilor dintre compartimente din cadrul unei întreprinderi sau al unei instituții. **2.** (Inform.) Reprezentare grafică a unui algoritm. **3.** (Cib.) Diagramă logică. – Din fr. **organigramme.**

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

eficienței managementului firmei. În categoria factorilor endogeni se situează de regulă cei 4 P, și anume: produsul, prețul, plasarea și promovarea. În categoria factorilor exogeni se situează acei factori asupra cărora firma poate exercita un control mai redus și care sunt caracterizați prin eterogenitate; între acești factori putem include: cererea de produse, practicile comerciale, concurența, conjunctura, cultura, tehnologia, legislația etc

Tipuri diferite de Organigrame, modele:





FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”

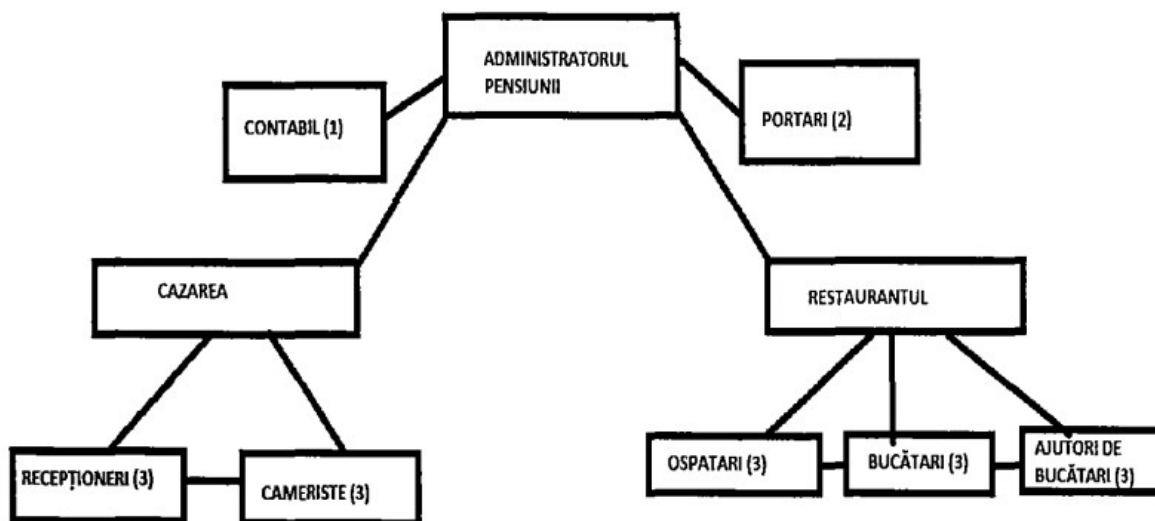
Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă

Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excluziune socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”

Titlul proiectului: O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA

Contract: POCU/991/1/3/154675

ORGANIGRAMA PENSIUNE - O VARIANTA





FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”

Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă

Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excluziune socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”

Titlul proiectului: O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA

Contract: POCU/991/1/3/154675

EXERCITIU 4

CUM SA REALIZEZI UN PLAN DE MARKETING IN 5 PASI

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

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

1. Analizeaza afacerea Primul pas in definirea strategiei de marketing este sa analizezi mediul intern al afacerii tale pentru a descoperi care sunt punctele tari si punctele slabe. O buna cunoastere a businessului este esentiala pentru conturarea strategiei de marketing potrivite, ”fiecare afacere fiind unica”. De aceea, o strategie de marketing functionala trebuie sa porneasca de la particularitatile business-ului. Nu exista o strategie care sa functioneze pentru toate firmele dintr-o anumita industrie.
2. Analizeaza mediul extern Urmatorul pas este sa analizezi mediul extern afacerii tale, pentru a descoperi oportunitatile si amenintarile. Daca in pasul anterior ai analizat elementele care tin de afacerea ta, acum este necesar sa te gandesti la cele din exterior, pe care nu le poti controla, insa pe care le poti utiliza in avantajul tau.
3. Dezvolta strategia de marketing



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”

Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă

Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excluziune socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”

Titlul proiectului: O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA

Contract: POCU/991/1/3/154675

În acest moment detii informatii cu privire la mediul intern si extern al businessului tau. Reuneste prioritatile alese pentru a stabili care este punctul în care iti doresti sa ajungi prin implementarea strategiei tale de marketing. Retine faptul ca strategia se refera la actiuni pe termen mediu si lung.

