***Anexa 8***

PLAN DE AFACERI

 **în cadrul proiectului**

**„Antreprenoriat inovator in regiunea Centru”**

 **Cod SMIS 140250**

***Model standard***

**SC ..................................... *(denumire firmă)***

**................................................................................... *(titlu = elementele definitorii ale planului de afaceri)***

*Prima pagină a planului de afaceri (pagina de titlu) este, de fapt, primul tău contact cu un bancher, cu un potențial investitor și, în cazul nostru cu evaluatorii. În consecință, ar trebui să fie structurată astfel încât să transmită informațiile dorite către cei cărora li se adresează. Prin urmare, pagina de titlu poate cuprinde următoarele elemente:*

 *- Denumirea afacerii – este un semnal pozitiv dacă deja ai decis cum se va numi afacerea ta. Se va trece mai sus, la titlu.*

*- Logo – este designul care te deosebește de alții (o poză vorbește mai mult decât 1000 de cuvinte) – În timpul cursului ne poți solicita ajutorul*

*- Luna și anul în care ai finalizat planul de afaceri.*

*- Numele, adresa și numărul de telefon al antreprenorului (persoana responsabilă de afacere).*

*- Este, de asemenea, o idee bună să incluzi în pagina de titlu o declarație de confidențialitate și de proprietate. Este în fond munca ta și trebuie protejată. Vei înțelege mai bine acest lucru în timpul cursului*

*- Planul tău de afaceri nu va depăși 40 de pagini!*

**Elaborat de,**

**Nume și prenume ..................................**

**Date de contact (telefon, email, adresă) ........................**

**Data întocmirii .........................................**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nume plan de afaceri** | **...................................................................** |
| **Nume aplicant** | **...................................................................** |

Cuprins

[Cuprins 1](#_Toc94613909)

[I. INTRODUCERE 2](#_Toc94613910)

[I.1. Sinteza planului 2](#_Toc94613911)

[II. DESCRIEREA AFACERII 2](#_Toc94613912)

[II.1. Descrierea generală a afacerii 2](#_Toc94613913)

[II.2. Viziune, misiune, obiective 2](#_Toc94613914)

[II.3. Caracterul inovativ al afacerii 3](#_Toc94613915)

[III. PLANUL DE MARKETING ȘI VÂNZĂRI 3](#_Toc94613916)

[III.1. Analiza SWOT a afacerii 4](#_Toc94613917)

[III.2. Analiza pieței 4](#_Toc94613918)

[*III.2.1. Piața vizată* 4](#_Toc94613919)

[*III.2.2. Concurența* 5](#_Toc94613920)

[III.3. Mixul de marketing (4P – descriere produs, preț, promovare, plasare) 5](#_Toc94613921)

[III.4. Strategia de vânzări 6](#_Toc94613922)

[IV. PLANUL DE MANAGEMENT ȘI ORGANIZARE 6](#_Toc94613923)

[IV.1. Echipa și managementul firmei 6](#_Toc94613924)

[IV.2. Fluxul operațional 7](#_Toc94613925)

[IV.3. Elemente ale dezvoltării durabile și reducerea CO2 7](#_Toc94613926)

[IV.4. Responsabilitate și inovare socială 7](#_Toc94613927)

[IV.5. Utilizarea instrumentelor IT (TIC) 8](#_Toc94613928)

[IV.6. Cercetare, dezvoltare și inovare tehnologică (CDI) 8](#_Toc94613929)

[V. PLANUL FINANCIAR 8](#_Toc94613930)

[V.1. Analiza investiției (bugetul) 9](#_Toc94613931)

[V.2. Situația de venituri și cheltuieli – Cash-flow 9](#_Toc94613932)

[VI. PLANIFICAREA 10](#_Toc94613933)

[VII. SUSTENABILITATEA PLANULUI DE AFACERE 10](#_Toc94613934)

[VIII. ANEXE 11](#_Toc94613935)

