**PLAN DE AFACERI**

**al întreprinderii sociale ” ” *(includeți în ghilimele denumirea afacerii)***

**elaborat în cadrul concursului proiectului „Valorificăm pontențialul societății civile pentru promovarea și dezvoltarea antreprenoriatului social în Republica Moldova”**

***(denumirea asociației obștești,***

***fondatoarea întreprinderii sociale*)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Cuprins:

[**1.** **DATE GENERALE DE IDENTIFICARE** 3](#_Toc81487738)

[**2.** **DESCRIEREA AFACERII ȘI POZIȚIONAREA STRATEGICĂ** 3](#_Toc81487739)

[2.1. DESCRIEREA IDEII DE AFACERI ȘI VALOAREA PROPUSĂ 3](#_Toc81487742)

[2.2 VIZIUNE. MISIUNE. VALORI (corporative) 4](#_Toc81487743)

[2.3 SCOPUL ȘI OBIECTIVELE AFACERII (SMART) 4](#_Toc81487744)

[2.3.1 Scopul afacerii 4](#_Toc81487745)

[2.3.2 Obiective pe termen scurt (mai puțin de 1 an) 4](#_Toc81487746)

[2.3.3 Obiective pe termen mediu (între 1-3 ani) 4](#_Toc81487747)

[**3.** **ANALIZA MACROECONOMICĂ (după SEPTE)** 5](#_Toc81487748)

[**4.** **ANALIZA MICROECONOMICĂ** 6](#_Toc81487749)

[4.1 ANALIZA PORTER 6](#_Toc81487752)

[4.1.1 Concurenții (CANVAS- avantaje competitive) 6](#_Toc81487753)

[4.1.2 Parteneri cheie/ Furnizorii 7](#_Toc81487754)

[4.1.3 Consumatorii și potențialii clienți 7](#_Toc81487755)

[4.1.4 Substituienți 7](#_Toc81487756)

[4.2 ANALIZA SWOT A AFACERII 8](#_Toc81487757)

[4.2.1 Punctele forte asociate afacerii 8](#_Toc81487759)

[4.2.2 Punctele slabe asociate afacerii 8](#_Toc81487760)

[4.2.3 Oportunitățile identificate 8](#_Toc81487761)

[4.2.4 Amenințările identificate 9](#_Toc81487762)

[4.3 GESTIONAREA RISCURILOR 9](#_Toc81487763)

[4.4 MIXUL DE MARKETING: ANALIZA 7P 9](#_Toc81487764)

[4.4.1 Produsul 9](#_Toc81487765)

[4.4.2 Prețul 10](#_Toc81487766)

[4.4.3 Promovarea 10](#_Toc81487767)

[4.4.4 Evidența fizică 10](#_Toc81487768)

[4.4.5 Plasarea (distribuția) 10](#_Toc81487769)

[4.4.6 Procesul 11](#_Toc81487770)

[4.4.7 Personalul 11](#_Toc81487771)

[**5. RESURSE-CHEIE** 11](#_Toc81487773)

[5.1 Resurse umane 11](#_Toc81487774)

[5.2 Resurse fizice 11](#_Toc81487775)

[5.3 Resurse informaționale 11](#_Toc81487776)

[5.4 Resurse financiare 12](#_Toc81487777)

**6. PROGNOZE FINANCIARE**....................................................................................................11

# **DATE GENERALE DE IDENTIFICARE**

|  |  |
| --- | --- |
| **1. Denumirea companiei și forma de organizare:** | *(completați denumirea propusă pentru companie, dacă încă nu este înregistrată)* |
| **2. Activitatea/activitățile principale ale companiei:** |  |
| **3. Fondatorul companiei:** |  |
| **4. Adresa juridică:** |  |
| **5. Telefon\*:** |  |
| **6. E-mail\*:** |  |
| **7. Localitatea în care compania își desfășoară activitatea propriu-zisă** |  |

