

INSTRUCTIUNI

de completare a Planului de afaceri

Planul de afaceri reprezinta instrumentul managerial, elaborat intr-o succesiune logica, reprezentand o gandire de perspectiva asupra dezvoltarii unei afaceri pornind de la obiectivele acesteia. Acest plan include toate masurile necesare pentru atingerea obiectivelor stabilite initial.

Un plan de afaceri este compus dintr-o parte narativa si o parte financiara. Partea narativa contine mai multe sectiuni.

Adevarata valoare in elaborarea unui plan de afaceri nu o reprezinta produsul final sau serviciul prestat, ci mai degraba procesul de cercetare, analiza si prezentare al afacerii intr-un mod sistematic. Gandind planificat si in detaliu o sa fiti siguri de informatiile primite si utilizate evitand cheltuieli inutile sau greseli atunci cand urmeaza sa implementati planul de afaceri.

Planul de afaceri are o aplicabilitate vasta fiind:

a) un instrument de management si planificare – prin intermediul planului de afaceri antreprenorul poate conduce si controla intreg procesul de demarare a afacerii sale;

b) un instrument de monitorizare si de evaluare a afacerii – ca instrument de management, planul de afaceri il ajuta pe antreprenor sa monitorizeze si sa evalueze modul in care afacerea se dezvolta. El este un instrument dinamic, care poate fi modificat pe masura acumularii experientei si a cunostintelor;

c) un instrument de comunicare externa – planul de afaceri este folosit pentru a atrage capital investitional, imprumuturi si parteneri de afaceri. In cazul in care se doreste obtinerea unui credit sau a unei finantari nerambursabile, prezentarea planului de afaceri, care sa demonstreze ca afacerea are potential pentru a aduce profit, este absolut indispensabila.

d) un instrument de prezentare/ promovare – planul de afaceri arata modul de evolutie a afacerii, obiectivele trasate si rezultatele obtinute, etapele urmatoare necesare a fi parcurse.

Fiecare plan de afaceri are particularitatile sale, in functie de destinatie, domeniul de activitate, pietele de desfacere, structura organizatorica. De aceea pentru ca planul sa fie unul util si bun este util sa acordati o mare atentie urmatoarelor recomandari:

- ✓ planul de afaceri trebuie sa fie cuprinzator si concis;
- ✓ planul de afaceri trebuie sa fie scris intr-un limbaj clar, simplu;
- ✓ planul de afaceri trebuie sa fie usor de inteles;
- ✓ inserati detalii tehnice ti alte detalii in anexe, astfel incat textul principal sa fie usor de urmarit;
- ✓ planul de afaceri trebuie sa prezinte o analiza obiectiva, bazate pe propuneri realiste;
- ✓ planul trebuie sa aiba un aspect atractiv.

ATENTIE!

- 1. Nu demarati completarea Planului de afaceri inainte de a citi cu mare atentie atat Instructiunile de completare a acestuia cat si informatiile continute de acesta precum si Grila de punctaj aferenta!**
- 2. Planul de afaceri se va depune pe suport de hartie completat electronic la sediile prevazute in METODOLOGIA PENTRU CONCURSUL DE PLANURI DE AFACERI!**
- 3. Nu modificati formatul Planului de afaceri, completati in fiecare casuta toate informatiile pe care le detineti!**
- 4. Faceti o copie a planului de afaceri pe care l-ati primit pe care veti lucra. Cand sunteti convinsi ca ati ajuns la forma finala editati documentul ce urmeaza a se depune in vederea participarii la Concurs.**
- 5. La Capitolul 8 Anexe specificati toate anexele pe care le atasati!**
- 6. Justificati, daca este posibil, orice afirmatie pe care o faceti in Planul de afaceri!**
- 7. Daca considerati ca spatiul pe care l-ati avut la dispozitie nu este suficient pentru a dezvolta subiectele pe care trebuia sa le tratati mariti-l sau puteti face trimitere la informatiile continute de o pagina noua numerotata si anexata la Capitolul 8 Anexe!**
- 8. Orice documente care pot justifica afirmatiile facute si pe care le considerati necesare pot fi numerotate si anexate la Capitolul 8 Anexe!**
- 9. Incercati sa oferiti raspunsuri la cat mai multe din capitolele planului de afaceri!**

Capitolul 1 - Sumar executiv

Instructiuni de completare:

Are scopul **de a capta atentia si interesul cititorului**.

