



PLAN DE AFACERI

Capitolul I – Date generale de identificare

Secțiunea 1 - Date de identificare

Nume și prenume	
Domiciliul	
Număr de telefon	
Denumire societate	
Formă de organizare juridică	
Adresă sediu social/punct de lucru	
Tip activitate	☐ Producție ☐ Servicii
Valoare capital social	

Secțiunea 2 - Obiect de activitate

Cod CAEN principal	
Cod CAEN secundar 1	
Cod CAEN secundar 2	
Cod CAEN secundar 3	

Secțiunea 3 - Structura asociațiilor și conducerea societății

Asociat	Nume și prenume	Data nașterii	Procent capital social
Asociat 1			
Asociat 2			
Asociat 3			

Nume și prenume administrator	
-------------------------------	--



Capitolul II – Descrierea proiectului

Secțiunea 1 - Descrierea afacerii și a strategiei de implementare a planului de afaceri (obiective, activități, rezultate, indicatori)

1.1. Obiectivul general al proiectului/Scopul proiectului Înființarea de către antreprenorul [.....] a unei afaceri cu domeniul de activitate în [.....] până la data [.....],care să furnizeze către clienți următoarele servicii și/sau produse: ☐ ☐ ☐
--

1.2. Obiectivele specifice ale proiectului	
O.S.1 -	
Activitățile necesare îndeplinirii obiectivului	Rezultatele obținute în urma desfășurării activității
A1.1	R1
A1.2	R2 R4
A1.3	R5
O.S.2 -	
Activitățile necesare îndeplinirii obiectivului	Rezultatele obținute în urma desfășurării activității
A2.1	R9
A2.2	R10 R11
A2.3	R12
O.S.3 -	
Activitățile necesare îndeplinirii obiectivului	Rezultatele obținute în urma desfășurării activității
A3.1	R16
A3.2	R17 R18
A3.3	R19



1.3. Indicatori prestabiliți	
1.3.1. Indicatori prestabiliți de realizare	
Denumire indicator	Valoare indicator
Afaceri înființate	
Locuri de muncă create	
1.3.2. Indicatori prestabiliți de rezultat	
Denumire indicator	Valoare indicator
Afaceri funcționale la 6 luni după terminarea sprijinului	
Locuri de muncă menținute 6 luni după terminarea sprijinului	

Secțiunea 2 - Descrierea produselor/serviciilor

Nr. crt.	Denumire produs/serviciu	Descrierea produsului/serviciului
1		Ce probleme rezolva? ☐ ☐ ☐ Ce aduce în plus clienților? ☐ ☐ ☐ Specificații ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ STANDARDE DE MEDIU: ☐ ISO 14001 – Sistem de Management de Mediu ☐ EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) ☐ ISO 50001 – Managementul energiei ☐ LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) ☐ Ecolabel UE ☐ Carbon Trust Standard ☐ DNSH



Nr. crt.	Denumire produs/serviciu	Descrierea produsului/serviciului
2		Ce probleme rezolva? ☐ ☐ ☐ Ce aduce în plus clienților? ☐ ☐ ☐ Specificații ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ STANDARDE DE MEDIU: ☐ ISO 14001 – Sistem de Management de Mediu ☐ EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) ☐ ISO 50001 – Managementul energiei ☐ LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) ☐ Ecolabel UE ☐ Carbon Trust Standard ☐ DNSH
3		Ce probleme rezolva? ☐ ☐ ☐ Ce aduce în plus clienților? ☐ ☐ ☐ Specificații ☐ ☐ ☐



Nr. crt.	Denumire produs/serviciu	Descrierea produsului/serviciului
		☐ ☐ STANDARDE DE MEDIU: ☐ ISO 14001 – Sistem de Management de Mediu ☐ EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) ☐ ISO 50001 – Managementul energiei ☐ LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) ☐ Ecolabel UE ☐ Carbon Trust Standard ☐ DNSH

2.1. Descrierea fluxului tehnologic de realizare a produselor și/sau prestare a serviciilor (cu totalitatea activităților necesare realizării acestui flux care trebuie detaliate și realizate prin proiect), activitatea și tehnologia aplicată în cadrul proiectului. Se descrie detaliat fluxul activităților propuse prin PA și modul de realizare a acestora, prin care se asigură obținerea produsului destinat vânzării sau a serviciului prestat.

