



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operational Capital Uman 2014-2020

Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți

Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil managerial din zona urbană

Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia

Cod SMS Proiect - 105932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/3/7/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

PLAN DE AFACERI

Proiect “Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea
Sud-Muntenia”

COD PROIECT - 106932

Nume și Prenume Cursant: CIUTACU MARIUS



Parteneri:





UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți

Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin stabilirea întreprinderilor cu profil nou și/sau din zona urbană

Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia

Cod SMS Proiect - 105932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/3/7/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

I. DATE GENERALE DE IDENTIFICARE

1. Numele entității și forma de organizare	SC MC ARTI-ZEN PROD SRL Forma de organizare este de Societate cu Raspundere Limitata	
2. Activitatea principală a societății și codul CAEN al activității principale (CAEN rev. 2):	Activitatea principala este următoarea: Alte activități de tipărire n.c.a. - cod CAEN 1812	
3. Asociat majoritar:	CIUTACU Marius	
4. Reprezentant legal:	CIUTACU Marius	
5. Adresa:	Oraș Azuga, Str. Prahovei, nr. 32, bloc. 23, sc. B. et. 1, ap. 22, jud. Prahova.	
6. Telefon:	0729.382.392	
7. E-mail:	mrsciutacu@yahoo.com	
8. Localitatea unde se va înființa sediul social al firmei și/sau punctele de lucru.	Oraș Azuga, Str. Prahovei, nr. 32, bl. 23, sc. B, et. 1, ap. 22, jud. Prahova.	
9. Asociați sau acționari:		
	Numele și prenumele	Domiciliu
		Ponderea în capital social
	CIUTACU Marius	Oraș Azuga, Str. Prahovei, nr. 32, bloc 23, sc. B, et. 1, ap. 22, jud. Prahova
		100%

*** Se anexează documentele de identitate ale beneficiarului și acționarilor.



Parteneri:





UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți

Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderii cu profil nonagricol din zona urbană

Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia

Cod SMS Proiect - 105932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/377/106932



GUVERNUL ROMÂNIEI



Instrumente Structurale
2014-2020

II. DESCRIEREA AFACERII ȘI A STRATEGIEI DE IMPLEMENTARE A PLANULUI DE AFACERI

2.1 - Descrierea ideii de afaceri:

Ideea de afacere se rezumă la următoarele acțiuni: realizarea de printuri 3d de tip suveniruri, care pot fi realizate din materiale specifice și cu personalizare 100%. Astfel, lucrând în domeniul hotelier, am constatat de la turiști faptul că suvenirurile pe care aceștia le găsesc pentru a fi achiziționate din centrele comerciale sau de la vânzătorii artizanali nu au nimic special pentru a le trezi amintiri despre locurile pe care le vizitează, aceleași suveniruri sunt peste tot, majoritatea din ele produse în China, și care multe dintre ele arată foarte chicios.

Luând în considerare aceste aspecte, am luat hotărârea de a iniția o afacere pentru realizarea unor suveniruri 100% personalizate, de-a lungul timpului, am tot identificat mai multe modalități de a realiza aceste suveniruri, cautând echipamente, unelte și alte accesorii pe care să le utilizez pentru a realiza aceste suveniruri unicat.

Cautând pe internet aceste aspecte, am identificat imprimantele 3d, care lucrează cu tehnologie de ultimă generație și cu ajutorul cărora se pot crea aceste suveniruri personalizate sau unicate.

De asemenea, implementarea afacerii făcându-se într-o zonă aglomerată și cu potențial turistic, această afacere va funcționa în cele mai interesante aspecte.

Din punct de vedere al modului de lucru se vor crea mai multe tipuri de produse care vor fi comercializate în primul rând către structurile de cazare (pensuni și hoteluri) și cea de-a doua componentă se va orienta către turiștii care doresc să ia cu ei un suvenir personalizat și unicat.

Din punct de vedere al furnizorilor, putem discuta de tipul de furnizori care să ne pună la dispoziție prin cumpărare materie primă - în special rasina utilizată la printurile 3d.

În conformitate cu tehnologia utilizată, respectiv echipamentele și softurile necesare pentru desfășurarea activității avem următoarele: imprimante 3d două tipuri, una mai mare cu dimensiuni de producție pentru obiecte personalizate mai mari, una mai mică pentru producția unor suveniruri de dimensiuni mai mici, de asemenea, aceste aspecte sunt foarte importante pentru că în momentul în care se creează un suvenir, utilizarea rasinei este mai mare și necesită un volum de rasină de 3 ori mai mare decât cel consumat pentru realizarea suvenirului. Pe de altă parte, realizarea unui suvenir nu se poate face instant, necesită timp pentru printarea acestuia, unele durând și până la 12 ore. Într-un alt aspect este modul de utilizare al rasinei care este destul de pretentios în sensul că trebuie să fie ferit de razele UV pentru că acestea acționează la modul de cristalizare al rasinei, iar în cazul în care se uita rasina în raze UV aceasta nu va mai putea fi utilizată și prin urmare înseamnă pierderi.

Pe lângă aceste echipamente, s-a mai luat în considerare și un aparat de gravat pe diverse suprafețe (piele, carton, plastic, sticlă, metal) ce utilizează tehnologie laser, și care are o rapiditate foarte sporită. Întrucât pentru că unicitatea suvenirurilor să poată fi pusă în aplicare, este nevoie de tehnica de calcul avansată, acest lucru este posibil prin utilizarea celor 2 scanner 3d pe care le vom achiziționa prin intermediul acestui proiect, și care va transforma o imagine în coordonate vectoriale astfel încât imprimantele 3d sau aparatul de gravat să le poată transpune în realitate. Cu alte cuvinte, dacă un turist dorește să aibă un suvenir personalizat, poate veni cu familia de exemplu, aceștia vor fi scanati și apoi printati, după care a doua și sau prin intermediul curieratului se vor putea realiza copii ale acestora în miniatură, care pot fi de diferite dimensiuni, practic dimensiunea maximă fiind de aproximativ 30 cm.

De asemenea, costurile acestor tipuri de suveniruri vor fi în funcție de cantitatea de rasină utilizată, deoarece aceasta este destul de scumpă la momentul actual, respectiv aproximativ 1000 lei pentru 1000 ml, practic costul este de 1 leu pentru 1 mililitru. Într-un alt aspect, pentru o piesă de aproximativ 5 centimetri se consumă aproximativ 60 mililitri. Din perspectiva aprovizionării, avem nevoie de realizarea unui stoc de rasină, pentru că aceasta este nevoie să fie importată din străinătate, respectiv Marea Britanie sau SUA. Într-un alt aspect, termenul de livrare este de 3-4 săptămâni de la momentul realizării comenzii.

Odată cu achiziția acestor echipamente se vor achiziționa și licențele de utilizare ale echipamentelor.



Parteneri:



3



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru top

Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil tehnologic din zona urbană

Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia

Cod SMS Proiect - 105932. Nr Contract de finanțare - POCU/82/3/7/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

maxim 4000 caractere

2.2 - Viziune - Misiune - Valori

Viziunea companiei firmei pe termen scurt, mediu și lung este de a crește cifra de afaceri a societății oferind clienților lucrări personalizate cu design nou și divers cu gravare cu laser pe sticlă de tipul obiectelor mici, cum ar fi fotografiile 3D cu persoane, obiecte, etc., brelocuri, trofee, etc..