Sumarul executiv nu este un simplu rezumat al planului de afaceri. Acesta trebuie sa cuprinda elementele cheie, esenta planului dumneavoastra.

Cei carora le prezentati planul de afaceri nu sunt dispusi sa piarda mult timp ca sa citeasca un document voluminos. Le scutiti timpul si aveti sansa sa le atrageti mai usor atentia asupra planului dumneavoastra daca le oferiti posibilitatea sa inteleaga rapid ce le propuneti si ii convingeti ca aceste propuneri sunt interesante.

Recomandam completarea acestuia dupa finalizarea planului de afaceri, facand de fapt un rezumat concis al intregului plan.

Atunci cand completati sumarul executiv, asigurati-va ca prezentati elementele de baza ale afacerii intr-o lumina favorabila!

1. Detaliati de ce ati ales aceasta idee de afacere.

2. Descrieti de ce considerati ca ideea dumneavoastra de afaceri este cea mai buna si de ce planul de afaceri este mai bun decat al celorlalti participanti la concurs.

Capitolul 2 - Descrierea afacerii

Instructiuni de completare:

2.1 Intreprinderea:

✓ Aici completati informatiile de baza despre intreprinderea pe care doriti sa o infiintati.

2.2 Misiunea:

✓ Aici aveti oportunitatea sa faceti cunoscuta viziunea dumneavoastra – ceea ce se doreste a fi intreprinderea in viitor.

✓ Stabiliti un scop si cateva obiective.

- Scopul reprezinta destinatia – unde doriti sa ajunga afacerea dumneavoastra dupa cativa ani.
- Obiectivele sunt semnele de progres pe drumul succesului; Pentru a stabili corect obiectivele, trebuie sa tineti seama ca acestea au anumite caracteristici, care pot fi sintetizate sub forma S.M.A.R.T. (specifice, masurabile, posibil de atins, realiste si bine incadrate in timp)

2.3 Activitati principale:

✓ Trebuie sa descrieti in mod clar si concis activitatile pe care le veti desfasura pentru a implementa Planul de afaceri.

✓ Raspundeti si la urmatoarele intrebari: Din ce activitati veti castiga banii? Cum va veti servi clientii? De ce cumpara acesti clientii de la dumneavoastra?

2.4 Produse si/sau servicii si/sau lucrari:

Faceti o scurta prezentare a produselor/serviciilor/lucrari produse/prestate/executate de catre intreprinderea dumneavoastra.

Identificati ce fac produsele/serviciile/lucrurile dumneavoastra pentru client. Oamenii nu cumpara produse/servicii/lucrari pentru ca le vindeti dumneavoastra, le cumpara ca sa le satisfaca nevoile. Puteti, de asemenea, sa enumerati/descrieti produse/servicii/lucrari viitoare si planificarea dezvoltarii acestora, evidentiind astfel, evolutia strategiei de dezvoltare a ceea ce realizati in functie de evolutia pietei

2.5 Echipa manageriala:

- ✓ Pentru a avea incredere intr-o afacere, trebuie sa ai incredere in oamenii din spatele ei.
- ✓ Explicati cine sunt/este persoanele/persoana cheie in afacerea dumneavoastra – asociati, manageri, consultanti – care va fi rolul lor in companie, ce experienta anterioara relevanta au si care este procentul din afacere pe care il vor detine.
- ✓ Cine va administra afacerea zi de zi? Ce experienta are aceasta persoana in domeniul vizat? Ce calitati speciale are?

2.6 Analiza SWOT a afacerii;

- ✓ Faceti o analiza punctelor tari si a celor slabe ale intreprinderii, respectiv analiza amenintarilor si a oportunitatilor din mediul in care urmeaza sa functioneze aceasta. Daca este cazul prezentati masurile avute in vedere pentru diminuarea efectelor potentialelor riscuri.

2.7 Rezultate si indicatori:

- ✓ Stabiliti un set de rezultate si indicatori care sa permita tragerea unei concluzii referitoare la derularea activitatilor propuse. Acestia trebuie sa fie SMART: S – specifici; M – masurabili; A – (de) atins/abordabili; R – relevanti; T – incadrati in timp ce trebuie atinsi¹.

Exemple: Nr. de locuri de munca create, Nr de echipamente achizitionate, nr de licente achizitionate, nr de cursuri realizate, etc.