# I. INTRODUCERE

## I.1. Sinteza planului

|  |
| --- |
| Te rugam sa realizezi o sinteză a planului tau de afaceri pe **maxim o pagină** din care sa reiasă conținutul Planului de afaceri, scopul întocmirii, scoțând în evidență punctele tari ale acestuia. |
| *Este una din cele mai importante secțiuni pentru că trebuie să convingă evaluatorii că afacerea va avea succes și merită să fie finanțată. Într-o singură pagină trebuie să incluzi informații cheie despre planul de afaceri Trebuie să prezinți cine vor fi clienții tăi, ce face ca afacerea ta să fie unică (inovare și creativitate) și cum planifici să crești în viitor. Pentru că de fapt sintetizează tot ceea ce ai scris până acum, vei face acest sumar doar la sfârșit.* |
| *Atunci cand incepi sa scrii un plan de afacere, folosește toată experiența și conexiunile ca să gasești oportunități pe care nimeni altcineva nu are ochi să le vadă. Unicitatea ta este avantajul tău competitiv esențial. Nu te naști antreprenor, devii antreprenor* |

……*Insereaza aici textul tau*………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….

# II. DESCRIEREA AFACERII

*Această secțiune trebuie să furnizeze informații despre domeniul în care dorești să realizezi afacerea, cum ți-a venit ideea, o descriere generală a produsului sau serviciului pe care îl vei realiza, misiunea firmei.*

## II.1. Descrierea generală a afacerii

|  |
| --- |
| *Această secțiune va cuprinde:* |
| * + ***Denumirea firmei****:*
 |
| * + ***Forma juridică de constituire****: SRL, SA, SRL-D*
 |
| * + ***Asociați/acționari****: nume și procent de asociere*
 |
| * + ***Sediul social****: adresă, tel.,*
 |
| * + ***Punct de lucru****: adresă, tel.,*
 |
| * + ***Capital social****:*
 |
| * + ***Tipul afacerii****: comerț, producție, servicii;*
 |
| * + ***Tipul activității principale și codul CAEN****;*
 |

……*Insereaza aici textul tau*………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….

##  II.2. Viziune, misiune, obiective

|  |
| --- |
| *Această secțiune va cuprinde:* |
| * + ***Scurtă descriere a firmei****:* ***viziune, misiune, scopuri și obiective****; trebuie să menționezi cel puțin 3 obiective realiste și măsurabile pe următorii 3 ani;*
 |
| * + ***Descrierea produsului sau serviciului:***
 |
| * *Care este produsul sau serviciul pe care dorești să-l vinzi (caracteristici fizice, tehnologia utilizată în producerea/ dezvoltarea lor (materii prime, echipamente, forță de muncă, patente etc., sursa acestor elemente)?*
 |
| * *Cui și la ce preț?*
 |
| * *Care sunt beneficiile pe care le va aduce consumatorului? De ce vor dori să-l cumpere? Ce are diferit față de alte produse sau servicii?*
 |
| * *Modul în care tehnologiile noi, moderne vor fi utilizate în producerea/ menținerea/ dezvoltarea produsului/produselor.*
 |
| * *Produsele viitoare și planificarea asimilării și/sau dezvoltării acestora, evidențiind astfel, evoluția strategiei de dezvoltare în funcție de evoluția pieței.*
 |
| * ***Descrierea locației:***
 |
| * *Care/unde va fi locația? Va fi in apropierea unitatilor similare sau va fi singurul de acest gen in zona?*
 |
| * *Suprafața necesară;*
 |
| * *Motivele pentru care se dorește locația/zona respectivă?*
 |
| * *Accesibilitatea zonei;*
 |
| ***Atenție!! Succesul sau eșecul afacerii depinde foarte mult de locația ei. Trebuie să fii aproape de consumatori: aceștia să aibă simțul accesibilității și al siguranței.*** |
| * ***Care sunt principalele resurse materiale*** *(infrastructură, dotări, echipamente, aparatură, mobilier etc)* ***și umane necesare****? Care sunt utilitățile (rutiere, apă-canal, gaz, electricitate, internet etc.) și facilitățile necesare?*
 |
| * ***De ce va fi profitabilă afacerea?*** *Care sunt oportunitățile de dezvoltare?*
* *Descrieți care sunt activitățile necesare implementării planului de afaceri.*
* *Detaliați investițiile ce urmează a fi realizate și activitățile pentru care sunt necesare fiecare dintre acestea.*
* *Descrieți succint rolul ș importanța fiecărui element de investiție propus în planul de afaceri.*
* *La ce rezultate vei ajunge ca urmare a derulării afacerii propuse?*
 |
|  |

……*Insereaza aici textul tau*………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….

