Modelul planului de afaceri

Titlul proiectului :

Forma juridică de constituire:

Activitatea principală și codul CAEN al activității principale:

Activități secundare :

Adresa sediului social al întreprinderii (sau cel putin localitatea ):

Persoană aplicantă si date de contact:

Asociați, membrii și/sau acționari principali (doar în cazul SRL min.5% din capitalul social):

|  |  |
| --- | --- |
| **Numele și prenumele** | **Pondere in Capital social % ( doar pentru SRL)** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

1. **Rezumat;**

Prezentați pe scurt proiectul dvs. de intreprindere sociala

Cine sunteți? Care este problema sociala pe care doriti sa o abordati? Care este produsul, oportunitatea dvs. de piață și cum ati identificat-o? De ce credeti ca afacerea sociala va fi sustenabila si de ce credeti ca exista cerere pe piata si/sau cine va plati pentru produsele/serviciile dvs. O prezentare generală a scopului și cerințelor de finanțare (buget solicitat, numar angajati, etc.).

|  |
| --- |
|  |

1. Obiectivele planului de afaceri :

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Denumire obiectiv** | **UM** | **Anul 1 (2020)** | **Anul 2**  **(2021)** | **Anul 3**  **(2022)** |
| Numar de angajati | Nr. persoane |  |  |  |

1. **Misiunea socială/programele sociale ale întreprinderii sociale;**

Punctul de plecare în definirea misiunii sociale al oricărei întreprinderi sociale este să fie clar ce anume încearcă să obțină, care este motivația – de ce? - și cum va face acest lucru. Întreprinderea dvs. socială trebuie să aibă o misiune clar definită, care comunică ce face, cum o face și de ce o face.

Care este scopul social?

Ce schimbări doriți pe termen lung ?

Dacă ați avea succes, care ar fi rezultatul ( calitativ, cantitativ)?

Care a fost inspirația (intreprindere similara, persoana, poveste) pentru fondatori în demararea intreprinderii?

|  |
| --- |
|  |

1. **Problema socială a cărei rezolvare constituie misiunea socială a întreprinderii: categoriile de persoane cărora li se adresează întreprinderea socială respectivă și nevoile sociale ale acestora, zona geografică, problema comunitară/de mediu pe care încearcă să o rezolve întreprinderea;**

Majoritatea întreprinderilor sociale vor aborda o problemă socială; cu toate acestea, unele abordează multiple probleme. De exemplu, acesta ar putea fi: combaterea ratelor de alfabetizare scăzute în gospodăriile cu venituri mici, angajarea unor foști infractori într-o muncă durabilă și semnificativă, etc.

- Care este situația de fapt pe care vă gândiți să o abordați?

- De ce este aceasta o problemă socială ?

- Cine sunt cei mai afectați de această problemă/situație?

- Sunt anumite caracteristici ale celor afectați, cum ar fi vârsta sau circumstanțele lor, sau condițiile lor sociale sau de locuit ?

- Încercați să identificați experiențele tipice ale populației / segmentelor țintă în această situație

- Identificați tendințele sau modificările viitoare așteptate care pot schimba situația (bună sau rea)

- Care sunt sursele dvs. de identificare a acestei situații ca fiind o problema?

- Cine mai are de-a face cu problema sau cine mai atrage atenția oamenilor asupra acesteia?

1. **Descrierea produsului/produselor, serviciului/serviciilor, respectiv a lucrării/lucrărilor care vor face obiectul activității întreprinderilor sociale, inclusiv întreprinderilor sociale de inserție;**

Descrieti caracteristicile fizice ale produselor/serviciilor: În cazul unui produs, este de obicei o descriere a caracteristicilor fizice. Este adesea util să includeți o fotografie, un desen sau o macheta. În cazul unui serviciu, o diagramă poate fi relevanta pentru intelegerea naturii serviciului.

|  |
| --- |
|  |

Descrieti beneficiile produselor/serviciilor, respectiv natura diferitelor utilizări și a avantajelor comparative. Accentuati caracteristicile unice ale produsului sau serviciului. Explicați modul în care clienții dvs. ar trebui sa vada produsele / serviciile dvs, fie că sunt privite ca o necesitate, un lux sau ceva între acestea. Este important să ne concentrăm pe stadiul de dezvoltare a produsului sau serviciului, inclusiv asupra modului în care atât produse cât și serviciile au evoluat până la starea actuală și cum vor evolua în viitor.