Misiunea este obținerea satisfacției totale a clienților referitor la calitate, livrare și politica de preț, precum și continuarea lor îmbunătățire, promptitudine și protecția mediului. Misiunea societății de dezvoltare durabilă este fondată pe o serie de valori: profesionalismul, inovația, spiritul de echipă, calitatea dezvoltării sale și rentabilitatea.

Obiectivul general al companiei este legat de realizarea investițiilor necesare pentru achiziția de echipamente necesare gravării sticlei cu laser în format 3D, printuri realizate în 3D pentru a fi utilizate la fotografierea în sticlă pentru a imaginilor 3D, precum și alte obiecte de tip suvenir. Acest obiectiv va fi îndeplinit prin intermediul strategiei pe termen scurt detaliată mai jos și prin accesarea de fonduri nerambursabile.

maxim 3000 caractere

2.3 - Obiective

2.3.1 - Obiective pe termen scurt (mai puțin de 1 an)

- Obiectivul principal pentru termen scurt este concentrat pe ideea de a realiza implementarea corectă a planului de afaceri dintre care amintim:
- Angajarea a două persoane din zona de implementare a proiectului
- Realizarea vânzărilor de minim 35.000 lei în mai puțin de un an de la momentul începerii implementării proiectului
- Dezvoltarea de noi idei pentru utilizarea echipamentelor achiziționate prin intermediul proiectului.

2.3.2 - Obiective pe termen mediu (între 1-5 ani)

- Dezvoltarea afacerii și atingerea unor noi cote de clienți pe care îi putem fideliza
- Dezvoltarea unor aplicații care să ne permită atingerea unor clienți care nu pot ajunge fizic în zona de desfășurare a activității pentru a putea fi scanati sau pentru a scana ceea ce doresc să păstreze ca amintire.
- Identificarea și utilizarea resurselor în cadrul altor tipuri de activități și aplicații tehnologice care să crească valoarea adăugată pentru acestea.

2.3.3 - Obiective pe termen lung (peste 5 ani)



Parteneri:



método



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți

Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia

Cod SMS Proiect - 109932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/3/7/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

- Obiectivele pe termen lung se vor reflecta în dezvoltare aplicabilității acestor tehnologii și către alte domenii de activitate. Astfel crescând plaja de clienți și concomitent creșterea cifrei de afaceri și dezvoltarea ulterioară firmei.

2.4 - Activități

(Vă rugăm să prezentați principalele activități propuse în vederea implementării planului de afaceri. Menționați duratele estimate pentru implementarea acestora și o scurtă metodologie de implementare a acestor activități.)

ATENȚIE! Durata maximă de implementare a activităților finanțate este de 12 luni.

Activitatea 1	<i>Inițierea firmei și realizarea formalităților</i>
Luna 1 - Luna 2	<u>In prima etapă se va iniția firma și se vor depune diligentele necesare pentru îndeplinirea tuturor formalităților pentru funcționare.</u>
Obiectivul 1 pe termen scurt	maxim 750 caractere
Activitatea 2	<i>Achiziționarea echipamentelor necesare pentru funcționare</i>
Luna 2 - luna 4	<u>Se vor realiza discuții cu diversi furnizori de echipamente pentru realizarea activităților propuse în cadrul proiectului, după care se vor solicita oferte, se vor analiza din punct de vedere tehnic și economic, după care se va lua o decizie în privința achizițiilor necesare pentru implementarea proiectului.</u>
Obiectiv 1 pe termen scurt	maxim 750 caractere
Activitatea 3	<i>Angajarea personalului și instruirea acestuia</i>
Luna 5 - luna 6	<u>După ce echipamentele au fost comandate se va trece la etapa nr. 2, respectiv se vor căuta angajații necesari pentru funcționarea firmei și implicit instruirea acestora pentru utilizarea echipamentelor.</u> <u>În procesul de angajare se vor respecta principiile orizontale, respectiv egalitate de șanse, nediscriminare, și totodată se vor identifica angajații cei mai potriviți pentru desfășurarea activităților.</u>
Obiectiv 2 pe termen scurt.	maxim 750 caractere
Activitatea 4	<i>Finalizarea implementării planului de afaceri pentru etapa 1</i>
Luna 3 - luna 6	<u>În cadrul acestei etape se va urmări realizarea tuturor subactivităților, respectiv realizarea site-ului, punerea în funcțiune a echipamentelor și centralizarea activității angajaților pentru începerea funcționării corecte a firmei.</u> <u>În cadrul acestei activități se va urmări realizarea cifrei de afaceri de minim 35.000 lei pentru a îndeplini condiția esențială pentru încasarea tranșei a doua din cadrul proiectului.</u>
Obiectiv 3 pe termen scurt	maxim 750 caractere
Activitatea 5	<i>Depunerea documentelor necesare pentru încasarea celei de-a doua tranșe.</i>



Parteneri:



[Signature]



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți

Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil comercial din zona urbană

Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia

Cod SMI Proiect - 105932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/37/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

<p>Luna 11-luna 12</p> <p><i>Obiectiv 3 pe termen scurt si obiective pe termen mediu</i></p>	<p><u>In cadrul acestei activitati se urmareste incasarea celei de-a doua transe, dupa care achizitia restului de echipamente, dezvoltarea de noi produse si realizarea vanzarilor pentru cresterea activitatii firmei.</u></p> <p>maxim 750 caractere</p>
--	--

2.5 - Sustenabilitatea afacerii

(Precizați care sunt posibilitățile de dezvoltare pe termen lung în cadrul afacerii dumneavoastră, evidențiind principalii vectori de dezvoltare pe termen mediu (1-5 ani) și lung (peste 5 ani). Care dintre activități principale vor genera profitul firmei și care sunt vectorii principali pentru dezvoltare pe termen lung? Cum se va realiza menținerea locurilor de muncă după primele 12 luni de activitate? Cum se va realiza susținerea financiară, după primele 12 luni de activitate? Cum vor fi dezvoltate produsele / serviciile după primele 12 luni de activitate? Explicați de asemenea ce v-ați propus să realizați cu a II-a tranșa din subvenția de minimis din proiect.)

Pentru dezvoltarea afacerii acesta are nenumarate domenii de activitate, de la printurile de suveniruri pe care s-a construit acest plan de afaceri pana la urmatoarele tipuri de produse:

- Realizarea de trofee
- Realizarea de machete
- Realizarea de proteze dentare
- Realizarea de piese si prototipuri in miniatura

Acestea sunt doar cateva dintre cele mai importate si mai plauzibile idei pe care se poate dezvolta afacerea. Aceste aspect se vor putea pune in aplicare in momentul in care identificarea nevoilor se clientilor vor fi clare si vor avea informatiile necesare pe care firma le va detine astfel incat sa poat sti ce face si care sunt domeniile de aplicabilitate.

Din punct de vedere al sustinerii financiare pentru primele 12 luni, aceasta se va realiza din ajutorul de minimis, iar ulterior dupa primele 6 luni acesta va deveni sustenabila, in sensul ca se va autosustine din incasarile realizate.

Cea de-a doua tranșa se va utiliza integral pentru achizitia de echipamente si materie prima pentru aceste echipamente pentru ca in cadrul celei de-a doua transe se va urmări achizitia unui echipament performant pentru productia de produse 3d.

maxim 3000 carcatere

2.6 - Rezultate estimate / Indicatori

Rezultat 1	Relizarea unei afaceri sustenabile intr-un domeniu inovativ.
Rezultat 2	Angajarea a doua persoane din județul Prahova.



