

## ANEXA IIA

### Model PLAN de AFACERI pentru firme aflate în perioada de incubare

#### DATE DE IDENTIFICARE

1. Numele firmei:

2. Activitatea principală a firmei și codul CAEN al activității principale:

3. Valoarea capitalului :

4. Persoană de contact/ adresa/ număr telefon/ adresa e-mail:

#### A. VIZIUNE, STRATEGIE

**A 1. Care este esența afacerii? Ce anume va genera bani și profit?**

**A 2. Cine vor fi clienții?**

- *Persoane fizice*
- *Firme*
- *Statuli*

Nr.crt.	Clienți/ Grupe de clienți	Anul 1		Anul 2		Anul 3	
		Mii Lei	%	Mii Lei	%	Mii Lei	%
	Total cifra de afaceri		100		100		100

**A 3. Obiectivele pentru următorii 3 ani.**

Nr. crt.	Obiective (Indicatori țintă)	UM	Anul N (anul curent)	Anul N+1	Anul N+2
1.	Cifra de afaceri, din care:	Mii Lei			
2.	Export				
3.	Profit				
2.	Nr. Angajați	Nr.			

**A 4. Care sunt „punctele tari”?**

*Exemple:*

- *Cunoștințe tehnologice*
- *Cunoștințe de piață*
- *Capital*
- *Relații*
- *Capacitate de muncă*

## B. ISTORIC, MANAGEMENT, RESURSE UMANE

### B 1. Istoric

- Cum a apărut ideea de afacere?
- Ce experiență practică și/sau teoretică aduceți în afacere?

### B 2. Management, Resurse Umane

*Managementul unei firme este determinant pentru evoluția acesteia. Încercați să evidențiați modul în care cunoștințele, specializările, experiența fiecăruia dintre manageri va influența în mod pozitiv evoluția firmei.*

#### MANAGEMENT

Nume și prenume	Funcția	Studii/ Specializări

#### PERSONAL

Detaliere pe funcții/ activități/ nivel de instruire

Activitatea	Număr de salariați/ Nivel de instruire
Activitatea 1	
Activitatea 2	
Activitatea 3	
...	
TOTAL	

*(Se poate atașa organigrama viitoare firme)*

## C. ANALIZA PIETEI

**Date privind piața și promovarea noului produs/ serviciu:**

### C 1. Clienți potențiali:

*Descrieți ce strategii de marketing ați gândit să aplicați, cum ați identificat clienții potențiali, din ce categorii fac parte: persoane fizice sau juridice, instituții publice - cum veți extinde piața sau identifica noi piețe, etc.*

**Anul curent (N)**

Clienți	Vânzări preconizate pe clienții principali Mii Lei	(Grupe de) produse/servicii, Mii Lei				Total	
		Produs 1	Produs 2	Produs 3	Produs 4	Mii Lei	%
Clienți Interni	1						
	2						
	3						
	Total piață internă						
Clienți externi	1						
	2						
	3						
	Total piață externă						
Total intern+export							

**Anul (N+1)**

Clienți	Vânzări preconizate pe clienții principali Mii Lei	( Grupe de) produse/servicii, Mii Lei				Total	
		Prodot 1	Prodot 2	Prodot 3	Prodot 4	Mii Lei	%
Clienți Interni	1						
	2						
	3						
	Total piață internă						
Clienți externi	1						
	2						
	3						
	Total piață externă						
Total intern+export							

**Anul (N+2)**

Clienți	Vânzări preconizate pe clienții principali Mii Lei	( Grupe de) produse/servicii, Mii Lei				Total	
		Prodot 1	Prodot 2	Prodot 3	Prodot 4	Mii lei	%
Clienți Interni	1						
	2						
	3						
	Total piață internă						
Clienți externi	1						
	2						
	3						
	Total piață externă						
Total intern+export							

*(se pot atașa studii de cercetare de piață sau statistici la care se face referire, precum și cereri de ofertă/ pre-contracte de la potențialii clienți)*

**C 2. Concurenți potențiali**

Care sunt principalii concurenți?

