



PLAN DE AFACERI

(model)

Sediul social/punct de lucru: ...regiune/județ/urban/rural



Cuprins

1. Informații generale.....	3
2. Rezumatul planului de afaceri	3
3. Descrierea afacerii și a strategiei de implementare, obiective, activități.....	3
4. Modul în care se integrează activitatea întreprinderii în contextul economic din zona respectivă.....	5
4.1 Analiza pieței.....	5
4.2. Strategia de marketing.....	5
4.2.1. Strategia de produs	5
4.2.2. Strategia sau politica de preț.....	5
4.2.3. Strategia de vânzări și distribuție	5
4.2.4. Strategia de promovare și relații publice.....	5
5. Justificarea activităților propuse.....	5
5.1. Analiza SWOT	5
6. Planul financiar al întreprinderii	6
7. Rezultate economice preconizate	6
8. Resurse umane	6
9. Sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon.....	6
10. Măsuri ce vor promova concret inovarea socială	6
11. Măsuri ce vor promova în mod concret nediscriminarea.....	6
12. Contribuția la temele orizontale POCU	7
13. Planul de finanțare al întreprinderii	7
14. Indicatori de realizare si de rezultat	7
15. Proiecții financiare.....	7
15.1. Buget	7
15.2. Flux de numerar (Cash-flow).....	7

1. Informații generale

Forma juridică de constituire:

Codul CAEN principal:

Coduri CAEN secundare: (după caz)

Sediului social: *Județul, orașul Comuna, satul în care întreprinderea va avea sediul social.*

Punctul/punctele de lucru:

Datele de contact ale participantului la concurs: *nume, prenume, email, telefon*
Asociați, membrii și/sau acționari, după caz

2. Rezumatul planului de afaceri

Rezumatul sau sumarul executiv al unui plan de afaceri este o sintetizare a întregului plan, fiind în general completată ultima. Rezumatul va avea maxim o pagină A4 și va cuprinde :

- 1) *Conceptul afacerii: descrierea ideii de afaceri și sintetizarea elementelor cele mai importante.*
- 2) *Produsul/Serviciul: descrie produsul sau serviciul. Care sunt elementele distinctive? Cum va fi realizat și livrat?*
- 3) *Competiția: care sunt principalii tai competitori?*
- 4) *Avantajul competitiv: care este elementul distinctiv care va diferenția produsul/serviciul tău de celelalte existente pe piață?*
- 5) *Strategia de marketing: care sunt elementele cheie ale strategiei de marketing?*
- 6) *Managementul: care este componenta echipei de management și cum va contribui aceasta la succesul afacerii?*
- 7) *Aspectele financiare: Care vor fi veniturile în următorii 3-4 ani? Când se va atinge pragul de rentabilitate?*
- 8) *Finanțarea: câți bani sunt necesari pentru inițierea/dezvoltarea afacerii? Care sunt sursele alternative de finanțare?*

3. Descrierea afacerii și a strategiei de implementare, obiective, activități

Realizarea obiectivelor trebuie să poată fi verificată după finalizarea proiectului. Astfel, acestea trebuie să fie:

- a) *precise, clare (să identifice exact ceea ce se dorește a se realiza)*
- b) *cuantificabile (să poată fi măsurate)*
- c) *realizabile (se recomandă evitarea stabilirii unor obiective prea ambițioase, cu șanse reduse de a fi atinse)*
- d) *realiste (în condițiile resurselor disponibile: umane, financiare, materiale, de timp)*
- e) *stabilite în timp (când vor fi atinse obiectivele? Ex: la x luni de la finalizarea investiției)*

Resursele materiale implicate în realizarea proiectului

Precizați dotările, echipamentele utilizate pentru implementarea proiectului.

Descrieți spațiul (spațiile) de producție/prestare servicii în care urmează să fie instalate bunurile (echipamentele, utilajele etc. Menționați, printre altele, suprafața, utilitățile, facilitățile disponibile.

4. Modul în care se integrează activitatea întreprinderii în contextul economic din zona respectivă

Elemente de analiză de piață privind activitatea care face obiectul Planului de afaceri.

4.1 Analiza pieței

Analiza pieței constă în culegerea tuturor informațiilor disponibile referitoare la piața în care firma nou înființată își va desfășura activitatea. Se vor prezenta sursele de documentare legate de analiza piață.

4.2. Strategia de marketing

Se va prezenta strategia de marketing.