Parteneri:



método



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Programul Operational Capital Uman 2014-2020
Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil inovativ din zona urbană
Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia
Cod SMS Proiect - 105932, Nr Contract de finanțare - POCU/823/7/106932

Rezultat 3	Dezvoltarea de noi produse după implementarea proiectului.
------------	--

!!! Nu se punctează numărul rezultatelor estimate.

2.7 - Riscuri

Nr. Crt.	Risc Identificat	Măsuri / Modalități de atenuare a riscurilor
1.	Pregătire superficială a personalului operativ	La recrutare și angajare se va pune accentul pe nivelul de pregătire, experiența, referințe. Dacă se va constata că este necesar, se vor furniza servicii suplimentare de formare profesională.
2.	Subcontractorii nu își îndeplinesc obligațiile asumate prin contract în termenul prevăzut	Se vor introduce clauze speciale în contracte, beneficiarul va monitoriza atent respectarea clauzelor, se vor alocă resurse suplimentare în acest sens (umane)
3.	Prevederi incorecte cu privire la evoluția ascendentă a cererii de produse fotografii 3D gravate în sticlă	Prognozele au fost fundamentate pe studii și rapoarte ale unor entități naționale și internaționale recunoscute pentru competența în domeniul producției fotografiilor 3D în poliedre de sticlă
4.	Adâncirea recesiunii, creșterea somajului și scăderea puterii de cumpărare a cetățenilor	Pentru anumite produse, pachete se vor aplica reduceri și bonusuri și, după caz, se va revizui politica de prețuri și tarife
5.	Creșteri ale cheltuielilor directe și indirecte de furnizare a serviciilor pe fondul inflației și creșterii prețului la apă, canal, energie electrică	O creștere a costurilor aferente activității firmei va fi suportată prin creșterea veniturilor înregistrate în activitate, susținute de oportunitățile în creștere.

!!! Nu se punctează numărul riscurilor identificate.

2.8 - Teme secundare și CDI

(Vă rugăm să descrieți modul în care implementarea planului de afaceri contribuie la îndeplinirea temelor secundare POCU 2014-2020 și atingerea principiilor de cercetare, dezvoltare tehnologică și/sau inovare din România.)

2.8.1 - Dezvoltare Durabilă

(Vă rugăm să descrieți modul în care implementarea planului de afaceri contribuie la promovarea



[Signature]

Parteneri:



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
 Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
 Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil inovativ din zona urbană
 Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia
 Cod SMS Proiect - 109932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/3/7/106932



Instrumente Structurale
 2014-2020

principiilor dezvoltării durabile, prin dezvoltarea unor produse, tehnologii sau servicii care contribuie la aplicarea principiilor dezvoltării durabile.)

Produsele și serviciile pe care le realizează firma sunt produse care au o dezvoltare durabilă pentru că pun în aplicare tehnologii noi și care sunt în continuă dezvoltare.

maxim 1500 caractere

2.8.2 - Tranziția către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficiență din punctul de vedere al utilizării resurselor

Tranziția către o economie cu emisii scăzute de carbon și eficiență din punct de vedere al utilizării resurselor putem discuta ca proiectul contribuie la aceste teme din următoarele motive:

- Pentru realizarea unor sculpturi 3d, sau altor obiecte cu pierderi minime de materiale.
- Produsele realizate sunt realizate din materiale biodegradabile în timp

maxim 1500 caractere

2.8.3 - Inovare Socială

Nu este cazul pentru acest punct, inovarea socială nu este un punct forte, însă în cadrul cercetărilor această temă orizontală poate fi pusă în aplicare în cazul în care dezvoltarea se poate pune în direcția respectivă.

Spre exemplu, cu ajutorul printerului 3d se realizează numeroase aplicații, prin care se pot realiza pentru bătrâni următoarele: proteze dentare pentru persoanele defavorizate care au nevoie de astfel de lucruri, printre care este nevoie de implicarea actorilor publici și a actorilor sociali.

maxim 1500 caractere

2.8.4 - Utilizarea și calitatea TIC

Având în vedere că toate echipamentele utilizează tehnologia informației, considerăm că utilizarea TIC în cadrul proiectului și nu numai, este punctul cheie pe care afacerea îl are, din acest punct de vedere, avem imprimantele 3d care utilizează comunicarea sau transpunerea în realitate a imaginilor vectoriale, scannerul 3d este un element esențial pe care îl putem utiliza în realizarea suvenirurilor dorite, de asemenea, se mai pot enumera și acțiunile pe care trebuie să le întreprindem pentru a fi la curent cu toate dezvoltările din domeniul tehnologiei, respectiv va trebui să fim tot timpul la curent cu dezvoltările din domeniu pentru a progresa. Acest lucru, ne va ajuta, în special prin legăturile cu furnizorii de echipamente cu care va trebui să avem o relație foarte apropiată pentru a putea dezvolta noi produse și noi aplicații pentru acestea.



Parteneri:





UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți

Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia

Cod SMS Proiect - 105932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/3/7/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

maxim 1500 caractere

2.8.5 - Cercetare, dezvoltare tehnologică și/sau inovare

In conformitate cu specificul activitatilor pe care firma dorește să le realizeze, acestea au un puternic factor de inovare, pentru că aduce în cadrul producției de suveniruri o tehnologie nouă pe care nu au mai utilizat până la momentul actual alte firme în România, prin urmare, activitatea acestora se va realiza pe baza dezvoltării tehnologice și prin inovare continuă și se va orienta către alte domenii de aplicabilitate a activității firmei. Practic prin cercetare continuă, atât în cadrul firmei cât și în intermediul furnizorilor de echipamente se vor identifica noi domenii de aplicabilitate, astfel încât să se crească numărul de clienți.

maxim 1500 caractere

III. ANALIZA SWOT A AFACERII

3.1. Punctele forte asociate afacerii

- Fidelitatea printurilor realizate fiind foarte mare
- Domenii multiple de aplicabilitate
- Versatilitate din punct de vedere al produselor

3.2. Punctele slabe asociate afacerii

- Tehnologia nu este suficient de cunoscută
- Timpul de producție nu este foarte ridicat
- Necesitatea unor cunoștințe minimale de TIC

3.3. Oportunitățile identificate

- Aplicabilitatea în domenii multiple
- Tehnologie emergentă
- Dezvoltare continuă în domeniul printurilor 3d

3.4. Amenințările identificate

- Produsele chinezești
- Materialele consumabile de proastă calitate ce pot pune în pericol echipamentele.



Parteneri:



método



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin scoaterea întreprinderilor cu profil nerentabil din zona urbană
Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia
Cod SMS Proiect - 105932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/3/7/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

IV. SCHEMA ORGANIZATORICĂ ȘI POLITICA DE RESURSE UMANE

A. SCHEMA ORGANIZATORICĂ

4.1 - Locuri de muncă create în perioada de implementare a planului de afaceri prezentat (minimum 2 locuri de muncă):

În cadrul afacerii se vor crea minim 2 locuri de muncă, pentru persoane care vor avea domiciliul de reședință din județul Prahova.

Angajarea se va realiza pe principiul egalității de șanse și a nediscriminării.

4.2 - Locuri de muncă create pentru persoane din grupuri vulnerabile în conformitate cu prevederile HG 799/2014:

În cadrul acestui proiect nu fac referire grupuri vulnerabile, însă în cazul în care se vor identifica persoane care pot fi angajate și îndeplinesc și condițiile prevăzute în HG799/2014 se vor anunța persoanele responsabile de administrarea grantului.