## II.3. Caracterul inovativ al afacerii

|  |
| --- |
| Nu uita să evidențiezi **caracterul de unicitate** al afacerii (dacă este cazul), de ce și în ce fel va atrage consumatorii. Pune în valoare orice idee sau caracteristică nouă care ar putea să îți mărească șansele de succes.Cuantifica elementele de inovare in bugetul tau. |
| *Inovarea este importantă și trebuie luată în considerare. Conform manualului OSLO[[1]](#footnote-1):*  |
| * ***Inovația de produs****: un bun sau serviciu care este nou sau semnificativ îmbunătățit. Acestea includ îmbunătățiri semnificative în specificațiile tehnice, componentele și materialele, software-ul produsului, ușurința în utilizare sau alte caracteristici funcționale. Aici vom dori să găsim elemente TIC, inovare socială, economie circulară*
 |
| * ***Inovația de proces****: o metodă de producție sau de livrare nouă sau semnificativ îmbunătățită. Aceasta include schimbări semnificative în tehnicile, echipamentele și/sau software-ul (din nou dorim să găsim elemente TIC, inovare socială, economie circulară)*
 |
| * ***Inovația în marketing****: o nouă metodă de marketing care implică schimbări semnificative în designul sau ambalarea produselor, plasarea produselor, promovarea produselor sau prețurile.*
 |
| * ***Inovație organizațională****: o nouă metodă organizațională în practicile de afaceri, organizarea locului de muncă sau relațiile externe.*
 |

……*Insereaza aici textul tau*………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….

# III. PLANUL DE MARKETING ȘI VÂNZĂRI

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |
| --- |
| *Elementele cheie pe care va trebui să le evaluezi sunt:*  |
| * *Cine sunt clienții potențiali? Care sunt nevoile acestora? Definește piața vizată.*
 |
| * *Piața pe care vei intra este în creștere? Constantă? În declin?*
 |
| * *Cine sunt competitorii?*
 |
| * *Cum prosperă afacerile lor (de ce?)*
 |
| * *Cum vei promova propriile vânzări?*
 |
| * *Care este cota de piață pe care o țintești?*
 |
| * *Poate fi extinsă piața?*
 |
| * *Cum vei atrage, menține și crește cota de piață? Ce strategie ai?*
 |
| * *Care este politica de prețuri?*
 |
| *Abordarea se va realiza în două etape.* *Prima etapă include analiză și cercetare. Va trebui să analizezi și să explici cine sunt clienții, să identifici piața țintă, să măsori piața și tendințele ei, să estimezi cota de piață pe care aștepți să o deții. Include justificări pentru orice date menționate și, desigur, sursa lor. Fă tot posibilul să fii realist. Identifică competitorii și analizează punctele lor tari și slabe în raport cu ale tale. Fii sincer și corect. La final descrie de ce ești mai bun decât concurența?* *Partea a doua este planul de marketing ce va trebui să conțină strategia de marketing (nu uita de obiective), vânzări, distribuție, stabilire a prețului, promovare și conștientizare. Demonstrează cu claritate cum vei obține profit pe baza strategiei de stabilire a prețurilor. Identifică costurile de promovare și valideazăi strategia propusă (costuri în raport cu rezultate).* |

 |

……*Insereaza aici textul tau*………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….