# **DESCRIEREA AFACERII ȘI POZIȚIONAREA STRATEGICĂ**



## DESCRIEREA IDEII DE AFACERI ȘI VALOAREA PROPUSĂ

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să realizați o scurtă descriere a ideii de afacere. Cum a apărut ideea dumneavoastră de afacere? De la ce a pornit ideea de afacere, dacă există un studiu relevant pe baza căruia s-a iniţiat acest tip de afacere, etc. Prezentați scopul social al ideii de afaceri și problema socială critică / provocarea pe care încearcă să o rezolve întreprinderea. Explicați beneficiile sociale asupra comunităţii unde va fi dezvoltată afacerea socială şi care va fi impactul acestei activităţi asupra membrilor comunităţii.*  *Descrieți acele elemente ale afacerii care vor crea valoare adaugată produsului oferit, contribuind la fidelizarea unui segment de consumatori. Aici puteți menționa elementele care vă vor diferenția afacerea de toate celelalte, veți specifica în ce constă originalitatea afacerii dvs. Valoarea adaugată o puteți reprezenta prin: noutatea produsului, performanța produsului, personalizarea produsului, asigurarea unor servicii de calitate, design-ul produsului, valoarea mărcii pentru statutul social, prețul, reducerea costurilor suportate de consumatori în utilizarea produsului; reducerea riscurilor asociate cu achiziționarea produsului, accesibilitatea, usurința utilizării față de produsele concurente, etc.)* |

## VIZIUNE. MISIUNE. VALORI (corporative)

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să prezentați succint care este viziunea, misiunea firmei pe care doriți să o înființați și valorile companiei.*   * *Care este viziunea Dvs asupra afacerii?* * *Ce misiune are firma pe care doriți să o înființați?* * *Care sunt valorile pe care le susține/promovează afacerea dumneavoastră?)* |

## SCOPUL ȘI OBIECTIVELE AFACERII (SMART)

|  |
| --- |
| Scopul afacerii |
|  |
| Obiective pe termen scurt (mai puțin de 1 an) |
|  |
| Obiective pe termen mediu (între 1-3 ani) |
|  |

* 1. **BENEFICIILE SOCIALE**

|  |
| --- |
| *Indicați care sunt beneficiile sociale ale afacerii: câte persoane din categorii dezavantajate vor fi angajate, care este salariul mediu pentru lucrătorii respectivi, câte persoane din grupul ţintă al afacerii vor beneficia de produse/servicii gratuite sau parțial gratuite, indicați ponderea acestor produse/servicii din valoarea totală a întreprinderii, etc.* |

# **ANALIZA MACROECONOMICĂ (după SEPTE)**

|  |
| --- |
| *La analiza mediului social reflectați următoarea informație:*   * *Care este numărul populației, structura pe sexe, vârstă, pregătirea profesională, numărul populației ocupate, a populației active, durata medie de viață din localitatea, regiunea și/sau țara unde urmează a fi lansată afacerea Dvs.?* * *Există la nivel local specialiști pe care să îi angajați în cadrul companiei Dvs.?* * *Descrieți persoanele care vor fi potențialii clienți ai afacerii Dvs., conform următoarelor criterii: vârstă, ocupație, interese și venitul lunar mediu?* * *Comportamentul de cumpărare al persoanelor din regiunea/localitatea unde va fi lansată afacerea în dependență de vârstă, ocupație, salariu, etc.?* * *Care este atitudinea populației din regiune față de calitate și economisire?*   *La analiza mediului economic reflectați următoarea informație:*   * *Care este dinamica indicatorilor macroeconomici (PIB, rata dobînzii, inflație, șomaj);* * *Care este consumul populației în medie pentru produsul/ serviciile propuse de afacerea Dvs?* * *Care este potențialul de cumpărare a viitorilor clienți de pe piața locală și națională?* * *Venitul pe categorii de persoane? Bugetul disponibil pentru procurarea serviciilor/ produselor propuse de afacerea Dvs?* * *Care este cererea și oferta generală față de produsul propus de Dvs. la nivel local și național?* * *Care sunt prețurile practicate pe piața locală și națională la produsele și serviciile propuse de afacerea Dvs?* * *Care este în prezent calitatea produselor și serviciilor existente pe piață și care sunt similare cu ceea ce vă propuneți să oferiți Dvs.?* * *Care sunt perspectivele de export a produselor propuse de afacerea Dvs?*   *La analiza mediului politic reflectați următoarea informație:*   * *Descrieți situația politică din țară și cum poate influența aceasta afacerea Dvs.?* * *Identificați toate Legile, Hotărîrile de Guvern, Regulamentele și decizii care care influențează/ se referă la domeniul în care planificați lansarea afacerii Dvs.* * *Analizați inițiativele legislative pentru viitorul apropiat și dacă acestea ar putea influența afacerea Dvs.*   *La analiza mediului tehnologic reflectați următoarea informație:*   * *Care sunt utilajale tehnologice care vor fi utilizate în cadrul companiei Dvs?* * *Care este calitatea tehnologiilor disponibile pe piața locală de care aveți nevoie pentru dezvoltarea afacerii Dvs.?* * *Este accesibil pentru Dvs. prețul tehnologiilor existente pe piața națională?* * *Care sunt investițiile planificate pentru extinderea afacerii Dvs. prin achiziționarea sau implementarea de noi tehnologii?* * *Calitatea studiilor obținute de viitorii potențiali angajați din cadrul afacerii Dvs?*   *La analiza mediului ecologic reflectați următoarea informație:*   * *Care sunt condițiile de relief și de climă din localitatea/ regiunea unde va fi lansată afacerea?* * *Care este necesitatea amplasării viitoarei companii în apropierea surselor de materii prime, de apă, etc.?* * *Cum influențează sau va influența întreprinderea mediul natural, în sensul menținerii sau poluării acestuia?* * *Va asigura compania Dvs. utilizarea rațională a resurselor naturale?* * *Care va fi impactul companiei Dvs. asupra mediului natural?* |