4.3 - Structura de personal

Denumire post	Atribuții / Responsabilitățile postului	Condiții de acces	Experiența solicitată
Operator imprimantă 3d și suveniruri printate 3d	Principalele atribuții pe care le va avea este să cunoască foarte bine modul de operare al imprimantei 3d și modul de utilizare al rasinei utilizată la imprimare. De asemenea, este necesară cunoașterea foarte bine a aplicațiilor software utilizate pentru scanare și imprimare.	Cunoștințe minime de IT, de utilizare a mailului și a programelor de editare fotografii.	Nu este nevoie de experiență minimă solicitată pentru că personalul va fi instruit prin tutoriale, având în vedere că în prezent sunt foarte puține astfel de activități în România.
Operator aparat de gravat cu laser	Principalele atribuții se rezumă la modul în care trebuie să cunoască modul de utilizare al echipamentului, identificarea corectă a suprafețelor utilizate pentru gravura precum și a programelor software de operare al aparatului de gravat și interfețele de la scanner 3d precum și alte programe utilizate la prelucrarea imaginilor sau caracterelor pe care urmează să le graveze pe diverse suprafețe.	Cunoștințe legate de materiale precum identificarea corectă a acestora, utilizarea cunoștințelor minime de IT, a emailului, și editare de fotografii, texte și altele.	Nu este nevoie de experiență minimă solicitată pentru că personalul va fi instruit prin tutoriale, având în vedere că în prezent sunt foarte puține astfel de activități în România.



Parteneri:



[Handwritten signature]



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil managerial din zona urbană
Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia
Cod SMS Proiect - 109932, Nr Contract de finanțare - POCU/823/7/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

--	--	--	--

4.4 - Relațiile de muncă

Relatii le de munca vor fi direcționate către o colaborare orizontală, având în vedere că nu discutăm despre o companie cu forate multe compartimente de munca și cu un personal foarte ridicat, astfel vom avea practic doi angajați și un proprietar de firmă care din punct de vedere al subordonării firmă va avea doar două nivele, conducere și execuție.

În aceste condiții este prematur să discutăm despre o organigramă funcțională în condițiile în care firmă se va descurca doar cu 2 angajați.

maxim 3000 caractere

4.5 - Management și coordonare

Asociații unic și implicit administratorul societății va lua decizia prin care fie va fi angajat în cadrul firmei și va lucra cot la cot cu încă o persoană pentru realizarea obiectivelor acesteia, fie va identifica minim 2 persoane care să îndeplinească condițiile minime de operare a echipamentelor și în aceste condiții va coordona activitățile de producție de suveniruri precum și va căuta noi contracte pentru realizarea unor produse de serie care pot fi vândute către diverse obiective turistice de tip pensiuni, statui, monumente, și altele astfel încât activitatea firmei să fie una continuă.

Activitatea principală pe care va trebui să o îndeplinească administratorul este legată de administrarea corectă a firmei, relațiile cu furnizorii, clienții și colaboratorii acestuia pentru a avea flux continuu și constant de producție suveniruri de cea mai bună calitate și unică.

Administratorul și asociații unic al firmei are o calitate esențială respectiv acesta are un caracter meticulos și foarte atent la detalii, ceea ce reprezintă un punct cheie în acest tip de afacere pentru că cu cât este mai atent la modul de realizare al produselor cu atât produsele realizate vor fi mai calitative și vor reflecta realitatea. Acest lucru poate fi considerat un punct forte pe care firmă îl poate lua în considerare la momentul în care va pune în aplicare acest plan de afaceri.

maxim 3000 caractere

B. POLITICA DE RESURSE UMANE

4.6 - Recrutare personal

Metodele de recrutare pentru locurile de munca nou create sunt următoarele:

- Candidatura directă;
- Anunțuri de recrutare;
- Reangajari.



Parteneri:



[Signature]



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operational Capital Uman 2014-2020

Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți

Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia
Cod SIMS Proiect - 105932. Nr Contract de finanțare - POCU/823/7/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

Sursele de recrutare pentru locurile de munca nou create sunt urmatoarele:

- Agentiile de plasare a fortei de munca;
- Instructiunile de invatamant de specialitate;
- Recomandarile angajatilor;
- Site-urile web dedicate recrutarii de personal.

maxim 3000 caractere

4.7 - Motivarea angajatilor

Politica de personal

Fiecare nou angajat al firmei va avea incheiat cu societatea , un contract individual de munca, in care vor fi incluse drepturile si obligatiile partilor, salariul acordat fiecaruia, in functie de conditiile si complexitatea muncii prestate.

In cadrul firmei va exista o preocupare continua pentru salariatii, societatea va promova o politica de motivare a angajatilor actuali precum si a celor noi angajati, in vederea cresterii productivitatii muncii si a stimulării capacității creative a acestora.

Aplicarea unui sistem de apreciere a personalului salariat in raport cu cerintele si particularitatile locurilor de munca, de responsabilitatile pe care le au, va sta la baza evidentierii potentialului uman din intreprindere si a stabilirii perspectivei profesionale si promovării salariatilor.

In functie de rezultatele obtinute sunt recompensate performantele deosebite, atat prin sporuri salariale cat si prin premieri sau zile libere. Politica de resurse umane a firmei urmareste o structura de personal pe calificari. Societatea are in vedere stabilizarea personalului pentru a evita fluctuatiile fortei de munca si scaderea cheltuielilor cu formarea personalului.

In acest sens, in cadrul firmei se au in vedere o serie de metode de motivare a personalului angajat, care asigura buna integrare a noilor angajati, cum ar fi:

- Negocierea individuala a salariilor;
- Plata salariilor la termenele stabilite in contractele individuale de munca;
- Asigurarea conditiilor de munca optime atat din punct de vedere al protectiei muncii, cat si din punct de vedere al confortului psihic si crearii unui mediu stimulativ si motivational;
- Comunicarea eficienta in cadrul societatii - personalul societatii isi cunoaste responsabilitatile si drepturile, primeste In permanenta feed-back din partea angajatorului, este informat despre schimbarile ce survin In societate si despre directiile de dezvoltare;
- Delegarea responsabilitatilor - ceea ce confera responsabilitate si autoritate angajatului pentru ca acesta sa indeplineasca o sarcina in conditii optime.

Conditii de munca: Se lucreaza in regim normal de munca de 8 ore/zi, 40 ore/saptamana. Plata salariilor se va face in numerar sau prin virarea drepturilor



[Handwritten signature]

Parteneri:



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operational Capital Uman 2014-2020
Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin scalarea întreprinderii cu profil nonagricol din zona urbană
Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Estulul
Cod SMS Proiect - 105932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/37/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

salariale prin card bancar, o singura data pe luna. Se va respecta Codul Muncii si Contractul colectiv de munca pe ramura.

maxim 3000 caractere

4.8 - Monitorizare și control

(Vă rugăm prezentați succint cum se va realiza monitorizarea /controlul personalului în afacerea dumneavoastră)

Monitorizarea si controlul angajaților se va realiza direct prin grija administratorului. Controlul se va face pe baza contactelor de munca încheiate cu aceștia precum si prin intermediul performantelor obținute la munca. Aceste locuri vor putea fi monitorizate si controlate direct si foarte ușor având in vedere mărimea firmei. In cazul in care numărul de angajați va crește se vor aplica metodele de control si monitorizare in conformitate cu specificul firmei si dimensiunea acesteia.