ATENTIE!! Nu va hazardati aceste rezultate si indicatori trebuie atinsi in perioada de implementare (12 luni) si urmeaza a se monitoriza pe tot parcursul celor 18 luni (perioada de implementare si perioada de sustenabilitate)

2.8 Teme orizontale:

Incercati sa oferiti informatii suficiente referitoare la temele abordate

2.9 Alte informatii relevante:

- ✓ prezentati motivele pentru care credeti ca afacerea va fi una de succes. Descrieti pe scurt cele mai importante puncte de competenta ale companiei dumneavoastra. Ce factori vor asigura succesul companiei? Care considerati ca vor fi cele mai puternice puncte competitive?

Capitolul 3 – Prezentarea proiectului de investitii

3.1 Prezentati succint cum a aparut ideea de afaceri

3.2 Locatia unde se va realiza investitia

- ✓ Atunci cand va decideti asupra **locatiei** ar trebui sa tineti cont de **toate elementele referitoare la functionarea afacerii**.
- ✓ Veti avea nevoie de parcare? Ar trebui sa fiti localizat intr-o anumita zona comerciala sau de birouri? Vor avea clientii tai nevoie de livrarea produselor si cine va plati pentru aceasta? Care sunt taxele pe proprietate/chiria in zona respectiva?
- ✓ **Factorii care determina alegerea locatiei sunt complecsi**, iar o astfel de alegere necesita o analiza detaliata anterioara. **Fiti obiectiv si practic atunci cand va selectati locatia!** Ar putea fi unul dintre cele mai importante elemente pentru succesul afacerii dumneavoastra.

¹ Specific – înseamnă ca acestia sunt specifici activitatii considerate; Măsurabil – înseamnă că poate fi cuantificat, fie cantitativ, fie calitativ (existe mijloace de masurare a lui); Abordabil/de Atins - înseamnă că poate fi atins in perioada de implementare; Relevant – înseamnă că pentru activitatea in cauza este important; Încadrat în Timp – termenul la care va fi masurat se regaseste in perioada de implementare.

- ✓ Organizarea spatiului in imobilul in care va stabili afacerea trebuie sa fie adaptata activitatii dumneavoastra (sau sa o adaptati, ceea ce presupune costuri suplimentare). S-ar putea sa aveti nevoie de spatiu pentru primirea clientilor, zona de vanzare, zona de productie, zona de depozitare, spatiu de receptie a marfii, birouri pentru management, vestiare pentru personal etc;
- ✓ Daca este cazul, precizati luna in care vor demara si apoi finaliza lucrarile de renovare/amenajare a spatiului.

Oferiti cat mai multe informatii (fara a va limita doar la acestea), referitoare la:

- ✓ Existenta unei cai de acces pentru aprovizionare sau transport;
- ✓ Descriere locatie din punct de vedere al vadului comercial. Mai exista firme concurente in acea zona sau sunteti singurul de acest gen din zona?
- ✓ Utilitati existente.
- ✓ Asigurarea utilitatilor necesare (care sunt acestea estimand costurile aferente realizarii) Detaliati cum se vor asigura utilitatile in cazul in care acestea nu exista.
- ✓ In cazul in care activitatea aferenta proiectului se va derula intr-un spatiu inchiriat precizati principalii parametri ai contractului de inchiriere (proprietar, suprafata inchirata, perioada de inchiriere, valoare chirie, etc).

3.3 Investitia

Precizati in ce consta investitia care sunt principalele activitati necesare pentru realizarea acesteia (ex. amenajare spatiu, asigurare utilitati, achizitie echipamente specifice activitatii, etc). Detaliati investitiile ce urmeaza a fi realizate si justificati necesitatea acestora pentru activitatile pe care intreprinderea dumneavoastra urmeaza sa le deruleze.

Faceti o descriere a fluxului tehnologic.

Realizati o prezentare, daca este cazul, a dotarilor tehnice pe care le veti pune la dispozitie pentru derularea afacerii (inclusiv modul cum acestea sunt puse la dispozitie).

Fundamentati achizitia de echipamente si tehnologii noi, justificand necesitatea acestora.

Precizati elementele de investitie, numarul de bucati necesare, valoarea cu si fara TVA a fiecarui element de investitie in parte, precum si luna in care va fi efectuata respective achizitie.