## III.1. Analiza SWOT a afacerii

|  |
| --- |
| *Analiza SWOT este o metodologie de analiză a unui proiect sau a unei afaceri. Numele este un acronim din limba engleză și este descriptiv:* ***S****trengths (puncte tari),* ***W****eaknesses (puncte slabe),* ***O****pportunities (oportunităţi),* ***T****hreats (riscuri).* |
| *Punctele forte și cele slabe sunt legate de firmă și de strategiile acesteia și de modul cum se compară cu concurența. Oportunitățile și amenințările vin dinspre mediul de piață și din direcția concurenței; de regulă sunt factori asupra cărora firma nu are niciun control. Analiza SWOT ia în considerare organizarea firmei, performanțele acesteia, produsele cheie și piețele strategice.* |
| ***Puncte tari*** | ***Puncte slabe*** |
| ***Oportunități*** | ***Amenințări*** |

……*Insereaza aici textul tau*………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….

## III.2. Analiza pieței

###  *III.2.1. Piața vizată*

|  |
| --- |
| *Descrierea pieței presupune:*  |
| * *descrierea ariei geografice de acoperire a produsului/serviciului;*
 |
| * *descrierea consumatorilor/clienților potențiali ai produsului/serviciului;*
 |
| * *descrierea preferințelor potențialilor clienți;*
 |
| * *descrierea tipului de cerere (de ex. elastică, neelastică); prognoza cererii;*
 |
| * *analiza stadiului actual al pieței – nevoi și tendințe;*
 |

……*Insereaza aici textul tau*………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….

### *III.2.2. Concurența*

|  |
| --- |
| *Descrierea concurenței constă în:* |
| * *identificarea posibililor concurenți (primii 5)*
 |
| * *identificarea și prezentarea punctelor tari și a punctelor slabe, respectiv a avantajelor competitive ale concurenților și ale produselor/serviciilor acestora în comparație cu produsele/serviciile pe care dorești să le furnizezi;*
 |
| * *descrierea trendului concurenților: sunt în creștere, stagnează, sunt în declin;*
 |
| * *prezentarea gradului de popularitate al concurenților/cât sunt de cunoscuți pe piață concurenții?*
 |

*……Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

## III.3. Mixul de marketing (4P – descriere produs, preț, promovare, plasare)

|  |
| --- |
| *Mixul de marketing este un termen utilizat pentru a descrie ansamblul de metode folosit de o firmă pentru a-și promova serviciile și produsele în mod eficient, unui tip de consumator specific.*  |
|  |
| *Mixul este cunoscut și sub numele de ”****cei 4 P****”:* |
|  |
| * ***PRODUS (product) –*** *descrie și prezintă**detaliat produsele/serviciile pe care dorești să le furnizezi. Descrierea* ***produsului****: caracteristici fizice (mărime, formă, culoare, design, capacități), tehnologia utilizată în producerea/ dezvoltarea lui (materii prime, echipamente, forță de muncă, patente etc). Descrieți procesul tehnologic.*
* *Descrierea* ***SERVICIILOR*** *: ce reprezintă, ce nevoi satisface, care sunt materialele și echipamentele necesare prestării serviciului, etape în procesul de prestare a serviciului, beneficii pentru clienți. Evidențiază calitățile/avantajele produsului/ serviciului tău față de cele ale competitorilor. Prezintă principalii furnizori de materii prime și materiale. Precizează ponderea materiilor prime și a materialelor, în funcție de proveniență (de ex. local, indigen, import).*
 |
|  |
| * ***PREȚ (price) -*** *stabilește**strategia/politica de preț; Politica de preț te ajută să atragi clienți, pe de o parte, și să poți lupta cu concurența, pe de altă parte; Exemple de strategii de preț:*
 |
| * *costurile și preturile la vânzarea en-detail;*
 |
| * *poziția competitivă;*
 |
| * *prețuri sub cele ale concurenței;*
 |
| * *prețuri peste cele ale concurenței;*
 |
| * *prețuri aliniate;*
 |
| * *prețuri multiple;*
 |
| * *costurile și prețurile serviciilor (doar pentru afacerile cu servicii);*
 |
|  |
| * ***PROMOVARE (promotion) –*** *stabilește**modalitățile de promovare, grupuri țintă, plan de promovare. Aici trebuie să stabilești:*
 |
| * *care sunt necesitățile în materie de lansare și promovare;*
 |
| * *care sunt mijloacele pe care le vei folosi pentru a te face cunoscut/pentru a ajunge la potențialii clienți: de ex. pliante, mailing, afișaj, publicitate în presă, distribuția de fluturași, contacte cu firmele, publicitate radio, publicitate TV, Internet;*
 |
| * *care sunt metodele care ar trebui folosite și care este bugetul consacrat acelui tip de metodă; care este rentabilitatea respectivei metode;*
 |
| * *calendarul acțiunilor publicitare/de promovare;*
 |
|  |
| * ***PLASARE (furnizare, distribuție) –*** *precizează modalitatea de plasare/livrare a produselor/furnizare către clienți. Aici vor fi descrise modurile în care vor fi distribuite produsele clienților și măsura în care ele sunt mai eficiente decât ale concurenței. De ex. prin intermediul punctelor proprii de desfacere, prin intermediul altor magazine/lanțuri de magazine, catering, prin intermediul unei firme de distribuție sau de livrări etc.*
 |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