maxim 3000 caractere

4.9 - Salarizarea personalului

Salarizarea personalului, se va baza pe modul de operare si modul de lucru, in prima instanta, respectiv pana se va crea o piata stabila se va merge pe un salariu de baza, care este incadrat la momentul actuala la minimul pe economie in conformitate cu legislatia in vigoare pentru anul 2019. In cazul in care piata se va stabili, iar clientela va consistenta, salariatii vor avea bonusuri salariale in functie de rezultatele din luna respectiva, astfel pe langa salariul de baza acestia vor putea avea posibilitatea de a incasa suplimentar lunar valori cuprinse intre 5 si 10% din incasari in cazul in care acestea vor depasi valoarea totala a incasarilor de 50.000 lei lunar. In cadrul proiectiilor financiare s-au luat in calcul atat salariile angajatilor cat si cotizatiile la stat raportate la valorile salariului minim pentru anul 2019.

maxim 3000 caractere

4.10 - Dezvoltarea profesională

Dezvoltarea profesionala se va realiza in functie de nevoile angajatilor ce vor veni la interviuri si cei care isi vor arata interesul pentru aceste locuri de munca. In principal, se vor realiza dezvoltari in cadrul firmei prin surse proprii precum si prin intermediul cursurilor de specializare puse la dispozitie de catre furnizorii de echipamente, avand in vedere ca acestea sunt specializate. Dupa care in functie de dezvoltarea firmei se vor identifica nevoile de dezvoltare si se vor pune in aplicare metodele de invatare la locul de munca si prin cursuri periodice de specializare in functie de directiile de dezvoltare ale firmei.

maxim 3000 caractere



Parteneri:



[Handwritten signature]



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin salinarea întreprinderii cu profil managerial din zona urbană
Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia
Cod SMS Proiect - 109932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/3/7/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

4.11 - Egalitatea de șanse și nediscriminarea

În conformitate cu legislația în vigoare modul de angajare, salarizare și promovare în cadrul firmei se va realiza pentru fiecare angajat în parte fără a se face discriminare și prin respectarea principiului egalității de șanse. Un aspect foarte important este acela că cei care merită să fie promovați vor fi promovați, avansați și vor avea un parte de același tratament ca toți ceilalți.

maxim 3000 caractere

V. DESCRIEREA PRODUSELOR / SERVICIILOR CARE FAC OBIECTUL AFACERII

5.1 - Prezentarea produselor / serviciilor

Produsele realizate de către societate sunt următoarele:

- printuri 3d de suveniruri realizate la o fidelitate foarte ridicată și unicitate/.
- Printuri 3d de suveniruri realizate în serie.
- Printuri de tip gravură cu laser pentru personalizarea diverselor produse, plecând de la suveniruri, până la personalizarea diverselor accesorii pe care oamenii vor să le aibă unicat.

Aplicabilitatea acestora este foarte mare și foarte largă, totul depinde de organizarea și atractivitatea noilor clienți în cadrul procesului de vânzare și a modului în care se vor face cunoscuți cei interesați să rezolve aceste aspecte.

În ceea ce privește printurile 3d se pot realiza prin utilizarea diferitelor tipuri de rășini, aceasta având proprietăți fizice diferite, respectiv casante, flexibile, rigide, rezistente la temperaturi înalte, și așa mai departe. În ceea ce privește gaurile acestea se pot aplica pe o serie destul de largă de materiale, plecând de la metal, sticlă, plastic, plexiglass, lemn, piele, textile, precum și alte tipuri de suprafețe, dar cu testare în prealabil a acestora.

maxim 3000 caractere

5.2 - Avantajele noilor produse / servicii

Avantajele noilor produse sunt următoarele:

- Unicitatea pe care o dovedesc prin scanarea spre exemplu a unei persoane și apoi printarea acesteia ca drept suvenir.
- Aplicabilitatea destul de largă a modului de lucru, respectiv, realizarea unui print 3d pentru diverse piese, sau pentru reconstrucția unor defecte.
- Versabilitatea utilizării acestora.
- Calitatea și fidelitatea modului de printare, ceea ce îi oferă o posibilitate de utilizare destul de largă, spre exemplu, sunt diverse tipuri de rășini care pot fi



Parteneri:





UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin scalarea întreprinderilor cu profil comercial din zona urbană
Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia
Cod SMS Proiect - 109932, Nr Contract de finanțare - POCU/823/7/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

utilizate la printarea in 3d a protezelor dentare ce pot fi utilizate in scopuri medicale.

maxim 3000 caractere

VI. ANALIZA PIEȚEI DE DESFACERE ȘI A CONCURENȚEI

6.1 - Piața de desfacere a produselor / serviciilor oferite

Piața de desfacere a acestor produse de tip suveniruri este limitată, dacă ne vom referi strict la realizarea de produse unicat, de tip scanare persoane sau obiecte și printarea acestora, însă prin deplasarea angajaților, contra cost se pot face și în alte părți. De asemenea, în cazul în care se vor face produse de tip serie, acestea pot fi spre exemplu, scanate, fotografiate, și apoi printate sau gravate și transmise către diverși clienți. Astfel în aceste condiții, piața este din ce în ce mai mare și poate să acopere zone regionale, naționale sau chiar internaționale, dacă este cazul.

Având în vedere totuși că implementarea proiectului se realizează într-o zonă de munte, respectiv, stațiune turistică, și printre cele mai aglomerate zone turistice din România, Valea Prahovei, dimensiunea turistică este foarte mare, prin urmare necesitatea de a realiza deplasări pentru a crește și mai mult nu este neapărat necesară la acest moment. Poate după un orizont foarte mare, mai mare de 5 ani, să se facă o extindere la nivel național prin deschiderea de centre subsidiare, precum amplasarea acestora în zone cu turiști și atracții turistice.

De asemenea, se pot face contracte cu diverse centre turistice pentru a furniza suveniruri, și nu ca cele din China, care sunt chicioase și care de multe ori nu au o calitate ridicată.

maxim 3000 caractere

6.2. Localizarea și mărimea pieței desfacere a produselor / serviciilor oferite

În principal, localizarea și mărimea pieței este rezumată la acest moment și pe bazele căreia s-a pornit ideea de afacere este potențialul turistic pe care îl oferă Valea Prahovei, având în vedere că în prezent aceasta este frecventată de foarte mulți turiști. Astfel vedem că în perioada de vacanță și nu numai, pentru că având în vedere că se practică foarte mult și turismul de week-end ceea ce ne oferă o masă și mai mare de potențiali clienți care vor putea achiziționa produsele realizate de către firmă.

În ceea ce privește numărul de potențiali turiști, conform statisticilor avem aproape în fiecare week-end un număr cuprins între 30.000 și 100.000 de turiști care tranzitează Valea Prahovei, astfel că cel puțin 1% din acestea vor achiziționa cel puțin un produs, acest lucru ne duce la concluzia că săptămânal vom avea produse vândute în de minim 300 de bucăți și 1000 de bucăți, ceea ce este foarte mult, calculat la potențialul și capacitatea de producție pe care o poate face firma.

maxim 3000 caractere



Parteneri:





UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
 Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
 Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană
 Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia
 Cod SMI5 Proiect - 109932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/3/7/106932



Instrumente Structurale
 2014-2020

6.3. Clienți potențiali

În ceea ce privește clienții potențiali așa cum s-a mai amintit și în secțiunile anterioare, aceștia sunt în principal turiștii care frecventează Valea Prahovei și care vor să plece cu o amintire specială din această zonă. Luând în calcul aceștia pot fi grupați în următoarele categorii:

- Clienți pretentivi care vor plăti sume mai consistente pentru o amintire unică - aici se vor grupa acei clienți care sunt pretentivi, care sunt atenți la ceea ce cumpără și care sunt în general într-o proporție mai mică dar care aduc venituri mai mari, astfel ne vom raporta la un număr de potențiali clienți ce reprezintă o pondere de 15-20% din totalul de clienți, dar care aduc o valoare de capital mai mare decât restul.
- Clienții care vor să plece cu un suvenir interesat din zonă, dar care nu vor plăti o sumă mai consistentă, în general aceștia sunt cei mai mulți, reprezentând în general peste 60-70% din totalul de clienți.
- Și alte tipuri de clienți care în general sunt puțini, pentru diverse ocazii, și care nu au o frecvență atât de ridicată precum cei majoritari, aceștia având o pondere de cuprinsă între 15-20% din totalul de clienți.