# **ANALIZA MICROECONOMICĂ**



## ANALIZA PORTER

### Concurenții (CANVAS- avantaje competitive)

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să precizați amplasarea pieţei – locală, regională, naţională, internaţională și realizați o scurtă descriere a cererii și a ofertei, mărimea pieței, concurenții pe piața indicată, cota de piață a afacerii dvs. în raport cu afacerile concurenților, stabiliți avantajele competitive față de concurenții identificați, utilizând metoda CANVAS, etc.)* |

### Parteneri cheie/ Furnizorii

|  |
| --- |
| *(Descrieți motivațiile creării unor parteneriate, de exemplu optimizarea activității și economiile la scală, reducerea riscului și a incertitudinii, achiziția anumitor resurse și servicii, etc. Se recomandă efectuarea unei analize a părților interesate pentru a identifica cine are cea mai mare putere și influență asupra organizației. Analizați furnizorii care vă pot asigura resursele necesare, în cantitățile necesare, prețul, calitatea acestora. Stabiliți furnizorii cu care veți colabora.)* |

### Consumatorii și potențialii clienți

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să faceți o analiză a consumatorilor după diferite criterii: demografice, preferințe, ocupații, venit mediu, determinați care va fi segmentul afacerii dvs. de consumatori și câți clienți estimați să aveți în perioade determinate de timp. Realizați o scurtă descriere a modului în care veți interacționa cu clienții.*  *Prezentați relațiile pe care le veți avea cu segmentul de consumatori selectat. De exemplu: asistență în timpul vânzărilor sau după vânzări, asistență personală, autodeservire, contribuție directă a consumatorului la dezvoltarea produselor, socializare prin intermediul rețelelor de specialitate, prezența web sau altceva ce considerați a fi relevant în relația cu clienții.)* |

### 

### Substituienți

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să faceți o analiză a produselor deja existente pe piață similare cu produsul oferit în cadrul afacerii dvs., încercați să determinați/să estimați care va fi tendința cu privire la preferințele de consum, riscul privind posibilitatea substituirii produsului Dvs. cu alte produse.)* |

## ANALIZA SWOT A AFACERII

*(Vă rugăm să prezentați principalele puncte forte, puncte slabe, oportunități și amenințări identificate pentru afacerea Dvs. și modalitățile de tratare a acestora.)*



### Punctele forte asociate afacerii

|  |
| --- |
| *Punctele forte sunt ușor de identificat prin analizarea clienților și furnizorilor. Adesea, punctele forte pot fi găsite în patru categorii: performanța financiară pozitivă, marketingul eficient, managementul puternic, aptitudinile personale și eficiența modelului de afaceri.*  *Întrebări de suport:*   * *Ce face compania bine (vânzări, marketing, operațiuni, management)?* * *Care sunt activele antreprenorului (tangibile și necorporale)?* * *Care sunt competențele principale ale antreprenorului?* * *Ce aspecte ale afacerii aduc venit?* * *Ce experiență are antreprenorul?* |

### Punctele slabe asociate afacerii

|  |
| --- |
| *Punctele slabe sunt adesea cunoscute, dar ignorate de antreprenor.*  *Acestea includ: performanța financiară slabă, lipsa focusului de marketing, managementul slab (lipsa delegării, lipsa expertizei, cifra de afaceri ridicată), și ineficiențe în cadrul modelului de afaceri.*  *Întrebări de suport:*   * *Care aspecte ale afacerii sunt depășite/învechite?* * *Ce funcții sunt necesare în cadrul companiei, dar care nu au fost încă implementate? (și anume serviciul pentru clienți, marketing, contabilitate, planificare)* * *Unde lipsesc resursele? Compania se bazează pe echipamente depășite? Sunt disponibile fonduri suficiente?* * *Care sunt domeniile de îmbunătățire? Există ineficiențe în proces? Unde sunt pierduți banii?* |