## III.4. Strategia de vânzări

|  |
| --- |
| *În cadrul acestei secțiuni trebuie să descrii detalii despre:** *promoții*
* *relații cu clienți*
* *parteneriate strategice*
* *procedura de vânzări*
 |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

# IV. PLANUL DE MANAGEMENT ȘI ORGANIZARE

## IV.1. Echipa și managementul firmei

|  |
| --- |
| *În cadrul acestei secțiuni trebuie să descrii:* |
| * + *Experiența pe care o aduci în afacere;*
 |
| * + *Cunoștințele teoretice și calificările pe care le ai și care pot fi utile în afacere;*
 |
| * + *Slăbiciunile pe care le ai și cum poți să le compensezi;*
 |
| * + *Structura echipei și atribuțiile ce revin fiecărui membru;*
 |
| * + *Care este profilul ideal al viitorilor angajați?*
 |
| * + *Câți angajați vei avea la începutul afacerii și cum va evolua numărul acestora pe parcurs?*
 |
| * + *Când și cum, prin ce metode vei face recrutarea și selecția angajaților?*
 |
| * + *Roluri /responsabilități/ calificările și experiența necesară pentru fiecare persoană,*
 |
| * + *Buget pentru salarii și alte beneficii oferite personalului*
 |
| * + *Proceduri de angajare*
 |
| * + *Cum vei plăti salariații și ce tip de beneficii le vei acorda?*
 |
| ***Numărul de locuri de muncă create ca urmare a derulării afacerii*** *(trebuie să creați minim 2 locuri de muncă pe care să le mențineți cel puțin până la finalul perioadei de sustenabilitate a proiectului** *....... (nr.) locuri de muncă create*

***Din numărul total de locuri de muncă create, specificați dacă vizați angajarea unor persoane din categorii defavorizate si numărul acestora****:** familii și persoane singure - .............(nr.) persoane* * familiile beneficiare de alocație pentru susținerea familiei - .............(nr.) persoane** șomerii - .............(nr.) persoane** pensionari - .............(nr.) persoane** persoanele cu handicap - .............(nr.) persoane** tineri- .............(nr.) persoane** persoane de etnie romă - .............(nr.) persoane** persoane din mediul rural - .............(nr.) persoane** alte persoane din categorii vulnerabile - .............(nr.) persoane****Detaliați acțiunile concrete prin care veți asigura egalitatea de șanse si tratament egal a persoanelor în cadrul firmei.*** |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

## IV.2. Fluxul operațional

|  |
| --- |
| *În cadrul acestei secțiuni trebuie să descrii:* |
| * *Cum vei livra produsele sau serviciile?*
 |
| * *Care sunt etapele procesului?*
 |
| * *De ce ai nevoie să deții în proprietate sau să închiriezi?*
 |
| * *Cine se ocupă de informarea clienților?*
 |
| * *Cine face și ce face?*
 |
| * *Întreținerea /curățenia spațiilor*
 |
| * *Asigurarea la riscuri a bunurilor*

*Această secțiune va trebui să coreleze Activitățile firmei – Resursa umană – Resurse materiale – Buget. Se poate face și tabelar.* |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

