

Anexa 21_Plan de afaceri_Macheta financiară

Pentru proiectul cu titlul (completați titlul proiectului)
cod SMIS (completați codul SMIS al proiectului)

Structura prezentului plan de afaceri urmărește asigurarea complementarității informației prezentate în cererea de finanțare și anexele la aceasta, fără a relua aspectele deja tratate în cadrul documentelor menționate.

1. Istoricul activității societății până la momentul depunerii cererii de finanțare

Prezenta secțiune va conține maxim 2500 caractere

- 1.1. Denumirea societății și anul înființării.
- 1.2. Care a fost evoluția companiei de la înființarea societății: număr de angajați, structura asociați, profil de activitate, piețe de desfacere.
- 1.3. Care sunt în prezent principalele activități realizate, produse comercializate din portofoliu și piețe de desfacere: interne și/sau externe – inclusiv activități aferente codului CAEN pentru care se solicită finanțare?

Tabel 1: Istoricul activității

ACTIVITĂȚI	DOMENIUL (CODUL CAEN)	PRODUSE COMERCIALIZATE	PIAȚĂ DE DESFACERE
Activitate 1 (inclusiv descrierea acesteia)	Domeniul....., aferent clasei CAEN.....	Produs 1 Produs 2 ... Produs n	Se va completa cu opțiunea aplicabilă
Activitate 2 (inclusiv descrierea acesteia)			



2. Informații despre proiectul de investiții:

- 2.1. Prezentarea succintă a elementelor investiției, respectiv integrarea acestora cu activitatea propusă spre finanțare, justificarea necesității în cadrul fluxului tehnologic sau de producție, descrierea rolului și funcțiunii fiecărui echipament:

Tabel 2: Prezentarea fluxului tehnologic existent raportat la cel propus prin proiect

FLUX TEHNOLOGIC ACTUAL	FLUX TEHNOLOGIC PROPUȘ
Etapa 1	Etapa 1
.....
Etapa n	Etapa n

Tabel 3: Elementele de investiție raportate la fluxul tehnologic

ELEMENT DE INVESTIȚIE	JUSTIFICAREA NECESITĂȚII ELEMENTULUI DE INVESTIȚIE	ETAPA FLUX existent/sau nou, după caz	ROL ȘI FUNCȚIUNE (max. 500 caractere	Componenta de DEZVOLTARE DURABILĂ / Componentă de ECONOMIE CIRCULARĂ CERTIFICAT ECOLOGIC/ETICHETĂ ECOLOGICĂ *

*se va specifica care dintre elementele de investiție sunt incluse în componenta de dezvoltare durabilă, în componenta de economie circulară, respectiv care dintre elementele de investiție se estimează că va avea certificat ecologic/etichetă ecologică, conform detaliilor din Ghidul solicitantului de finanțare și Anexa 3.1_Grila de evaluare tehnică și financiară.





- 2.2. Rezultate urmărite prin investițiile propuse:
Se va descrie care sunt rezultatele urmărite prin investiția propusă spre finanțare: produse noi sau îmbunătățite, procese noi sau îmbunătățite, contribuția la dezvoltarea companiei, extinderea pieței existente/pătrunderea pe noi piețe, etc - max. 3.000 de caractere.
- 2.3. Modul în care tehnologiile noi, moderne, vor fi utilizate în producerea/menținerea/dezvoltarea produsului - max. 1.500 de caractere.
- 2.4. Caracterul inovativ¹ al investiției propuse din perspectiva produselor sau proceselor: Dacă este cazul, evidențiați caracterul inovativ al investiției, concretizat prin inovarea de produs și/sau de proces. Descrieți efectele la nivelul producției sau prestării de servicii ca urmare a implementării soluției inovative - max. 3000 caractere.
- 2.5. Investiții în economie circulară propuse prin proiect, inclusiv activități de dezvoltare de noi lanțuri de aprovizionare ecologice – elemente de investiție, activități, fluxuri, procese, impact asupra societății etc - max. 1500 caractere.
- 2.6. Achiziții verzi. Se vor menționa achizițiile verzi pentru lucrări, echipamente și dotări, în conformitate cu prevederile Legii nr. 69/2016, ale Ordinului nr. 1068/2018 și cu recomandările prevăzute în Ghidul privind achizițiile publice ecologice – document cu caracter orientativ al Comisiei Europene care vor fi realizate prin proiect. Se va avea în vedere că pentru obținerea unui punctaj, proiectul trebuie să propună realizarea de achiziții verzi - max. 3000 caractere.