Se va face distinctia intre activele corporale (echipamente tehnologice, inclusiv echipamente IT, mobilier, aparatura, birotica, sisteme de protectie a valorilor umane si materiale, instalatii/echipamente specifice in scopul obtinerii unei economii de energie, instalatii de incalzire sau climatizare, etc.) si activele necorporale (pagina web pentru prezentarea si promovarea activitatii, brevete de inventie, etichetare ecologica, soft-ware necesar desfasurarii activitatii, inclusiv licente, etc).

Atasati la capitolul Anexe fise tehnice ale elementelor de investitie pe care doriti sa le achizitionati, precum si oferte de pret.

3.4 Produse/servicii/lucrari oferite prin realizarea investitiei

Produse si/sau servicii si/sau lucrari:

- ✓ Aici trebuie sa faceti o descriere detaliata a produselor si/sau serviciilor si/sau lucrarilor pe care le veti produce/presta/executa, promova si vinde in urma realizarii investitiei.
 - Descrierea produsului: caracteristici fizice (marime, forma, culoare, design, etc.), tehnologia utilizata in producerea/dezvoltarea lui (materii prime, echipamente, angajati etc);

- Descrierea serviciului: ce reprezinta, ce nevoi satisface, care sunt materialele si echipamentele necesare prestarii serviciului, etape in procesul de prestare a serviciului, beneficii pentru clienti.
- Descrierea lucrarilor ce urmeaza a fi executate, legislatie aferenta ce materiale si echipamente urmeaza a se utiliza, perioada de garantie.

Faceti o descriere a materiilor prime necesare pentru realizarea produsului (lor)/prestarea serviciului (lor)/ executia lucrarilor (calitate, cantitate, pret, furnizor, modalitate de achizitionare, etc.)

Inainte de a-va incepe afacerea ar fi bine sa aveti asigurata relatia cu furnizorii, iar asta inseamna contactarea lor din timp. Termenele de productie si de livrare pot fi relativ lungi pentru anumite produse cum ar fi cele sezoniere, cele facute la comanda sau pur si simplu produse dificil de procurat.

De asemenea, ar trebui sa aveti la indemana un furnizor alternativ: ce se intampla daca furnizorul dumneavoastra se inchide? Sau are loc o greva? Sau primeste o comanda foarte mare de la un alt client mult mai important decat dumneavoastra?

La alegerea furnizorilor trebuie sa tineti cont de o serie de alti factori pe langa pretul oferit de acestia: calitate, termen de livrare, termeni contractuali, sortimentatia de produse, reputatia, increderea etc.

Ar trebui deja sa cunoasteti cu ce furnizor veti lucra si care sunt de obicei termenele lor de livrare, termenele de plata acceptate, politica de returnare, politica privind perisabilitatile, politica de transport, etc.

Furnizorii se pot dovedi niste resurse nemaipomenite: te pot ajuta sa obti un avantaj competitiv si te pot ajuta sa va cresteti afacerea. Practic veti lua ce vand furnizorii si veti adauga valoare pentru clientii dumneavoastra. Prin urmare este important sa relationati cu ei la fel de profesionist cum va purtati cu toti partenerii si membrii echipei dumneavoastra.

3.5 Planul de resuse umane

In primul rand ar trebui sa identificati toate sarcinile care trebuie indeplinite pentru functionarea afacerii. Dupa aceea veti putea stabili tipul de posturi, numarul de angajati si responsabilitatile pentru fiecare dintre acestea.

In marea majoritate a IMM-urilor aflate la inceput de drum, proprietarul (dumneavoastra) este de multe ori si singurul conducator, iar ceilalti angajati i se subordoneaza direct lui. Tineti cont de faptul ca si in astfel de cazuri va puteti motiva oamenii dandu-le responsabilitati punctuale, si in plus te poti baza pe ei delegandu-le responsabilitati si sarcini.

Pe masura ce afacerea creste vei avea nevoie de o organizare mai formala si de manageri care sa preia o parte din responsabilitatile dumneavoastra. Nu uita sa-ti pregatesti afacerea si angajatii pentru viitor!

In ceea ce priveste cheltuielile de personal, ai grija sa iei in calcul intregul cost cu forta de munca, inclusiv impozitul, si toate contributiile sociale datorate, inclusiv cele ale angajatorului, nu doar salariul net sau salariul brut estimat pentru angajatii tai. Nu uitati de reglementarile legale privind salariul minim pe economie din domeniul in care va veti derula afacerile!