Iti recomand ca startegia de marketing sa urmareasca cei 4P: produs, promovare, pret, plasare.

4. Stabileste pasii de implementare a strategiei de marketing În aceasta etapa trebuie sa definesti etapele necesare pentru ca strategia ta sa devina realitate. Indiferent de ordinea activitatilor, iti recomandam sa iei în considerare urmatoarele elemente: instrumentele de promovare utilizate, bugetul disponibil si modul în care acesta este alocat pentru fiecare activitate, definirea sarcinilor pentru persoanele implicate.

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

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

Exercitiu si discutii libere:



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”

Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă

Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excluziune socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”

Titlul proiectului: O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA

Contract: POCU/991/1/3/154675

EXERCITIUL 5

Stabilirea costurilor și a preturilor pentru produsele și serviciile oferite de firma dumneavoastră consumatorilor / Politica de pret și de condiții de plată

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

A Pretul în funcție de costuri: există mai multe metode de a calcula costul unui produs sau global, a unei game de produse. Peste acest cost se adaugă o marjă de profit și acesta este pretul pieței.

B Pretul în funcție de cerere

O altă metodă este de a fixa pretul produsului la o valoare pe care considerăm că piața (cererea) o va accepta. Evident lucrul acesta necesită o bună cunoaștere a pieței și a preturilor acceptabile pentru diferitele segmente ale pieței. Aceasta nu înseamnă neapărat că pretul trebuie să fie mic – comercianții de produse de lux stabilesc preturi mari pentru că se adresează unei piețe care este dispusă (și chiar vrea) să plătească preturi foarte mari, aceste preturi dându-le clienților sentimentul că au achiziționat produse de foarte bună calitate, la care nu oricine are acces (accesul fiind restricționat prin pretul prohibitiv).

C Pretul în funcție de concurență

Categoric că este important să ținem seama și de acțiunile concurenței. Astfel, putem aborda preturi similare sau ușor mai mari ca ale concurenței (stim deja că pe acestea piața le acceptă) și să comunicăm pieței avantajele competitive ale produsului nostru. Putem totodată, mai ales în fazele de început ale afacerii, să oferim reduceri semnificative (mai mici cu 30% decât concurența) pentru a atrage cote de piață.

Este recomandabil ca acest lucru să se realizeze însă numai pentru perioade limitate, pentru a nu periclita echilibrul financiar al firmei și pentru a nu da pieței percepția că produsul nostru este “ieftin” și deci probabil slab calitativ și cu utilitate redusă.

Condițiile de plată



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”

Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă

Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excluziune socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”

Titlul proiectului: O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA

Contract: POCU/991/1/3/154675

Acestea reprezintă o altă latură fundamentală a politici de pret. Un termen de plată îndelungat poate echivala cu un reducere semnificativă, pentru că numerarul costă. Și lipsa numerarului la un moment dat poate necesita apelarea la un credit pe termen scurt, operație care diminuează categoric profitul. Pot fi imaginat diferite modalități de plată care pot stimula piața să apeleze la produsele/serviciile antreprenorului.

De ce este utilă analiza pragului de rentabilitate?

Care va fi rentabilitatea scontată a afacerii?

Datele referitoare la veniturile și cheltuielile previzionate vor da o imagine asupra rentabilității afacerii. În aprecierea acestei rentabilități este bine să evaluați cum vor arăta rezultatele în cazul în care apar evenimente neprevăzute.