De asemenea, includeti descrieri ale serviciilor suport pe care le veti oferi si care fac parte din produsul/serviciul potential, daca este cazul.

|  |
| --- |
|  |

Ce nevoie trebuie să acopere produsul sau serviciul dvs.?

De ce ar trebui clienţii să vă cumpere produsul sau serviciul?

Cum veţi prezenta produsul clienţilor? (Concentraţi-vă pe nevoile la care răspundeţi şi nu pe trăsăturile produsului.)

Care este imaginea dvs.? (Percepţia publicului general despre produsul dvs., cunoscută sub denumirea de “brand”).

Veţi comunica aspectul social al afacerii prin produsele/serviciile dvs.? Cum? Aceasta va ajuta sau afecta brand-ul dvs. ?

|  |
| --- |
|  |

1. **Modul în care se integrează activitatea întreprinderii în contextul social și în cel economic din zona respectivă: elemente de analiză de piață privind activitatea care face obiectul Planului de afaceri;**
2. **Analiza pieței**

Definiti problema reala pe care afacerea isi propune sa o rezolve pentru clientii sai si cum a fost aceasta identificata.

|  |
| --- |
|  |

Prezentati solutia pe care o ofera produsele/serviciile dvs. pentru aceasta/aceste probleme.

|  |
| --- |
|  |

Justificati faptul că clienții vor fi dispuși să plătească pentru aceasta soluție si modul în care clienții potențiali rezolva aceste probleme in prezent.

|  |
| --- |
|  |

Identificati concurentii dvs directi si indirecti in corelatie cu solutiile oferite de acestia la problemele potentialilor dvs. clienti.

|  |
| --- |
|  |

Analizati avantajele si dezavantajele comparative si/sau competitive fata de solutiile oferite de concurenta.

|  |
| --- |
|  |

Identificati tendintele si influentele care actioneaza in piata si care determina caracteristicile, marimea si maturitatea acesteia.

|  |
| --- |
|  |

Cum se raportează misiunea economică ( rezolvarea problemelor clienților) la misiunea socială a intreprinderii ?

|  |
| --- |
|  |

1. **Strategia de marketing**

**Startegia de audiență** - Descrieti cui va fi adresata aceasta strategie. Aceștia pot fi direct clienții sau alte categorii de facilitatori – factori de influență, factori de constrângere, medii de propagare, etc. Definiti audiența ideală pentru strategia dvs. de marketing.

|  |
| --- |
|  |

**Strategia de stabilire a prețurilor** - Descrieti strategia de stabilire a preturilor avand in vedere ca trebuie să vă potriviți prețurile cu imaginea afacerii dvs. și cu natura clientelei dvs., acoperind totodată costurile de producție și de exploatare, dar si asigurarea unei marje de profit necesara pentru supraviețuirea si mai ales dezvoltarea afacerii dvs.

|  |
| --- |
|  |

**Strategia de comunicare**. Descrieti stategia de comunicare in termeni de obiective, mesaje, canale de comunicare.

|  |
| --- |
|  |

**Strategia de distribuție.** Descrieti strategia de distributie si definiti canale de distributie avand in vedere toate elementele care definesc aceasta strategie ( tipul : direct, indirect, lungimea lantului de distributie, strategiile : intensiv, exclusiv, selectiv, etc.)