Se va prezenta modul cum a fost fundamentată aceasta pentru toate elementele mix-ului de marketing: produs, preț, distribuție, promovare.

4.2.1. Strategia de produs

Se vor descrie produsele/serviciile/lucrările, menționând caracteristicile și avantajele pe care acestea le oferă clienților.

4.2.2. Strategia sau politica de preț

Se vor preciza estimarea prețurilor de vânzare/furnizare. Se vor analiza și prezenta următoarele elemente de determinare a prețului: costurile implicate, prețurile practice de către competitori relevanți, aprecierile clienților față de produsele/serviciile/lucrările ce urmează a fi oferite de către firma

4.2.3. Strategia de vânzări și distribuție

Se vor prezenta metodele de vânzare și canalele de distribuție ce vor fi utilizate.

4.2.4. Strategia de promovare și relații publice

Se vor prezenta metodele de promovare utilizate, canalele mass-media care vor fi utilizate și rezultatele cantitative și calitative anuale, estimative ale promovării.

5. Justificarea activităților propuse

Analiza punctelor tari și a celor slabe ale întreprinderii, respectiv analiza amenințărilor și a oportunităților din mediul în care funcționează aceasta (analiza SWOT), precum și justificarea activităților propuse față de acestea

Se vor identifica punctele tari și punctele slabe (influențe interne), oportunitățile și amenințările (influențe externe) la adresa firmei.

5.1. Analiza SWOT

STRENGTHS (Puncte Forte)	WEAKNESSES (Puncte Slabe)
Punctele forte ale organizației, deci capacitățile, resursele și avantajele pe care ea le posedă, competențele distinctive ale personalului managerial. În analiza SWOT punctele forte sunt definite atât ca valori, cât și drept factori interni care crează valorile.	Ceea ce înseamnă punctele de slăbiciune ale organizației, ariile sale de vulnerabilitate, zonele de resurse sărace: sunt elemente ce pot împiedica atingerea obiectivelor manageriale ale organizației. Punctele de slăbiciune se pot împărți în două categorii: 1)factori interni care distrug valorile. 2)condițiile interne insuficient de bine focalizate.
OPPORTUNITIES (Oportunitățile)	THREATS (Amenințările)
Oportunitățile sau căile pe care pot fi avansate interesele organizației respective, valori pozitive și condiționări externe. Deci	Adică amenințările la adresa intereselor creșterii organizației respective, aspecte negative ce apar din supraexploatarea resurselor sale, ori

oportunitățile sunt tendințele generale prezente în mediul extern, ori șanse oferite de întâmplare în afara câmpului de influențare a lor prin management, deși ele pot influența pozitiv procesul dezvoltării.	limitările care se impun organizației din partea mediului extern aflat în schimbare, riscuri. Amenințările reprezintă factori negativi și condiționări externe aflate dincolo de câmpul de acțiune managerială; ele pot fi atât riscuri tranzitorii cât și permanente.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. Planul financiar al întreprinderii

Se vor prezenta ipotezele care stau la baza estimărilor privind veniturile (factori determinanți) și se va estima nivelul acestora pentru cel puțin următorii 3 ani. Descrieți ipotezele care stau la baza estimării cheltuielilor fixe și variabile în scopul realizării veniturilor estimate anterior și estimați aceste costuri pe o perioadă de cel puțin 3 ani. Calculați pragul de rentabilitate și estimați profitul firmei pentru cel puțin următorii 3 ani. (Pragul de rentabilitate reprezintă una dintre cele mai importante analize pe care un antreprenor trebuie să o facă atât la momentul pregătirii unei afaceri noi, dar și în mod constant ulterior. Pragul de rentabilitate arată care este nivelul vânzărilor la care costurile fixe și variabile ale societății sunt complet acoperite și începând de la care firma va genera profit.)

7. Rezultate economice preconizate

Candidatul va defini în proiect un set de rezultate proprii corespunzătoare activităților planificate.

Venit

Cheltuieli

Profitul - estimați nivelul profitului anual care va fi obținut de întreprindere în perioada de implementare și sustenabilitate a planului de afaceri. Profitul reprezintă diferența dintre venituri și cheltuieli. Profitul estimat trebuie să fie corelat cu bugetul, proiecțiile financiare și celelalte elemente ale planului de afaceri.