În general clienții sunt unici, dar aceștia vor veni cu idei noi, iar dacă au fost o dată multumiti, aceștia vor reveni și totodată vor recomanda către alții. Un client multumit, întotdeauna va recomanda produsul sau serviciul către alți clienți.

Desfășurarea activității va fi în general orientată către clienți individuali, pentru clienții care vor achiziționa cu ridicata, acest lucru se va putea face doar în cazul produselor de serie, care necesită timp îndelungat de producție. Nu trebuie neglijati nici acești clienți, care doresc produse de serie, din următoarele motive: în primul rând aceștia pot acoperi timpii morți din desfășurarea activităților de producție atunci când fluxul de turiști la nivel local nu va mai fi atât de ridicat - ceea ce este normal, pentru că sunt perioade în care numărul de turiști nu este atât de ridicat având fluctuații în funcție de timpul liber, de anotimp și de sărbătorile pe care aceștia aleg să le petreacă în zona Valea Prahovei.

maxim 3000 caractere

6.4. Concurența

Concurența, în general, este prezentă pe piață, iar unde nu este concurența, discutăm de produse noi care nu au o căutare sau nu sunt suficient de cunoscute, ceea ce reprezintă un dezavantaj, însă aici discutăm de concurența, care poate fi combatută de alternativele de produse pe care firma dorește să le ofere pe piață. În aceste condiții, discutăm de produse de substituție, pe care le oferă alți comercianți, în special majoritatea dintre aceștia au suveniri importate din China, pe care le comercializează. Alta categorie de concurenți sunt acei concurenți care produc ei suvenirurile pe care apoi le comercializează, astfel discutăm de acei producători artizani de suveniri pe care le creează manual și pe care le comercializează către



Parteneri:





UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil monografic din zona urbană
Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia
Cod SMS Proiect - 105932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/37/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

clienți.

În ceea ce privește produsele realizate de către firma noastră, acestea au o tehnologie aparte, la care nu toți au acces și din acest punct de vedere, discutăm de produse care pot fi vândute și care nu vor fi afectate de către produsele sau concurenții actuali.

maxim 3000 caractere

VII. STRATEGIA DE MARKETING

7.1. Politica de produs

Strategia de produs trebuie să fie subordonată strategiei de piață a întreprinderii, fiind fundamentată pe obiectivele globale ale întreprinderii, în strânsă legătură cu strategiile de preț, distribuție și promovare.

De asemenea, alternativele strategice adoptate de întreprindere trebuie riguros corelate cu etapa din ciclul de viață al serviciilor de arhitectură și proiectare, precum și cu potențialul întreprinderii și imaginea acesteia, fără a fi neglijate nici așteptările consumatorilor.

Având în vedere faptul că fotografiile 3D gravate în poliedre de sticlă se afla de mai mult timp pe piață, firma caută să își facă loc pe piață cu o producție de calitate prin utilizarea unui nou concept care să completeze paleta, astfel încât să răspundă mai multor nevoi și pentru a răspunde exigențelor specifice acestei piețe și, în special celor ale segmentului țintă de consumatori, pentru început, întreprindere – firma poate opta pentru o **strategie de adaptare**.

Astfel, adaptările ce se pot aduce produselor pentru lansarea acestora pe piața fotografiilor 3D gravate în poliedre de sticlă, poate fi calitatea lor, și nu în ultimul rând protecția consumatorului final. De asemenea, mai pot fi aduse adaptări indispensabile solicitate de așteptările și de exigențele consumatorilor privați și publici.

Mai târziu, pe măsura ce produsele fotografiilor 3D gravate în poliedre de sticlă vor ajunge în faza de creștere, firma va putea adopta o strategie a diferențierii calitative, în ideea realizării unei imagini puternice de marca a produselor fotografiilor 3D gravate în poliedre de sticlă și a maximizării cotei de piață. În faza de maturitate a produselor, firma se va gândi la o strategie de înnoire a produselor, prin noi concepte, căutând să mobilizeze întregul sau potențial uman, material și financiar în vederea menținerii cotei de piață și a maximizării profitului în ceea ce privesc produsele și/sau serviciile afiliate.

Însă, înainte de a se putea vorbi de adaptarea producției la piața produselor fotografiilor 3D gravate în poliedre de sticlă, trebuie avută în vedere promovarea imaginii firmei și a calității și siguranței produselor oferite de către întreprindere.

maxim 3000 caractere

7.2. Politica de preț

Având posibilitatea de a-și comercializa producția mai multor categorii de clienți, solicitantul poate practica o plajă mai largă de prețuri, asigurându-și astfel o bază sigură de venituri. În cazul în care se pierde unul din clienți, veniturile sale sunt asigurate de ceilalți clienți, din domeniul de activitate independente. Politica de preț prevede și acordarea de facilități pentru clienții fideli. De exemplu, reduceri de preț pentru creșterea cantității achiziționate, pentru cei care încheie un contract, stabilesc cantitatea dorită și achită un avans înainte de începerea ciclului de producție, pentru cei care plătesc produsele intra-un timp foarte scurt (1-3 zile), termene de plată, etc.



Parteneri:





UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin scalarea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană
Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia
Cod SMS Proiect - 105932, Nr Contract de finanțare - POCU/82/377/106932



Acordarea reducerilor de preț și facilităților în mod ocazional este o strategie menită să fidelizeze clienții și să creeze relații stabile, pe termen lung. Deși în procesul de vânzare contează mai multe aspecte (calitatea produselor, timpul de livrare al comenzilor, seriozitatea, etc.) prețul joacă un rol important în decizia de achitați a clienților.

Strategia de preț este un instrument deosebit de folositor pentru îndeplinirea tuturor obiectivelor de marketing. Prețul fiind doar un element al marketingului mix, elaborarea unei strategii eficiente de preț trebuie să coreleze prețul cu celelalte trei elemente ale mixtului. Prețul unui produs se bazează pe calitățile și trăsăturile acestuia - cu cât acestea sunt mai bune, cu atât prețul stabilit este mai mare. Astfel, produsele fotografiei 3D gravate în poliedre de sticlă fiind de calitate, vor avea un preț echilibrat, urmărind-se prin aceasta și atingerea unui obiectiv general al firmei-întreprinderii (atingerea unei cote de piață ridicate).

De asemenea, preturile practicate sunt direct corelate cu modalitățile de producție și livrare ale produselor fotografiei 3D gravate în poliedre de sticlă. Astfel, produsele comercializate de companie presupune comercializarea acestora în locuri special amenajate, ceea ce înseamnă costuri ridicate și, implicit, preturi mai ridicate.