|  |
| --- |
|  |

1. **Modelul de organizare și funcționare a întreprinderii sociale, cu accent pe modul în care se asigură participarea membrilor și a altor actori interesați, inclusiv persone din grupuri vulnerabile, dacă acestea fac parte din grupurile vizate de întreprindere, la deciziile privind activitățile acesteia și modul în care acesta reflectă principiile prevăzute la art. 4 din Legea nr. 219/2015 privind economia socială;**
2. Modelul de organizare și funcționare a întreprinderii sociale

Descrieti modul în care vă veți structura afacerea și modul în care veți realiza tot ceea ce prezentați în celelalte părței în planul dvs. de afaceri. Elemente de luat în considerare pentru schema organizatorică :

* Locația – descrierea locației optime, dacă aceasta există sau se mai caută, dacă este/va fi proprietate sau închiriată, suprafața, avantaje și dezavantaje, justificarea alegerii unei locații, va fi fixă sau mobilă?

|  |
| --- |
|  |

* Producția de bunuri și prestarea de servicii - Dacă creați un produs, cum va funcționa procesul de producție? Descrieți fiecare etapă majoră, inclusiv orice proces care este externalizat și tehnologiile pe care le utilizați, amintiți-vă că scrieți pentru cineva care poate să nu înțeleagă acronimele și jargonul obișnuit în industria dvs. Detaliați ce veți produce, cât de mult veți produce și cât timp va dura producția unei unități. De asemenea, elaborați pe ce metode de control al calității vă veți baza, atât în ​​timpul, cât și după producție. Același lucru este valabil și pentru servicii. Cum vă veți potrivi modul de prestare a serviciilor cu problemele clienților ? Dacă veți presta servicii personalizate, evaluați factorii universali și pe cei particulari și influența acestora în definirea unor proceduri și decizii interne.

|  |
| --- |
|  |

* Gestiunea aprovizionării și inventarului – Descrieti necesitatile de aprovizionare ( materii prime, materiale, consumabile, marfuri ). De asemenea, este important să explicați modul în care vă veti gestiona inventarul.

|  |
| --- |
|  |

* Rolul și justificarea investițiilor (bugetul schemei de minimis)– indiferent de sursă, investițiile trebuie să aibă un potențial de valorificare semnificativ pentru afacere. Descrieți cât mai detaliat modul în care acestea vor aduce beneficii intreprinderii sociale – pe termen scurt sau pe termen lung.

|  |
| --- |
|  |

* Echipa de management și politica de resurse umane - Descrieți cine sunt sau cine trebuie să fie membrii echipei si angajatii, calificările, competențele și responsabilitățile lor. Puteți include o diagramă organizatorică. Care este filozofia echipei și cultura pe care vreți să o aduceți în intreprindere și cum vor contribui acestea la succesul organizației? Cum vedeți motivațiile și recompensele? Subliniați modul în care mediile din care provin ( sau proveniți ) v-au pregătit pentru a face față provocării de a lansa o intreprindere socială .

|  |
| --- |
|  |

1. **Modul în care se asigură participarea membrilor și a altor actori interesați, inclusiv persone din grupuri vulnerabile, dacă acestea fac parte din grupurile vizate de întreprindere, la deciziile privind activitățile acesteia și modul în care acesta reflectă principiile prevăzute la art. 4 din Legea nr. 219/2015 privind economia socială;**
2. prioritate acordată individului şi obiectivelor sociale faţă de creşterea profitului

|  |
| --- |
|  |

1. solidaritate şi responsabilitate colectivă;

|  |
| --- |
|  |

1. convergenţa dintre interesele membrilor asociaţi şi interesul general şi/sau interesele unei colectivităţi;

|  |
| --- |
|  |

1. control democratic al membrilor, exercitat asupra activităţilor desfăşurate;

|  |
| --- |
|  |

1. caracter voluntar şi liber al asocierii în formele de organizare specifice domeniului economiei sociale;

|  |
| --- |
|  |

1. personalitate juridică distinctă, autonomie de gestiune şi independenţă faţă de autorităţile publice;

|  |
| --- |
|  |

1. alocarea celei mai mari părţi a profitului/excedentului financiar pentru atingerea obiectivelor de interes general, ale unei colectivităţi sau în interesul personal nepatrimonial al membrilor.