2.3. Strategia privind integrarea soluțiilor inovative pentru organizarea activităților și proceselor la nivelul afacerii verzi (sustenabilitate, inovatie ecologica si responsabilitate sociala, economie circulara, energie regenerabila, eficienta energetica si constientizare si educatie, reglementari si standarde de mediu):

Sustenabilitate	☐ Implementarea unui sistem de management al resurselor naturale, cu monitorizare constantă a consumului de apă, energie și materii prime. ☐ Dezvoltarea unor politici de reducere a deșeurilor, cu planuri clare pentru reciclare și reutilizare. ☐ Investirea în tehnologii și procese de producție care minimizează impactul ecologic, cum ar fi reducerea emisiilor de carbon.
-----------------	---



	☐ Crearea unui plan de compensare a emisiilor de CO₂, prin investiții în proiecte de plantare de arbori sau energie regenerabilă. ☐ Educația angajaților și a partenerilor de afaceri pentru a promova comportamente sustenabile la toate nivelurile organizației.
Inovatie ecologica	☐ Dezvoltarea de noi produse ecologice, cum ar fi ambalaje biodegradabile, produse cu un impact redus asupra mediului sau cu ciclu de viață extins. ☐ Colaborarea cu universități sau startup-uri pentru a sprijini cercetarea în domenii precum tehnologia verde și soluții ecologice. ☐ Crearea de parteneriate public-private pentru a investi în soluții tehnologice inovatoare ce reduc consumul de energie și resurse. ☐ Implementarea unui proces de inovare deschisă, în care angajații sunt încurajați să propună soluții ecologice noi. ☐ Lansarea unui program de premii pentru idei inovative care reduc impactul ecologic al proceselor de producție sau al produselor.
Responsabilitate sociala	☐ Organizează campanii de voluntariat pentru angajați, care să ajute comunități locale în proiecte de protecția mediului. ☐ Colaborează cu organizații non-profit pentru a sprijini cauze ecologice și educaționale, precum plantarea de păduri sau educația pentru protecția mediului. ☐ Oferă burse sau granturi pentru proiecte educaționale care promovează comportamente sustenabile. ☐ Crează un program de „voluntariat corporativ” în care angajații își pot dedica o parte din timpul de lucru activităților de responsabilitate socială. ☐ Implică angajații în procesul decizional privind sustenabilitatea și responsabilitatea socială, pentru a crea un sentiment de apartenență și angajament.
Economie circulara	☐ Introducerea unui sistem de colectare și reciclare a deșeurilor produse de companie, cu scopul de a le reutiliza în procesele de producție. ☐ Înlocuirea produselor de unică folosință cu alternative reutilizabile sau reciclabile. ☐ Colaborarea cu alți actori din industrie pentru a crea o rețea de schimb de materiale între companii, promovând un flux de resurse care se reciclează reciproc.