Nr.crt	Prodot /serviciu oferit pieței	Firme concurente în condițiile lansării pe piață a produselor/serviciilor noi	
		Denumirea firmei	Ponderea pe piață (%)
1			
2			
3			
4			

Ce puncte tari și puncte slabe au aceștia?

Nr.crt	Denumirea firmei	Puncte tari	Puncte slabe
1			
2			
3			
4			

### C 3. Principalele avantaje care vă diferențiază pe dumneavoastră de concurență:

*Referiți-vă la: Politica de preț (modul de stabilire a prețului de vânzare, corelarea cu costul de fabricație și tendințele pieței); Calitate; Caracteristici noi sau îmbunătățite față de ale concurenței;  
Servicii post-vânzare; alte avantaje*

### C 4. Activități de promovare:

*De ex.: Publicitate, Lansare oficială, Pliante, broșuri, Plata în rate, Promoții  
Descrieți care este strategia de promovare pentru lansarea produselor/serviciilor și după aceea estimați costurile anuale de promovare*

Cheltuieli pentru promovarea produselor/serviciilor pe categorii de cheltuieli (mii Lei)	Anul N	Anul N+1	Anul N+2
Total cheltuieli de promovare			

## F. PROIECȚII FINANCIARE

### F 1. Cheltuieli anuale

Cheltuieli directe	Suma Mii Lei	% din total cheltuieli
Materii prime		
Materiale auxiliare		
Manoperă directă (salarii + taxe și contribuții sociale)		
Energie, alte utilități		
Subansamble		
Servicii sau lucrări subcontractate		
Alte cheltuieli directe ( <i>detaliați</i> )		
<i>Total cheltuieli directe</i>		
Cheltuieli indirecte	Suma Mii Lei	% din total cheltuieli
Administrație / Management		
Cheltuieli de Birou / Secretariat		
Cheltuieli de Transport (transport intern,		

<b>Cheltuieli directe</b>	<b>Suma Mii Lei</b>	<b>% din total cheltuieli</b>
manipularea produselor în cadrul activității și cu ce forțe se realizează)		
Cheltuieli de protecția muncii și a mediului		
Alte chetuieli indirecte		
<i>Total cheltuieli indirecte (detaliați)</i>		
<b>TOTAL</b>		

## **F 2. Venituri anuale preconizate:**

<b>Vânzări la capacitatea maximă</b>	<b>Suma (lei)</b>
Produsul/Serviciul 1	
Produsul/Serviciul 2	
Produsul/Serviciul 3	
Total	

## **F 3. Situația veniturilor și cheltuielilor**

<b>Indicator</b>	<b>Valoare (in mii Lei)</b>		
	<b>Anul N</b>	<b>Anul N+1</b>	<b>Anul N+2</b>
Venituri din vânzări			
Costuri de producție			
Profit brut (impozabil)			
Impozit pe profit			
Profit net			
Dividende plătite			
Profit nerepartizat			
Dobânzi scadente			
Profit disponibil			
Profit disponibil cumulat			
Pierderi din activitatea de bază			

## **F 2. Flux de numerar**

<b>Indicator</b>	<b>Valoare (in mii Lei)</b>		
	<b>Anul N</b>	<b>Anul N+1</b>	<b>Anul N+2</b>
Resurse financiare la începutul perioadei			
Credite			
Vânzări			
<b>TOTAL INTRARI DE NUMERAR</b>			
Investiția + creșterea de capital circulant net			
Cheltuieli operaționale			
Cheltuieli financiare – dobânzi			
Rate de credit			
Impozit pe profit			
Dividende plătite			
<b>TOTAL IEȘIRI DE NUMERAR</b>			
<b>SURPLUS/ DEFICIT DE NUMERAR</b>			