|  |
| --- |
|  |

1. **Direcțiile strategice de dezvoltare a întreprinderii, având în vedere atât activitatea economică, cât și misiunea/programele sociale ale acesteia;**

Descrieti direcțiile strategice de dezvoltare a întreprinderii, având în vedere atât activitatea economică, cât și misiunea/programele sociale ale acesteia:

|  |
| --- |
|  |

1. **Numărul de persone angajate în întrepriderile sociale nou înființate;**

Obiectuvele planului de afaceri:

**Numărul de angajați asumați în cadrul prezentului plan de afaceri : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

1. **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;**

Identificati punctele tari și punctele slabe ( influențe interne), dar și oportunitățile și amenințările ( influențe externe ) la adresa intreprinderii sociale, corelate cu domeniile de risc (misiunea socială, costurile sociale, modalitățile de abordare a problemelor sociale, piata, management, produse/servicii, marketig, legislatie, finantare )

Efectul proiectului trebuie izolat, de asemenea, prin evaluarea impactului altor factori de influență. Trebuie să identificați eventualii factori care pot contribui la succesul proiectului, altele decât planificarea. De exemplu, anumite așteptări ale comunității/beneficialor, tendințele pieței, confuziile, schimbările culturale, evenimentele majore, publicitatea, modificarea reglementărilor din industrie, modificările legislative vor influența succesul general, deci este important să extrapolati impactul acestor activități dincolo de planificare.

Priviți analiza SWOT nu doar din punct de vedere static. Toate elementele acesteia au o dinamică proprie, dar și de sistem. Legați punctele tari de oportunități și amenințări și arătați cum veți aborda punctele slabe în contexte viitoare.

|  |
| --- |
|  |

1. **Planul de finanțare al întreprinderii: va include modalitatea prin care se va finanța întreprinderea socială, inclusiv prin intermediul unei finanțări nerambursabile;**

Descrieti ipotezele care stau la baza estimarilor privind veniturile ( factori determinanti ) si estimati nivelul acestora pentru urmatorii 3 ani

|  |
| --- |
|  |

Descrieti ipotezele care stau la baza estimarii cheltuielilor fixe si variabile in scopul realizarii veniturilor estimate anterior si estimati aceste costuri pe o perioada de 3 ani.

|  |
| --- |
|  |

Calculati pragul de rentabilitate si estimati profitul firmei pentru urmatorii 3 ani.

|  |
| --- |
|  |

1. **Rezultate economice și sociale specific preconizate: solicitantul/partenerul va defini în proiect un set de rezultate proprii corespunzătoare activităților planificate;**

Descrieți și analizați impactul direct, indirect și eventual cumulat, adică schimbările pe termen mediu/lung, pentru indivizi, comunități și societate în ansamblu, care rezultă din activitățile sau produsele/serviciile furnizate de intreprinderea socială.

|  |
| --- |
|  |

Descrieți modalitățile de evaluare și monitorizare a impactului social, modalitățile de identificare a abaterilor de la acțiunea propusă și gestionarea oricărui impact important neanticipat.

|  |
| --- |
|  |

1. **Contribuția la indicatorii POCU (obligatoriu);**

Justificați contributia intreprinderii sociale la promovarea concretă a sprijinirii tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor.

|  |
| --- |
|  |

Descrieți măsurile ce vor promova concret inovarea socială conform prevederilor secțiunii 1.4 a Ghidului solicitantului “Sprijin pentru înființarea de întreprinderi sociale”

|  |
| --- |
|  |

1. Anexe
2. Bugetul de investitii (obligatoriu)
3. Prag de rentabilitate (obligatoriu)
4. Autoevaluare - GRILA DE VERIFICARE FAZA B. (obligatoriu)
5. Oferte
6. Chestionare, fise interviu, studii de piata
7. Machete, poze produse
8. Etc.