Prezentati:

- ✓ numărul de posturi create ca urmare a realizării investiției, tipul postului, calificarea necesară, salariul lunar propus, inclusiv costurile referitoare la impozite și contribuții sociale, precum și activitățile pe care le vor desfășura sau departamentul în care va lucra;
- ✓ precizați luna în care veți crea locul de muncă;
- ✓ unde și cum veți găsi personalul adecvat;
- ✓ **dacă veți crea mai mult de 5 locuri de muncă**, creați organigrama firmei (schema organizatorică) în care să prezentați ierarhia organizatională. Stabiliți modul de organizare a funcțiilor pe compartimente/departamente/birouri/servicii și de ierarhizare a funcțiilor, precum și relațiile de subordonare (verticale) și de colaborare (orizontale) dintre acestea;
- ✓ cum va fi asigurată securitatea muncii (metodele folosite pentru protecția muncii);
- ✓ programul de lucru;
- ✓ etc.

Capitolul 4 Analiza pieței

Instrucțiuni de completare:

4.1 Industria/sectorul de activitate:

În această secțiune veți prezenta detalii și informații referitoare la industria/sectorul de activitate în care va veți desfășura activitatea. Este important atât pentru dumneavoastră, cât și pentru un posibil finanțator sau partener să vă/i demonstrați că vă cunoașteți industria, că puteți face față riscurilor și că puteți înfrunta concurența.

4.2 Poziția produselor/serviciilor pe piața comparativ cu cele ale concurenței:

Descrieți:

- ✓ principalele avantaje/dezavantaje ale produselor/serviciilor dumneavoastră în raport cu cele oferite de concurență;
- ✓ cum și de ce sunt mai bune produsele/serviciile dumneavoastră decât cele ale competiției;
- ✓ ce calități sau avantaj aduce produsul/serviciul dumneavoastră în comparație cu cele ale competiției;
- ✓ de ce clienții cumpără de la concurență și ce fac aceștia pentru a-și conserva avantajele din piață.

4.3 Piața:

Care este dimensiunea estimată a pieței pentru produsele/serviciile dumneavoastră. Tot aici ar trebui să prezentați zona geografică în care veți derula afacerile.

4.4 Concurența:

Identificați concurenții principali pentru fiecare grupă de produse/servicii. Analizează mărimea, poziționarea pe piață, imaginea și strategia de business a fiecărui concurent. Cel mai bun mod de a afla aceste informații este combinând cercetarea detaliată cu interviurile personale cu potențiali clienți și furnizori. Pe baza acestei analize poți identifica obstacolele cheie pentru afacerea ta, serviciile suplimentare pe care le-ai putea oferi, provocările concurențiale și oportunitățile viitoare.

Capitolul 5.1 Planul de vânzări

Instructiuni de completare:

Planul de vanzari si de marketing sta la baza previziunilor financiare. Ele contin informatiile necesare pentru realizarea tuturor proiectiilor financiare.

Pot fi realizate 3 seturi de previziuni anuale: varianta optimista, varianta realista si varianta pesimista. Alegeti variant realista.

Vanzari:

- ✓ planificati cresteri anuale ale vanzarilor.
- ✓ ganditi-va cum veti contacta si cum veti relationa cu clientii.
- ✓ ce valori de vanzari asteptati pe fiecare produs/serviciu.
- ✓ etc.

Pret:

Identificati strategia de pret a concurentilor, utilizati orice informatii referitoare la costurile si marjele de profit ale acestora,

Analizati nevoile clientilor. Afla pentru ce vor plati si pentru ce nu vor plati.

Estimeaza cum percep ei caracteristicile si beneficiile suplimentare.

Cheia succesului dumneavoastra vine fie din marimea pietei si numarul de clienti servitati, fie din adaosul comercial pentru produsele/serviciile vandute.

Adaosul comercial este diferenta dintre costul pe care il platesti pentru produsele sau serviciile tale si pretul cu care le vinzi.

Incercati sa folositi adaosuri comerciale similare cu cele din industria sau piata dumneavoastra.

Anumite costuri, mai ales in cazul serviciilor sunt greu de estimat. Stabilirea pretului pentru astfel de servicii este asadar subiectiva si va trebui sa „simtiti piata”.