## IV.3. Elemente ale dezvoltării durabile și reducerea CO2

|  |
| --- |
| *Explică cum vei include în afacerea ta elemente concrete ale dezvoltării durabile și reducerea CO2 (descriere măsuri, avantaje pe piață în urma implementării măsurilor, costuri aferente etc)* |
|  |
| *Este important să înțelegi care este amprenta ecologică a afacerii tale. Prin urmare, descrie ce tip de materii prime și materiale vei utiliza, cum vei aborda procesele de:*  |
| * *recuperare, refolosire, reparare, reciclare,*
 |
| * *managementul deșeurilor*
 |
| * *managementul resurselor*
 |
| * *cum te gândești să înlocuiești modelul de economie lineară: extrage resurse – utilizează – aruncă, cu modelul circular: proiectează produsul – extrage resurse - utilizează resursele - recuperează, refolosește, reciclează, practic să nu produci deșeuri.*
 |
| * *ce reglementări trebuie să consideri?*
 |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

## IV.4. Responsabilitate și inovare socială

|  |
| --- |
| *Explică cum vei include în afacerea ta elemente concrete de responsabilitate și inovare socială (descriere, avantaje pe piață, costuri aferente etc.)**Se vor lua în considerare cel puțin următoarele elemente:* |
| * ***Activități pentru angajați de îmbunătățire a calității locului de muncă****: ex: dezvoltare personală și profesională și evoluția carierei; siguranță la locul de muncă; incluziune pe piața muncii pentru persoane cu risc de excluziune; bunăstare fizică & psihică la locul de muncă, politici de salarizare și premiere ce îmbunătățesc condițiile de trai ale angajaților, implicarea angajaților în decizii și automanagement; programe pentru susținerea angajaților cu familii / copii: echilibru viață profesională - viață privată; programe pentru angajaților părinți singuri; programe pentru reintegrarea la locul de muncă a femeilor după perioada de maternitate și creștere a copilului etc*
* ***Activități pentru societate și comunitate locală****: ex: civism corporatist; programe pentru susținerea democrației și respectarea drepturior omului; dezvoltarea de produse și servicii dedicate unor nevoi comunitare insuficient satisfăcute; susținerea (financiară, cu competențe profesionale) unor programe locale în beneficiu comunitar: educație, sănătate, incluziune economică și socială, democrație, cultură, cercetare; susținerea antreprenoriatului social la nivel local (finanțări, voluntariat pentru consultanță, parteneriate de afaceri, facilități etc.); implicarea în parteneriate public-privat pentru dezvoltarea comunităților etc*
* ***Activități pentru Parteneri de afaceri****: furnizori, distribuitori etc.: ex: susținerea economiei locale, a piețelor locale, a schimbului de bunuri și servicii; încurajarea antreprenoriatului local, în particular a antreprenoriatului social; încurajarea inovației la nivel local; corectitudine și onestitate în relațiile cu furnizorii și distribuitorii; promovarea furnizorilor și distribuitorilor responsabili social și față de mediu*
* ***Activități pentru clienți****: ex: produse și servicii de calitate, adecvate nevoilor clienților; tratament corect al clienților; sănătatea și siguranța clienților; servicii de suport clienți; protejarea datelor cu caracter privat ale clienților*
 |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

## IV.5. Utilizarea instrumentelor IT (TIC)

|  |
| --- |
| *Explică cum vei include în afacerea ta elemente concrete de utilizare a instrumentelor IT și de comunicații (descriere, avantaje pe piață, costuri aferente etc)* |
| *Se vor lua în considerare cel puțin următoarele elemente:* |
| * *Achiziția de echipamente TIC basic (birotică)*
 |
| * *Achiziția de echipamente TIC specific activității pentru care se solicită finanțarea*
 |
| * *Achiziția de aplicații necesare activităților finanțate*
 |
| * *Integrarea aplicațiilor cu echipamentele și explicarea valorii adăugate*
 |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