În ceea ce privește corelarea prețului cu activitatea promoțională, preturile mai ridicate practicate pentru produsele fotografiei 3D gravate în poliedre din sticlă pot furniza fondurile necesare programelor de informare a consumatorilor asupra produselor oferite comercializate sub marca și va garanta calitatea și siguranța utilizării lor.

Astfel, întreprinderea a decis să adopte **strategia prețului ridicat**, menită să valorifice existența unor categorii de consumatori care sunt dispuși să plătească preturi ridicate pentru un produs de care sunt interesați în mod deosebit, și care oferă o siguranță sporită în utilizarea lui, având în vedere că va fi utilizat exclusiv de personalul ce va lucra în companiile contractante. Această strategie prezintă pentru firma o serie de avantaje demne de luat în seamă. În primul rând, o astfel de strategie este foarte potrivită segmentului țintă vizat de companii naționale de construcții. În al doilea rând, un preț mai ridicat încă de la începutul prezentei pe piața produselor fotografiei 3D gravate în poliedre de sticlă introduse va genera un nivel mai mare al veniturilor și, implicit, profit, comparativ cu practicarea unor preturi mai scăzute. Și în al treilea rând, recuperarea cheltuielilor de cercetare și a celor promoționale, cheltuieli foarte mari, se va face mult mai rapid.

maxim 3000 caractere

7.3. Politica de distribuție

Deși calitatea produselor, seriozitatea furnizorului, stabilitatea preturilor recomandă un furnizor pe piață, este absolut necesar să se realizeze și investiții în activitatea de publicitate. Aceasta se poate realiza prin participarea la târguri de profil organizate în zona și în regiune prin care să se facă cunoscute calitățile produselor comercializate de beneficiar.

Strategia de distribuție:

Deciziile referitoare la strategia de distribuție au un impact hotărâtor asupra capacității firmei de a îndeplini obiectivele sale de marketing și asupra celorlalte componente ale mixtului.

Firma va distribui produsele direct către clienți. De asemenea, firma va alege o **distribuție exclusivă**, aceasta strategie permițându-i să păstreze controlul asupra distribuției produselor, urmărind o bună imagine a acestuia.

Astfel, prin alegerea acestei strategii, întreprinderea urmărește să obțină o imagine de prestigiu, un control



Parteneri:



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
 Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
 Obiectiv specific 3.7 - Creșterea competitivității prin scalarea întreprinderilor cu profil monografic din zona urbană
 Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia
 Cod SMS Proiect - 105932. Nr Contract de finanțare - POCU/82/5/7/106932



Instrumente Structurale
 2014-2020

ridicat asupra canalului, o stabilitate a prețului și profituri mari. Intermediarii vor fi puțini, vor fi stabiliți pe criterii precise și vor avea o reputație bună, care să contribuie în mod semnificativ la creșterea imaginii firmei.

O astfel de opțiune strategică în ceea ce privește distribuția va putea fi adoptată datorită, în principal, calității produselor oferite, dar și a segmentului țintă vizat, segment compus din consumatori dispuși să plătească un preț ceva mai ridicat, pentru a se asigura de calitatea și siguranța pe care o oferă aceste produse furnizate de către firma.

maxim 3000 caractere

7.4. Politica de promovare

O importanță mai mare în anticiparea produselor o are modul de promovare pe piață. Pentru aceasta trebuie prezentate foarte bine elementele de atracție ale produselor, comparativ cu alte produse din aceeași categorie de pe piața internă și internațională și posibilitățile lor de valorificare.

Având în vedere faptul că produsele fotografiei se afla pe această piață de mai mult timp, se va căuta informarea clientelei potențiale în legătura cu apariția și prezența pe piață a produselor fotografiei 3D gravate în poliedre de sticlă, ce sunt gravate cu laser și oferă o mai bună calitate și siguranță în consumul acestora, și atragerea acestora în procesul de cumpărare. În acest scop, se va utiliza ca metodă de promovare publicitatea de informare pe plan local, regional național și internațional – la nivelul comunității –, cu acțiuni întârziate, urmărind-se obținerea de efecte ce se vor realiza în timp.

Firma va căuta să promoveze, în primul rând, imaginea produselor fotografiei 3D gravate cu laser în poliedre de sticlă oferite în rândul consumatorilor publici și privați. Pentru acest lucru, firma va adopta o **strategie concentrată**, adică își va concentra efortul promoțional spre un singur segment de piață, segmentul țintă. De asemenea, firma va folosi și strategia pull (de tragere), strategie ce implică activități de marketing, mai ales publicitate și promovare pe piața de consum, direcționate către utilizatorul final și menite să-l facă pe acesta să solicite produsele de la clienții direcți, determinând-i, astfel pe aceștia din urmă să ia legătura cu firma pentru achiziționarea și utilizarea acestor produse fotografiei 3D gravate cu laser în poliedre de sticlă.

În ceea ce privește publicitatea, aceasta se va realiza prin intermediul reclamelor tipărite în reviste de specialitate și a celor difuzate la televizor (dacă este cazul), prin intermediul cataloagelor, broșurilor și pliantelor, Internetului și a materialelor audio-vizuale (CD-uri de prezentare a serviciilor, filme cu caracter documentar etc.).

maxim 3000 caractere

VIII. PROIECȚII FINANCIARE PRIVIND AFACEREA

(Proiecțiile financiare se vor completa în excel.)

8.1. Plan general de finanțare a ideii de afaceri

Categorie de cheltuieli eligibile conform GSCS OS 3.7, din care:	Total Subvenție minimis
1.1. Cheltuieli salariale	7.578,00



Parteneri:





UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți

Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin stabilirea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia

Cod SMS Proiect - 109932, Nr Contract de finanțare - POCUI82/3/7/106932



Instrumente Structurale
2014-2020

1.2. Onorarii / venituri asimilate salariilor pentru experți proprii/cooptați	5.184,00
1.1. Cheltuieli salariale	7.578,00
1.2. Onorarii / venituri asimilate salariilor pentru experți proprii/cooptați	5.184,00
4. Cheltuieli cu achiziția de active fixe corporale (altele decât terenuri și imobile), obiecte de inventar, materii prime și materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investiții necesare funcționării întreprinderilor	3.361,35
4. Cheltuieli cu achiziția de active fixe corporale (altele decât terenuri și imobile), obiecte de inventar, materii prime și materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investiții necesare funcționării întreprinderilor	3.361,35
4. Cheltuieli cu achiziția de active fixe corporale (altele decât terenuri și imobile), obiecte de inventar, materii prime și materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investiții necesare funcționării întreprinderilor	2.500,00
4. Cheltuieli cu achiziția de active fixe corporale (altele decât terenuri și imobile), obiecte de inventar, materii prime și materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investiții necesare funcționării întreprinderilor	3.500,00
4. Cheltuieli cu achiziția de active fixe corporale (altele decât terenuri și imobile), obiecte de inventar, materii prime și materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investiții necesare funcționării întreprinderilor	35.000,00
4. Cheltuieli cu achiziția de active fixe corporale (altele decât terenuri și imobile), obiecte de inventar, materii prime și materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investiții necesare funcționării întreprinderilor	30.178,00
14. Cheltuieli de informare și publicitate aferente funcționării întreprinderilor	5.955,00
12. Cheltuieli financiare și juridice (notariale) aferente funcționării întreprinderilor	1.620,00
Total Transa I	110.999,69
4. Cheltuieli cu achiziția de active fixe corporale (altele decât terenuri și imobile), obiecte de inventar, materii prime și materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investiții necesare funcționării întreprinderilor	34.960,00
3. Cheltuieli aferente diverselor achiziții de servicii specializate, pentru care beneficiarul ajutorului de minimis nu are expertiza necesară	2.040,00
Total Transa II	37.000,00
TOTAL PROIECT	147.999,69

*** DE VĂZUT BUGET EXCEL PENTRU MAI MULTE INFORMAȚII



Parteneri:



[Signature]



UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți

Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil managerial din zona urbană

Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes în Regiunea Sud-Muntenia

Cod SMS Proiect - 105932. Nr Contract de finanțare - POCU/823/7/105932



Instrumente Structurale
2014-2020

8.2. Bugetul proiectului

(Se vor încărca linie cu linie cheltuielile solicitate spre finanțare, conform încadrării lor în nomenclatorul cheltuielilor POCU și conform GSCS OS 3.7 - România Start-up Plus.)