### Oportunitățile identificate

|  |
| --- |
| *Modificările externe în mediul de afaceri oferă deseori oportunități pe care întreprinderile bine gestionate le pot valorifica.*  *Întrebări de suport:*   * *Unde există "cerul albastru" în mediul Dvs. de operare?* * *Care sunt noile nevoi ale clienților pe care le puteți satisface?* * *Care sunt tendințele economice sau sociale pozitive care ar putea aduce beneficii afacerii Dvs.? Există susținători financiari care caută oportunități?* * *Care sunt descoperirile tehnologice din sectorul Dvs.?* * *Care sunt cauzele de retragere a concurenților din nișa Dvs. de afaceri? Există zone în care concurenții se retrag?* |

### 

### Amenințările identificate

|  |
| --- |
| *Amenințările pot părea minore, dar pot avea potențialul de a distruge afacerea.*  *Întrebări de suport:*   * *Unde sunt alertele roșii din mediul Dvs.? Compania se bazează pe un furnizor cheie, client sau capacitățile unui singur angajat?* * *Care sunt tendințele economice negative?* * *Care sunt tendințele politice și sociale negative?* * *Unde concurenții câștigă cote de piață?* * *Aspectele în care afacerea Dvs. este vulnerabilă?* |

## GESTIONAREA RISCURILOR

|  |
| --- |
| *(Indicați principalele riscuri asociate cu implementarea planului de afaceri / dezvoltarea afacerii și riscurile de reducere a riscurilor.* |

## MIXUL DE MARKETING: ANALIZA 7P

### 4.4.1 Produsul

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să descrieți*   * *în cazul produselor finite: aspectul fizic (conținut, formă, culoare, ambalaj, miros, etc.), caracteristici tehnice, performanţe, utilităţi, căror nevoi răspund, etc.* * *în cazul serviciilor: actualitatea, tipul, trăsăturile caracteristice ale acestora, în aşa fel încât să se înţeleagă la ce servesc serviciile prestate de Dvs.)* |

### 4.4.2 Prețul

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să specificați prețul de comercializare a produselor / prestare a serviciilor, cum a fost stabilit, politici de preț aplicate, etc. )* |

### Promovarea

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să descrieți metodele de promovare aplicate: mass media, evenimente publice, expoziții, târguri, canale online (website, rețele de socializare, e-mail, etc.) promovare prin discuții directe, panouri publicitare, pliante, broșuri, etc.)* |

### Evidența fizică

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să descrieți mediul fizic, ambianța (temperatura, culorile, mirosul, sunetele), aranjarea în spațiu (amplasarea mobilei, a echipamentelor), dacă veți recurge la crearea unui brand (puteți specifica semnele, simbolurile utilizate, dacă deja v-ați gândit la acest lucru).* |

### Plasarea (distribuția)

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să specificați modul în care produsul va ajunge la consumator, se va produce direct sau prin intermediari? Produsele vor fi plasate în magazine? Ce fel de magazine, ale cui − magazine proprii sau/și ale intermediarilor? Cine ar putea fi potențialii Dvs. intermediari (distribuitori)? Produsele vor fi disponibile online? Va fi asigurată livrarea și dacă da, atunci cum va fi asigurată? În cazul serviciilor, unde va avea loc prestarea serviciilor? Prestarea serviciilor poate avea loc și la distanță sau doar de față cu clientul?)* |

### Procesul

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să realizați o descriere schematică a procesului.*  *Producere: activitățile de proiectare, recepționarea materiei prime, etapele procesului tehnologic, livrarea produselor la nivel calitativ și în cantitatea solicitată.*  *Servicii: modul de soluționare a problemelor consumatorilor, cum va avea loc procesul de prestare a serviciilor, etc.)* |

### Personalul

|  |
| --- |
| *Toate afacerile se bazează pe oameni, de la vânzătorii care intră în contact cu clienții, la serviciul de suport și până la directorul executiv. Descrieți pe scurt ce personal va fi implicat în afacerea socială, ce atribuții vor avea și ce calificări sunt necesare pentru fiecare funcție. Descrieți contactul cu clientul, ce fel de atitudine și implicare este necesară pentru dezvoltarea afacerii dvs.* |

## 5. RESURSE-CHEIE

*Vă rugăm să realizați în continuare o scurtă descriere a resurselor necesare în funcție de fiecare etapă/activitate descrise anterior. Resursele pot fi umane, fizice, informaționale, financiare.*

### Resurse umane

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să specificați câte persoane veți încadra în activitatea afacerii, ce poziții vor ocupa și care va fi pregătirea necesară acestora. Tot aici puteți introduce structura organizatorică a afacerii)* |