¹ Inovația reprezintă un produs sau proces nou sau îmbunătățit (sau o combinație a acestora) care diferă semnificativ de produsele sau procesele anterioare ale întreprinderii și care a fost pus la dispoziția potențialilor utilizatori sub formă de produs sau utilizat de către unitate sub formă de proces.

Inovația este bazată pe rezultatele unor tehnologii noi, a unor dezvoltări tehnologice, a noi combinații ale tehnologiei existente sau utilizarea altor cunoștințe obținute de întreprindere. Inovația trebuie să fie nouă pentru întreprindere, dar nu este necesar să fie nouă pentru sectorul de activitate sau pentru piață. Nu are importanță dacă inovația a apărut inițial în întreprinderea respondentă sau în alte întreprinderi.

Inovația de produs: un bun sau un serviciu nou sau îmbunătățit, care diferă semnificativ de bunurile sau serviciile anterioare ale firmei și care este introdus pe piață. Produsele reprezintă rezultatul economic al activităților de producție. Inovațiile de produs trebuie să ofere îmbunătățiri semnificative la una sau mai multe caracteristici sau specificații de performanță. Aceasta include adăugarea de noi funcții sau îmbunătățiri ale funcțiilor existente sau ale utilizării. Caracteristicile funcționale relevante includ: calitatea, specificațiile tehnice, fiabilitatea, durabilitatea, eficiența economică în timpul utilizării, accesibilitatea, confortul, capacitatea de utilizare și ușurința de utilizare. Inovațiile de produs nu trebuie să îmbunătățească toate funcțiile sau specificațiile de performanță. O îmbunătățire sau adăugarea unei noi funcții poate fi, de asemenea combinată cu o pierdere a altor funcții sau o scădere a unor specificații de performanță. Inovațiile de produs pot utiliza cunoștințe sau tehnologii noi sau se pot baza pe noi utilizări sau combinații de cunoștințe sau tehnologii existente.

Inovația de proces: un proces de afaceri nou sau îmbunătățit pentru una sau mai multe funcții de afaceri, care diferă semnificativ de procesele de afaceri anterioare ale firmei și care a fost introdus de către firmă. Toate funcțiile de afaceri pot face obiectul activității de inovare. Termenul proces de afaceri include funcția principală de afaceri de a produce bunuri și servicii și funcții de sprijin, cum ar fi: distribuția și logistica, marketingul, vânzările și serviciile post-vânzare, servicii de tehnologie a informației și comunicațiilor pentru firme, funcții administrative și de management, servicii de inginerie și servicii tehnice conexe pentru firmă și dezvoltare de produs și procese de afaceri.

Prin prezentul ghid se are în vedere funcția principală de afaceri de a produce bunuri și servicii. În acest context, atât procesele de afaceri noi, cât și cele îmbunătățite pot fi motivate de obiective ce urmăresc: reducerea costurilor, îmbunătățirea calității produselor, reducerea duratei fluxului de fabricație, reducerea cantității de deșeuri rezultate, îmbunătățirea calității muncii angajaților implicați în proces pentru a îndeplini cerințe de reglementare.

Nu se consideră inovație de proces simpla achiziție de echipamente performante și includerea acestora în procesul de producție existent.



3. Potențialul de dezvoltare a societății pe plan extern, ca urmare a implementării proiectului, dacă este cazul

Tabel 4: Potențialul de dezvoltare a societății

SOLICITARE	RĂSPUNS
Premise - competențe și abilități ce au consacrat-o pe piața internă: avantajul tehnologic, avantaje financiare, avantaje de marketing, putere financiară: e.g. exportul de bunuri, operațiunile comerciale combinate	Max. 500 caractere
Realizarea de alianțe și cooperări - strategii asociate de pătrundere pe piața externă; încheierea de contracte externe; cooperări pe baze contractuale - licențierea, franciză, subcontractarea, coproducția în întreprinderi separate, contractul de management etc.; alianțele strategice sub forma consorțiilor pentru construirea de obiective în comun, pentru livrări la cheie sau alte tipuri de alianțe	Max. 1000 caractere
Implementarea în țările terțe – valorificarea avantajelor de localizare în străinătate, firma dezvoltându-si capacitatile comerciale si de productie pe pietele locale si straine si adaptandu-si strategia si modul de operare în funcție de specificul acestor piete	Max. 1000 caractere

4. Resursele umane implicate în implementarea proiectului și în operarea investiției

4.1. Echipa de implementare a proiectului

Tabel 5: Echipa de implementare a proiectului

MEMBRII	POZIȚIE/FUNCȚIE	RESPONSABILITĂȚI (max. 500 caractere)

4.2. Planificarea resurselor umane implicate în operarea (exploatarea) investiției - max. 1500 caractere:

- Denumire posturi, atribuții principale posturi, experiență solicitată pentru aplicanți, posibilități de perfecționare/calificare pentru personal.
- Analiza integrării elementelor de investiție cu activitatea propusă spre finanțare și cu locurile de muncă create ca urmare a implementării proiectului.