8.3. Flux de numerar - Proiecții Financiare

Nr. crt.	Explicații	ANUL I	ANUL II	ANUL III	ANUL IV
I	Sold inițial disponibil (casă și bancă)	0,00	122.053,20	195.181,70	386.242,88
A	Intrări de lichidități (1+2+3+4)	300.453,00	214.453,00	338.907,00	338.907,00
1	din vânzări	169.453,00	169.453,00	338.907,00	338.907,00
2	din credite primite	0,00	0,00	0,00	0,00
3	alte intrări de numerar (aport propriu, etc.)	20.000,00	8.000,00	0,00	0,00
4	Subvenție de minimis	111.000,00	37.000,00	0,00	0,00
	Total disponibil (I+A)	300.453,00	336.506,20	534.088,70	725.149,88
B	Cheltuieli	168.302,00	124.182,40	97.730,00	100.730,00
1	Cheltuieli pentru investiții	88.702,00	41.602,40	0,00	0,00
2	Cheltuieli cu materii prime și materiale consumabile aferente activității desfășurate	12.000,00	12.000,00	24.000,00	24.000,00
3	Salarii (inclusiv contribuțiile aferente)	51.480,00	51.480,00	51.480,00	51.480,00
4	Chirii	0,00	0,00	0,00	0,00
5	Utilități	0,00	0,00	0,00	0,00
6	Costuri funcționare birou	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
7	Cheltuieli de marketing	12.520,00	15.500,00	18.650,00	21.650,00
8	Reparații/Întreținere	0,00	0,00	0,00	0,00
9	Servicii cu terții (contabilitate, expertiza juridică, etc)	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
10	Alte cheltuieli.....	0,00	0,00	0,00	0,00
C	Credite (1+2)	0,00	0,00	0,00	0,00
1	Rambursări rate de credit scadente	0,00	0,00	0,00	0,00
2	Dobânzi și comisioane	0,00	0,00	0,00	0,00
D	Plăți/încasări pentru impozite și taxe (1-2+3)	10.097,80	17.142,10	50.115,82	49.636,83
1	Plăți TVA	27.055,52	27.055,52	51.111,20	54.111,20
2	Rambursări TVA	18.652,52	11.607,95	7.384,45	7.863,45



Parteneri:



método

21



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Programul Operational Capital Uman 2014-2020
Axa Prioritară 3 - Locuri de muncă pentru toți
Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin stabilirea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană
Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes in Regiunea Sud-Muntenia
Cod SMS Proiect - 105932, Nr Contract de finantare - POCU/82/3/7/106932

3	Impozit pe profit/cifră de afaceri	1.694,53	1.694,53	3.389,07	3.389,07
E	Dividende	0,00	0,00	0,00	0,00
F	Total utilizări numerar (B+C+D+E)	178.399,80	141.324,50	147.845,82	150.366,83
G	Flux net de lichidități (A-F)	122.053,20	73.128,50	191.061,18	188.540,17
II	Sold final disponibil (I+G)	122.053,20	195.181,70	386.242,88	574.783,05

8.4. Ipoteze de lucru pentru realizarea fluxului de numerar - proiecțiilor financiare.

Ipotezele de lucru care au stat la realizarea fluxului de numerar:

- In primul rand firma se va realiza cu vectorul fiscal platitoare de TVA, acest lucru este important din mai multe puncte de vedere, printre care si achizitia de echipamente, achizitia de materie prima, care nu se gaseste pe plan national si prin urmare este nevoie sa fie importata.
- Impozitul pe cifra de afaceri este de 1% in conformitate cu prevederile legale din codul fiscal.
- Proprietarul afacerii va veni cu un aport financiar 28.000,00 lei pe care ii va utiliza pentru acoperirea TVA-ului necesar pentru achizițiile din cadrul proiectului pentru echipamentele ce vor fi achizitionate direct din tara, ulterior aceste sume vor fi inapoiate prin solicitare rambursare TVA sau vor fi deduse prin vanzarea produselor ulterioare.
- Afacerea functioneaza avand costuri de functionare de 168.302,00 lei si venituri de 169.453,00 lei in conditiile in care aproximativ jumatate din cheltuieli sunt pentru investitii in primul an. Daca ne vom uita la anul 3 observa o diferenta in sensul ca vanzarile cresc ajungand la dublu fata de anul 1 si iar cheltuielile scad la 75% din valoare primului an. Astfel avem un raport de 1 la 3.5, prin urmare cheltuielile reprezinta aproximativ o treime din incasari.
- Veniturile lunare vor fi variabile in functie de fluxul de clienti (turisti) insa ca si medie acestea reprezinta o suma de aproximativ 28.000 lei lunar raportat la cheltuieli lunare de 8.500 lei.
- Raportat la cheltuieli cu chiria, acestea nu au fost luate in considerare pentru ca vor fi puse la dispozitie de catre proprietarul afacerii, la fel si utilitatile, care in general nu depasesc 500 lei lunar, avand in vedere ca nu se folosesc multe resurse.
- Salariile in conformitate cu politica de salarizare, acestea vor fi crescute progresiv sub forma de bonus lunar acorda procentual din vanzarile realizate. Astfel salariul de baza ramanand acelasi pe intreaga perioada de analiza.
- In primul an se va incasa prima transa din subventie pe care o va utiliza integral pentru achizitia de echipamente, plata salariilor pentru primele 6 luni, dupa care salariile vor fi platite din incasari. Iar pana la finalul anului 1 se va dori incasarea si celei de-a doua transa in conditiile in care vanzarile se preconizeaza a fi de aproximativ 5 ori mai mari decat minimul pe care trebuie sa il demonstram,



Parteneri:



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Programul Operational Capital Uman 2014-2020
Axa Prioritara 3 - Locuri de muncă pentru tineri
Obiectiv specific 3.7 - Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderii cu profil nonagricol din zona urbană
Titlu proiect: Start-Up Plus - afaceri de succes in Regiunea Sud-Muntenia
Cod SMS Proiect - 109932, Nr Contract de finantare - POCU/82/3/7/106932

respectiv 33.300 lei, ca si conditie pentru incasarea celei de-a doua trnase de bani.
Acestea sunt premisele care au stat la baza realizarii fluxului de numerar previzionat.
maxim 3000 caractere

NOTA:

- Mențiunile cu albastru, italic dintre paranteze sunt mențiuni ajutătoare. Acestea se vor înlocui cu informații relevante pentru completarea palnului de afaceri.
- Anumite secțiuni sunt limitate din punct de vedere al numarului de caractere, de urmărit marcajele cu roșu.



Parteneri:




método


23