Dacă rezultatele arată bine pe hârtie dar, de exemplu, întârzierea în obținerea unui spațiu adecvat cu câteva luni transformă profitul în pierderi, este bine să luați măsuri de siguranță. Analiza de sensibilitate da imaginea evoluției rezultatelor în cazul în care anumite evoluții nefavorabile afectează activitatea firmei.

De exemplu, puteți estima profitul firmei în cazul în care vânzarile sunt cu 20% sub cele programate, sau costurile cresc cu 10%. Probabil nu veți putea anticipa toate lucrurile care s-ar putea întâmpla, dar este bine să analizați macar impactul unor evenimente cât de cât previzibile. În plus, includerea unei analize de sensibilitate în planul de afaceri creează o impresie pozitivă unui potențial finanțator

Care vor fi principalii indicatori financiari?

Indicatorii financiari sunt deosebit de importanți pentru un potențial investitor. De obicei, trebuie incluși:

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

Indicatori de lichiditate - de exemplu, rata curentă de lichiditate (active circulante/ obligații curente), rata imediată de lichiditate (disponibilități bănești/ datorii pe termen scurt);

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

Indicatori referitori la gradul de utilizare a activelor, viteza de rotație a stocurilor (cifra de afaceri/ stoc mediu), durata medie de încasare a creanțelor și de plată a furnizorilor etc.

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”

Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă

Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excluziune socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”

Titlul proiectului: O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA

Contract: POCU/991/1/3/154675

Exercitiu si discutii libere:

FIECARE PARTICIPANT ANALIZEAZA PARTEA FINANCIARA A PLANULUI DE AFACERI

**FIȘĂ DE CONSULTANTA ȘI CONSULTANȚĂ ANTREPRENORIALĂ IN
VEDEREA IDENTIFICĂRII NEVOILOR VIITORULUI ANTREPRENOR**

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

DATE PERSONALE:

Nume:

Prenume:

Data nașterii:

Domiciliul:

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

- ☐ Da
☐ Nu

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

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

4) Ce experiență antreprenorială aveți?

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”

Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă

Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excludere socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”

Titlul proiectului: O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA

Contract: POCU/991/1/3/154675

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

ACȚIUNI ÎNTREPRINSE

Informații privind aspecte juridice și fiscale ale funcționării unui operator economic Informații despre

Da ☐ Nu ☐

surse de finanțare pentru inițierea afacerii

Da ☐ Nu ☐

Informații despre legislația specifică funcționării și organizării activității operatorului economic

Da ☐ Nu ☐

Data

Beneficiar

Expert consultanță și mentorat



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”

Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă

Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excluziune socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”

Titlul proiectului: O SANSA PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA

Contract: POCU/991/1/3/154675

RAPORT DE CONSULTANTA/ CONSULTANȚĂ

Nume, prenume antreprenor

Activitate principală plan de afaceri selectat

Cod CAEN principal

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

Regiunea unde își va desfășura activitatea

Obiectivele planului de afaceri



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 1 – Inițiativa “Locuri de muncă pentru tineri”

Obiectivul tematic 8: Promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a forței de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă

Prioritatea de investiții 8.ii: Integrare durabilă pe piața muncii a tinerilor (ILMT), în special a celor care nu au un loc de muncă, educație sau formare, inclusiv a tinerilor cu risc de excluziune socială și a tinerilor din comunitățile marginalizate, inclusiv prin punerea în aplicare a “garanției pentru tineret”

Titlul proiectului: O SANSĂ PENTRU VIITOR – TINERII NEETS DIN SV OLTENIA

Contract: POCU/991/1/3/154675

Nevoi initiale ale viitorului antreprenor

Recomandări ale consilierului/consultant

Constatari evolutie viitor antreprenor

Observatii

Numele expertului.....

Data