Capitolul 5.2 Strategia de marketing

Strategia de marketing a unei firme reuseste sa atinga urmatoarele scopuri:

- **Indeplinirea nevoilor si dorintelor consumatorilor.** Serviciile de marketing au capacitatea de a identifica cu usurinta ceea ce isi doresc clientii de la un anumit produs sau serviciu sau lucrare, lucru care este extrem de benefic pentru o intreprindere. In acest fel, companiile isi pot adapta produselor, astfel incat sa multumeasca fiecare client in parte.
- **Cresterea reputatiei firmei.** In momentul in care tot mai multi clienti devin fani ai produselor pe care le oferiti, intreprinderea se poate bucura de o popularitate iesita din comun. Doar cu ajutorul comunicarii cu clientii si prin intermediul unor metode de marketing foarte bine gandite se reuseste scoterea afaceri din anonim.
- **Largirea pietei.** Tehnicile de marketing folosesc mijloace de comunicare in masa, pentru ca mesajul firmei sa ajunga la cat mai multi oameni. In acest fel, exista sanse mari ca publicul intreprinderii sa se mareasca de la o perioada la alta, in functie de calitatea promovarii facute.
- **Cresterea economica.** Strategiile de marketing in vanzari provoaca cerere, iar aceasta incurajeaza procesul de productie si distributie. Drept urmare, cresterea industrială are ca efect marirea nivelului veniturilor.

In concluzie tehnicile de marketing joaca un rol esential in bunul mers al oricarei intreprinderi. Fara o promovare corecta succesului unei intreprinderi este aproape imposibil de obtinut.

In cazul in care afacerea este la inceput de drum si-ti doresti enorm ca aceasta sa aibe rezultate, trebuie pus pret pe promovare, deoarece doar aceasta poate aduce clientii de care este nevoie.

In concluzie investiti in publicitate, mai ales in faza incipienta a intreprinderii pentru ca aceasta sa poata fi cunoscuta de publicul larg.

Capitolul 6 Publicitate si promovare

In aceasta sectiune veti decide cum vreti sa va promovati fiecare produs si/sau serviciu. Intrebativati de ce ati ales aceasta abordare si ce rezultate asteptati, dar nu uitati sa luati in considerare costurile pe care le presupun acestea.

Capitolul 7 Planul financiar

Acest capitol sintetizeaza din punct de vedere financiar toate informatiile pe care le-ati prezentat anterior mergand pe scenariul cel mai realist.

Chiar daca la prima vedere **Venituri totale** mai mari decat **Cheltuieli Totale** inseamna **Profit** si ati crede ca afacerea este profitabila si eficienta, lucrurile sunt un pic mai complexe de atat. Veniturile inseamna incasari, iar Cheltuielile inseamna plati doar intr-un procent foarte mic dintre cazuri, intr-o lume ideala. In lumea reala, mai ales daca lucrezi cu alte firme, veniturile inseamna incasari in viitor, la fel cum cheltuielile inseamna plati in viitor (si de ce nu in avans), iar afacerea traieste cu banii din prezent! Daca nu iti incasezi creantele, dar in schimb iti platesti furnizorii pe loc sau la termene scurte, s-ar putea sa ramaneti fara bani sa va continuati activitatea, chiar daca pe hartie se profileaza un profit frumos (dar departe de conturile dumneavoastra bancare). Nu sunt putine exemplele de IMM-uri profitabile care au ajuns in incapacitate de plata sau care s-au extins prea brusc pentru a putea suporta presiunea pe cash pana cand in cele din urma s-au prabusit. Tineti cont de termenele de incasare si de plata cu care veti lucra, astfel incat sa va puteti previziona incasarile si platile pornind de la previziunile de venituri si cheltuieli. De asemenea, nu toate cheltuielile sunt lunare: asigurarile le poti plati trimestrial, semestrial sau anual, la fel si taxele si impozitele se pot plati trimestrial, iar unele cheltuieli sunt pur ocazionale (de exemplu reparatii).

Sursa de finantare (Plan transe) se va complete cu impartirea sumei de ajutor de minimis pe care o solicitati in doua transe, prima transa de maxim 75% si a doua transa diferenta. Se va completa in Ron si Euro.

Capitolul 8 Anexe

In casuta pe care o aveti la dispozitie faceti referiri la toate documentele pe care le-ati atasat la planul de afaceri. Nu uitati sa le numerotati.

Exemplu:

- copii dupa documentele de studii;
- copii dupa ofertele de echipamente;
- alte documente care confirma ceea ce ati afirmat in Planul de afaceri;
- documente care confirma incadrarea in Grupul Tinta al proiectului;
- etc..