5. Strategia de marketing

5.1. Segmentul de piață vizat - Se va/vor detalia tipologia/tipologiile aplicabile.

Tabel 6: Segmentul de piață vizat

Tipologie	Descrierea succintă a segmentului
Business to Customer B2C	max 500 de caractere
Business to Business - public și privat- B2B	max 500 de caractere

5.2. Caracteristicile pieței țintă - Se vor detalia caracteristicile aplicabile

Tabel 7: Caracteristicile pieței țintă

SOLICITARE	DATE STATISTICE	SURSE STATISTICE
Dimensiunea pieței țintă - max. 500 caractere		
Aria geografică de acoperire a produsului - max. 500 caractere		
Stadiul actual al pieței - max. 500 caractere		
Tendențele și potențialul de evoluție a pieței - max. 500 caractere		

5.3. Clienți potențiali

Tabel 8: Clienți potențiali

NR. CRT.	CLIEȚI POTENȚIALI	DOMENIUL DE ACTIVITATE*	LOCALIZARE GEOGRAFICĂ
1.			
2.			
3.			
4.			



5.

*Domeniul/codul CAEN aferent activității concurente cu cea a solicitantului de finanțare

5.4. Concurenți

Tabel 9: Concurenți

NR. CRT.	TOP CONCURENȚI	DOMENIUL DE ACTIVITATE*	CARACTERISTICILE DISTINCTIVE ALE PRODUSULUI CONCURENT
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

*Domeniul/codul CAEN aferent activității concurente cu cea a solicitantului de finanțare

5.5. Strategia de marketing

Tabel 10: Detalierea mixului de marketing

PRODUS	PREȚ	PROMOVARE	PLASAMENT (distribuție)
1. Se va detalia strategia de produs: dimensiunea și structura gamei de produse, nivelul calitativ al acestora, poziția pe piață	Se va detalia strategia de preț: prețul mediu estimat de vânzare, și elementele care au determinat stabilirea lui - costurile implicate, prețurile practicate de către competitori, elasticitatea cererii pentru produsul/serviciul oferit etc.	Se va detalia strategia de promovare: costuri implicate, canale de promovare, mass-media utilizată, principalele rezultate urmărite ca urmare a promovării etc.	Se va detalia strategia de plasament/distribuție: metode de vânzare și canale de distribuție



produsului etc.			

Tabel 11: Detalierea planului de marketing

PLANUL DE MARKETING						
Nr. crt.	Activitate	Rezultat	Luna 1	Luna 2	...	Luna n
1.						
2.						
3.						
4.						

6. Ipoteze previziune financiară

Ipotezele de fundamentare a veniturilor și cheltuielilor viitoare (minim 3 ani) – maxim 3000 caractere.

Aceste ipoteze vor argumenta valoarea cifrei de afaceri și a rezultatului exercițiului financiar N+3, fiind considerate în macheta financiară pentru calculul productivității muncii și a ratei de profitabilitate în anul N+3.

Perioada de durabilitate a contractului de finanțare se va considera perioada de 3 (trei) ani de la efectuarea plății finale în cadrul contractului de finanțare. Anul 3 de durabilitate reprezintă anul 3 de la efectuarea plății finale în cadrul contractului de finanțare.



Se vor avea în vedere următoarele:

- În proiecția veniturilor se vor avea în vedere veniturile asupra cărora implementarea investiției produce efecte, respectiv rezultatele concrete din operarea infrastructurii sunt acele venituri legate nemijlocit de activitatea firmei conform obiectului sau de activitate.
- În estimarea costurilor se vor avea în vedere elementele de cost: costuri de personal, costuri de mentenanță/întreținere, costuri materiale, costuri administrative, etc asociate veniturilor.

7. Prezentarea ofertelor de preț

Tabel 12: Ofertele de preț

NR. CRT.	LUCRĂRI FĂRĂ AC/ ECHIPAMENT/SERVICIU	OFERTE	JUSTIFICARE SELECTARE OFERTĂ (max. 300 de caractere)
1.			
2.			
...			
n			