## IV.6. Cercetare, dezvoltare și inovare tehnologică (CDI)

|  |
| --- |
| *Explică cum vei include în afacerea ta elemente concrete de cercetare, dezvoltare și inovare tehnologică (CDI) (descriere, avantaje pe piață, costuri aferente etc)* |
|  |
| *Se vor lua în considerare cel puțin următoarele elemente:* |
| * *Activități de cercetare industrială și/sau de dezvoltare experimentală,*
* *Activități de inovare, activități de inovare de proces,*
* *Activități care susțin introducerea în producție, producerea și introducerea pe piață a unui produs (bun sau serviciu), proces, tehnologie, noi sau substanțial îmbunătățite*
* *Planul de afaceri răspunde unor probleme/nevoi sau oportunități de piață dovedite prin pre-contracte*
 |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

# V. PLANUL FINANCIAR

|  |
| --- |
| *În acest capitol se vor include următoarele informaţii şi situaţii financiare:*  |
| * *Necesarul de bani pentru finanţarea la început a afacerii*
 |
| * *Care vor fi sursele de finanțare*
* *Care este aportul propriu (cofinantarea dvs) la finantarea afacerii?*
 |
| * *Sursele de finanţare la început*
 |
| * *Situaţia veniturilor şi cheltuielilor estímate pe o perioadă de timp (3, 6 luni/1 an, 2 ani, 3 ani)*
 |
| * *Calculul de lichidităţi (cash- flow) lunar/trim/anual - estimare pe perioada de analiză*
 |
| * *Care sunt nevoile financiare?*
 |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

## V.1. Analiza investiției (bugetul)

|  |
| --- |
| *Bugetul investiției va conține cheltuielile aferente implementării planului de afaceri care sunt solicitate și decontate din ajutorul de minimis. Tipurile de costuri incluse în planul de afaceri vor respecta lista de cheltuieli eligibile – subvenții pentru înființarea de afaceri conform Schemei de ajutor de minimis din cadrul Innotech Student. In cadrul proiectului se va pune la dispoziție un model de lucru**Suma solicitată din ajutor de minimis:............................. lei**Aport propriu:............... lei, adică ............% din suma solicitată prin ajutor de minimis.**Bugetul va conține cheltuieli solicitate, astfel:** *Descrierea cheltuielii*
* *Nr. unități*
* *Cost unitar fără TVA*
* *TVA*
* *Cost total cu TVA*
 |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

## V.2. Situația de venituri și cheltuieli – Cash-flow

|  |
| --- |
| *În cadrul acestei secțiuni trebuie detaliate cheltuielile și veniturile preconizate* ***în fiecare lună*** *pentru primul an de funcționare și veniturile și cheltuielile* ***anuale*** *preconizate pentru* ***următorii 3 ani****.*  |
| *Secțiunea va include: situațiile financiare preconizate, respectiv* ***situația veniturilor și cheltuielilor și cash-flow-ul****/****fluxul de numerar****.*  |
| ***Situația veniturilor și cheltuielilor*** *este o situație financiară care arată performanțele unei firme pe o anumită perioadă de timp. Situația veniturilor și cheltuielilor este astfel concepută încât să fie citită pas cu pas, de sus în jos.*  |
| ***Cash-flow-ul*** *(fluxul de numerar) cuprinde toate intrările și ieșirile de bani, în timp ce situația veniturilor și cheltuielilor include veniturile și cheltuielile care pot fi mai mari decât fluxurile de numerar (se observă când apar vânzări și achiziții pe credit).* |
| *Cash-flow-ul furnizează o proiecție a următoarelor date:* |
| * *disponibilul bănesc la începutul perioadei la care se referă, adică soldul inițial al numerarului (în casierie și la bancă);*
 |
| * *încasările în numerar din perioada respectivă;*
 |
| * *plăţile în numerar ale aceleiași perioade;*
 |
| * *disponibilul bănesc la sfârșitul perioadei pentru care s-a întocmit această situație financiară: excedent de numerar sau cash-flow pozitiv (încasările sunt mai mari decât plățile) sau deficit de numerar adică cash-flow negativ (încasarile sunt mai mici decât plățile).*
 |
|  |
| ***Diferențele între cele două situații financiare*** *sunt următoarele:* |
| * *cash-flow-ul cuprinde toate intrările (încasările) și ieșirile (plățile) de bani, în timp ce situația veniturilor și cheltuielilor include veniturile și cheltuielile care pot fi mai mari decât fluxurile de numerar (se observă când apar vânzări și achiziții pe credit);*
 |
| * *cash-flow-ul nu cuprinde amortizarea. Amortizarea este o cheltuială care nu influențează soldul numerarului. Ea este cuprinsă în Situația veniturilor și cheltuielilor la partea de cheltuieli.*
 |
| * *ratele de plată a creditelor sunt ieșiri bănești, dar ele nu sunt considerate cheltuieli. Apar doar in Cash-flow la partea de Ieșiri (Plăţi).*
 |
|  |
| *O* ***posibilă variantă de defalcare a Situației de venituri și cheltuieli*** *este următoarea:* |
|  |
| * *Materii prime;*
 |
| * *Materiale consumabile (de ex. hârtie, toner etc.), materiale auxiliare;*
 |
| * *Costuri de personal (salarii, prime, bonusuri etc.);* ***Atenție!!!*** *Trebuie luate în calcularea costurilor și contribuțiile angajatului și ale angajatorului, respectiv impozitul pe venit!!*
 |
| * *Costuri de training și formare personal;*
 |
| * *Impozite și taxe locale;*
 |
| * *Servicii externe: de ex. contabilitate (obligatorie), consultanță juridică, consultanță IT etc;*
 |
| * *Costuri de spațiu: de ex. chirie pt. birouri, pt. spațiul de producție, pentru spațiul de vânzări;*
 |
| * *Utilități: apă/canal, încălzire, gaz, curent electric, internet, cablu, telefonie, salubritate, curățenie etc.*
 |
| * *Costuri cu echipamentele: reparații, întreținere și mentenanță;*
 |
| * *Costuri cu mijloacele de transport: combustibil, revizie, întreținere/reparații, asigurări, impozite;*
 |
| * *Costuri legate de procesul de vânzare: de ex. deplasări, materiale de prezentare, participări la târguri;*
 |
| * *Cheltuieli neprevăzute.*
 |