	☐ Promovarea produselor „second life” sau a modelelor de business care oferă clienților posibilitatea de a returna produsele pentru a fi refolosite sau reciclate. ☐ Implementarea unui program de educație a clienților privind economia circulară, pentru a-i încuraja să participe activ în acest proces.
Energie regenerabila	☐ Instalarea de panouri solare, turbine eoliene sau alte surse de energie regenerabilă pe infrastructura proprie. ☐ Crearea unui sistem de monitorizare a consumului de energie pentru a înlocui treptat sursele de energie convenționale cu surse regenerabile. ☐ Colaborarea cu furnizori de energie regenerabilă pentru a asigura că întreaga organizație utilizează energie curată. ☐ Investirea în dezvoltarea unor tehnologii proprii de captare și stocare a energiei regenerabile pentru a reduce dependența de rețelele tradiționale. ☐ Stimularea angajaților să adopte surse de energie regenerabilă acasă, prin oferirea de reduceri sau subvenții pentru instalarea de soluții verzi.
Eficiența energetică	☐ Implementarea unor echipamente eficiente energetic, precum iluminatul LED și electrocasnice cu consum redus de energie. ☐ Adoptarea unui sistem de gestionare a energiei în clădiri, folosind tehnologii inteligente de control al consumului. ☐ Optimizarea proceselor de producție pentru a minimiza pierderile de energie, prin automatizare și tehnologii avansate. ☐ Monitorizarea și raportarea continuă a consumului de energie, pentru a identifica zonele de îmbunătățire. ☐ Organizarea unor campanii interne de educare a angajaților pentru a adopta practici de economisire a energiei la locul de muncă.
Conștientizare și educație	☐ Crearea unor programe educaționale pentru angajați privind impactul mediului și importanța acțiunilor sustenabile. ☐ Desfășurarea de campanii de sensibilizare a publicului larg cu privire la protecția mediului și economisirea resurselor. ☐ Organizarea de evenimente și workshopuri cu experți pentru a învăța comunitatea despre schimbările climatice și soluțiile ecologice.



	☐ Colaborarea cu școli și universități pentru a integra educația ecologică în programele lor de învățământ. ☐ Implementarea unor aplicații mobile sau platforme online pentru a educa și informa consumatorii despre impactul lor ecologic.
Reglementari si standarde de mediu	☐ Certificarea companiei conform standardelor internaționale de mediu, cum ar fi ISO 14001 sau EMAS, pentru a demonstra angajamentul față de mediu. ☐ Colaborarea activă cu autoritățile pentru a influența și a implementa reglementări stricte privind protecția mediului. ☐ Revizuirea și actualizarea constantă a procedurilor interne pentru a se alinia la reglementările de mediu actuale și viitoare. ☐ Implementarea unui sistem de raportare de mediu transparent, prin care compania poate arăta public impactul său ecologic. ☐ Promovarea unor parteneriate de afaceri cu organizații care respectă cele mai bune practici în domeniul standardelor de mediu.

Secțiunea 3 - Segmente de clienți

	Descrierea profilului clientului
Business to Customer B2C	Descriere segment client ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Cu ce probleme se confruntă clientul? ☐ ☐ ☐ Ce își dorește clientul să obțină? ☐ ☐ ☐



Business to Business B2B	Descriere segment client
	☐
	☐
	☐
	☐
	☐
	Cu ce probleme se confruntă clientul?
	☐
	☐
	☐
	Ce își dorește clientul să obțină?
	☐

Secțiunea 4 – Analiza pieței de desfacere și a concurenței

4.1. Descrierea pieței de desfacere

Tipul pieței	Scurtă analiză a tipului de piață
☐ Piață de masă ☐ Piață de nișă ☐ Piață segmentată ☐ Piață cu mai multe fețe (clienți interdependenți)	

4.2. Analiza oportunității pieței de desfacere

Valoarea pieței ce poate fi deservită (lei)	Valoarea pieței țintă (lei)	Trendul pieței
---	-----------------------------	----------------



		☐ Piață în creștere ☐ Piață stagnantă ☐ Piață în scădere ☐ Piață volatilă
--	--	--

4.3. Analiza concurenței

#	Denumire competitor	Localizare	Cifra de afaceri	Profit net	Număr mediu angajați
1			2021	2021	2021
			2022	2022	2022
			2023	2023	2023
2			2021	2021	2021
			2022	2022	2022
			2023	2023	2023
3			2021	2021	2021
			2022	2022	2022
			2023	2023	2023
4			2021	2021	2021
			2022	2022	2022
			2023	2023	2023



4.4. Analiza competiției și a forțelor ce definesc piața

Cât de intensă este concurența între competitorii din piață?	
Cât de multă putere de decizie au furnizorii?	
Există produse/servicii cu rol de substitut ce pot satisface aceleași nevoi sau probleme ale clienților?	
Cât de mare este puterea de influență a clienților în stabilirea prețurilor?	
Ce principii ale afacerilor verzi sunt respectate și aplicate de către competitorii din piața?	