### Resurse fizice

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să descrieți resursele fizice/materiale necesare spațiu, utilaj, mobilier, materie primă, materiale auxiliare, etc., estimând cantitatea necesară, tipul, capacitatea de producție, modelul, calitatea ș.a. detalii pe care le considerați importante)* |

### Resurse informaționale

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să descrieți cercetări necesare, tehnologia aplicată, procesul, certificări necesare, etc.)* |

### Resurse financiare

|  |
| --- |
| *(Vă rugăm să decideți, în baza descrierii făcute pentru celelalte resurse, care sunt resursele financiare totale necesare și care vor fi sursele de proviniență a acestor resurse).* |

1. **PROGNOZE FINANCIARE**

* Necesitățile financiare necesare pentru realizarea proiectului/sursele
* Destinațiile exacte ale sumelor solicitate
* Prognoza veniturilor
* Prognoza cheltuielilor
* Prognoza privind profit și pierderi
* Prognoza privind fluxul de mijloace bănești
* Prognoza bilanțului contabil
* Pragul de rentabilitate

*Necesitățile financiare totale şi destinația acestora*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr** | **Specificare** | **Surse proprii, lei** | **Grant, lei** | **Suma totală, lei** |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| ... |  |  |  |  |
|  | **Suma totală, lei** |  |  |  |

*Prognoza veniturilor*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Total**  **1 an** | **Anul 1 (trimestrial)** | | | | | **Anul 2 (trimestrial)** | | | | **Total**  **anul 2** | **Anul 3** |
|  | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |  |  |
| **Produsul 1** | 0 | |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | **0** |
| * cantitatea | 0 | |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | **0** |
| * prețul | 0 | |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | **0** |
| **Produsul 2** | 0 | |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | **0** |
| * cantitatea | 0 | |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | **0** |
| * prețul | 0 | |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | **0** |
| **Produsul 3** | 0 | |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | **0** |
| * cantitatea | 0 | |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | **0** |
| * prețul | 0 | |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | **0** |
| **Produsul 4** | 0 | |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | **0** |
| **Produsul 5** | 0 | |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | **0** |
| **Total** | **0** | | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |

*Prognoza cheltuielilor*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Anul 1 (trimestrial) | | | | **Total**  **1 an** | Anul 2  ( trimestrial) | | | | **Total**  **anul 2** | **Anul 3** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| **Salarii, inclusiv asigurare socială și asigurare medicală** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Materie pri-ma/materiale** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Uzura** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Energie electrica** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Telefon** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Publicitate** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Chirii** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Întreținerea** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Transport** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Alte chelt.** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Total** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |

*Prognoza privind profit şi pierderi*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Anul 1 (trimestrial) | | | | **Total**  **1 an** | Anul 2  ( trimestrial) | | | | **Total**  **anul 2** | **Anul 3** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| **Venituri** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Costul vânzărilor** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Profitul brut** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Cheltuieli comerciale** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Cheltuieli generale şi administrative** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Alte chelt. operaționale** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Profitul (pierderi) până la impozitare** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Cheltuieli (economii) pr impozitul pe venit** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |
| **Profit net** |  |  |  |  | **0** |  |  |  |  | **0** |  |

*Fluxul mijloacelor bănești*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 an (trimestrial) | | | | **Total**  **1 an** | Anul 2  ( trimestrial) | | | | **Total**  **anul 2** | **Total anul 3** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. **Mijloace bănești la începutul perioadei** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ÎNCASĂRI** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Venituri din vânzări |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Grant |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Împrumuturi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Alte încasări |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Total ÎNCASĂRI** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **PLĂŢI** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Salarii, inclusiv asigurarea medicală și socială |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Achiziții de materie prima și materiale |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Achiziții de echipament |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Energie electrica |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Telefon |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Publicitate |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Chirii |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Întreținerea |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plata impozitului pe venit |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Transport |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Alte plăți |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. **Total PLĂŢI** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. **Mijloace bănești la sfârșitul perioadei** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Bilanțul contabil**

*Pentru întreprinderile existente vă rugăm să inserați bilanțul contabil pentru ultimul an de activitate/6 luni de activitate, după caz.*

*Pentru întreprinderile care nu încă nu sunt create nu este necesar să inserați.*

**Pragul de rentabilitate**

*Pentru întreprinderile existente și cele care încă nu există* *vă rugăm să inserați pragul de rentabilitate al afacerii sociale.*

*NOTĂ:*

*- Mențiunile cu albastru, italic dintre paranteze sunt mențiuni ajutătoare. Acestea se vor înlocui cu informații relevante pentru completarea planului de afaceri.*