|  |
| --- |
| ***Venituri preconizate*** |
| *Se vor detalia veniturile preconizate* |
| **Cash-flow** |
| *Se va pune la dispoziție un model de lucru* |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

# VI. PLANIFICAREA

|  |
| --- |
| *Această secțiune este importantă deoarece va trebui să determini care sunt acțiunile pe care va trebui să le realizezi pentru a atinge obiectivele. Termenele și jaloanele pe care le propui vor trebui monitorizate continuu. Acest plan va fi util și pentru perioada de monitorizare.*  |
|  |
| *Vei lua în considerare:* |
| * *obiectivele propuse*
 |
| * *termenele de realizare*
 |
| * *monitorizarea din partea experților proiectului.*
 |
| * *rapoarte obligatorii*
 |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

# VII. SUSTENABILITATEA PLANULUI DE AFACERE

|  |
| --- |
| *Această secțiune este importantă deoarece sustenabilitatea unui plan de afaceri are ca scop dezvoltarea unei strategii pe termen lung.**Sustenabilitatea este un concept economic prin care se acordă importanță profitului, comunității și mediului înconjurător.**La momentul actual, există două concepte de sustenabilitate:** *sustenabilitatea economică;*
* *sustenabilitatea financiară.*
 |
| *O afacere sustenabilă din punct de vedere economic este o firmă care are în vedere mecanisme și planuri sau proiecte care să o ajute să se dezvolte fără a pune în pericol resursele pe care le are la dispoziție, sau mai bine zis, pe care și le-a propus să le utilizeze.**Sustenabilitatea financiară a unei firme se poate obține prin atragerea de fonduri prin diverse metode.* |

*…Insereaza aici textul tau………………………………………………………………………………………… …………………………………………………………………………………………………………………………….*

# VIII. ANEXE

|  |
| --- |
| *Se vor menționa toate anexele pe care le atașezi conform cerințelor din prezentul plan de afaceri, precum și alte documente pe care le consideri utile pentru justificarea planului tău de afacere.* |

1. https://www.oecd.org/sti/inno/oslomanualguidelinesforcollectingandinterpretinginnovationdata3rdedition.htm [↑](#footnote-ref-1)