Estimare	An 1	An 2	An 3
Total venituri estimate			
Total cheltuieli estimate			
Profit brut estimat			

8. Resurse umane

Numărul de persoane angajate și norma de muncă pentru fiecare persoană angajată în întreprinderea nou înființată. Schema organizatorică, strategia de resurse umane. (Includerea unor resurse umane ce include alți tineri NEETS)

9. Sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon

Activități/investiții care contribuie în mod concret la sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficiența din punct de vedere al utilizării resurselor.

Precizați modul în care planul de afacere contribuie concret la sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficiența din punct de vedere al utilizării resurselor.

În cadrul afacerii veți implementa activități ce vor promova concret sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficiență în ce privește utilizarea resurselor? Dacă da, descrieți care vor fi aceste activități.

10. Măsuri ce vor promova concret inovarea socială

În cadrul afacerii veți realiza activități ce promovează concret inovarea socială? Dacă da, descrieți care vor fi aceste activități.

11. Măsuri ce vor promova în mod concret nediscriminarea

Precizați măsurile ce vor promova în mod concret nediscriminarea.

Programul Operational Capital Uman, Axa prioritară 2. Îmbunătățirea situației tinerilor din categoria NEETS
POCU/909/2/4/Operatiune compozita OS. 2.1, 2.2

Titlu proiect: „Intervenție integrată pentru tinerii NEETS din regiunea Centru” Cod SMIS proiect: 150070

12. Contribuția la temele orizontale POCU

Precizați modul în care planul de afaceri contribuie concret la dezvoltarea durabilă/egalitatea de șanse și nediscriminarea/utilizarea TIC și dezvoltarea de competențe digitale.

Propuneți măsuri ce vor promova concret implementarea unor soluții TIC în procesul de producție/furnizare de bunuri/prestare de servicii și/sau execuție de lucrări.

În cadrul afacerii veți realiza activități ce promovează concret dezvoltarea durabilă? Dacă da, descrieți care vor fi aceste activități.

În cadrul afacerii veți realiza activități ce promovează concret cercetarea, dezvoltarea tehnologică și/sau inovarea? Dacă da, descrieți care vor fi aceste activități.

13. Planul de finanțare al întreprinderii

Va include modalitatea prin care se va finanța întreprinderea, inclusiv prin intermediul unei finanțări nerambursabile.

Se va menționa modul în care se va finanța întreprinderea, inclusiv prin intermediul unei finanțări nerambursabile (cum vor fi acoperite costurile neeligibile, acolo unde este cazul). Modalitatea de finanțare a întreprinderii, după încetarea ajutorului nerambursabil.

Nr. crt.	Sursa de finanțare	LEI	
		RON	%
1	Ajutor financiar nerambursabil solicitat (valoare totală eligibilă)		
2	Credit bancă		
3	Surse proprii (cheltuieli eligibile și neeligibile)		
4	TOTAL valoare proiect (1+2+3)		100%

14. Indicatori de realizare și de rezultat

Indicatorii sunt instrumente de măsură care permit să se verifice și să se măsoare gradul în care scopul, obiectivele și rezultatele proiectului au fost sau nu atinse.

Definiți un set de rezultate proprii specific preconizate corespunzătoare activităților planificate astfel:

1. Indicatori de realizare - rezultate semnificative obținute, reflectă progresul în derularea activităților proiectului

2. Indicatori de rezultat se referă la beneficiile imediate care sunt resimțite ca urmare a proiectului de către beneficiarii direcți sau indirecti.

15. Proiecții financiare

15.1. Buget

Se va completa bugetul planului de afaceri cu încadrarea fiecărei cheltuieli pe linia bugetară aferentă. În cazul în care, pe o linie bugetară sunt mai multe cheltuieli prevăzute, acestea se vor evidenția separat în cadrul liniei. Este necesară detalierea următoarelor aspecte: fundamentarea bugetului (oferte de preț/cataloge/website-uri, trimitere la o analiză, la un studiu de piață, orice document anexat care poate să susțină prețul inclus în buget din cel puțin 2 surse verificabile). Anexați orice documente justificative care sunt de natură să fundamenteze bugetul; justificarea valorilor estimate ale costurilor și necesitatea acestora în contextul implementării și sustenabilității planului de afaceri; furnizarea informațiilor referitoare la sursele de finanțare a costurilor.

15.2. Flux de numerar (Cash-flow)

- Proiecția fluxului de numerar la nivelul întregii activități pe perioada de implementare și sustenabilitate.
- Proiecția anuală a veniturilor și cheltuielilor pentru întreaga activitate.
- Ipotezele de lucru ce au stat la baza întocmirii fluxului de numerar.