PUNCTE TARI	PUNCTE SLABE
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Strategia de valorificare a punctelor tari ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Strategia de ameliorare a punctelor slabe ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
OPORTUNITĂȚI	AMENINȚĂRI
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Strategia de exploatare a oportunităților ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Strategia de atenuare a amenințărilor ☐ ☐ ☐ ☐ ☐



Secțiunea 6 – Planul de marketing și managementul relației cu clienții

6.1 Strategii de vânzare (se va avea în vedere respectarea principiilor afacerilor verzi)

Segment de client	Obținerea clienților	Păstrarea clienților	Sporirea vânzărilor către clienții existenți

6.2. Planul acțiunilor de marketing (se va avea în vedere respectarea principiilor afacerilor verzi)

6.2.1. Crearea de cerere prin plată (Paid demand creation)		
Acțiuni	Descrierea acțiunii, a resurselor necesare cu impact în buget și a publicului țintă	Rezultate
Acțiunea nr. 1:		
6.2.2. Crearea de cerere gratuită (Earned demand creation)		
Acțiune	Descrierea acțiunii, a resurselor necesare cu impact în buget și a publicului țintă	Rezultate
Acțiunea nr. 1:		



Secțiunea 7 – Canale de comunicare și distribuție

Fază	Descrierea fazei
Conștientizarea <i>Cum asiguri vizibilitate produselor/serviciilor oferite</i>	
Evaluarea/analizarea <i>Cum asiguri evaluarea de către client a produselor/serviciilor oferite</i>	
Cumpărarea <i>Cum pot clienții să achiziționeze produsele/serviciile oferite</i>	
Livrarea <i>Cum livrați produsul/serviciul oferit</i>	
Servicii post vânzare <i>Ce servicii post vânzare oferiți</i>	



Secțiunea 8 – Resurse cheie necesare desfășurării afacerii

8.1. Schema organizatorică și politica de resurse umane

#	Denumirea postului	Normă de lucru și încadrare salarială	Principalele atribuții ale postului	Politica de resurse umane
1				
2				
3				



8.2 Resurse puse la dispoziție de antreprenor pentru demararea afacerii

#	Denumire resursă	Cantitate	Caracteristici tehnice minimale
1			
2			
3			
4			
5			

8.3 Resurse cheie necesare a fi achiziționate (ex. utilaj specific, licență software, patent de invenție etc.)

#	Denumire resursă	Cantitate	Caracteristici tehnice minimale
1			
2			
3			
4			
5			

Secțiunea 9 – Parteneriate cheie

9.1 Parteneriate indispensabile afacerii

#	Partener cheie	Tipul parteneriatului	Descriere partener
1		☐ Alianță strategică între non competitori ☐ Joint venture ☐ Client cheie ☐ Furnizor cheie ☐ Francizor	
2		☐ Alianță strategică între non competitori ☐ Joint venture ☐ Client cheie ☐ Furnizor cheie ☐ Francizor	



9.2 Parteneriate cheie pentru afacerea verde

#	Partener cheie	Scopul parteneriatului	Descriere partener
1		☐ Utilizarea sustenabilă a resurselor in afaceri ☐ Ambalaje biodegradabile si reutilizabile ☐ Energie regenerabila pentru afaceri ☐ Economie circulară – reciclare și refolosire ☐ Transport ecologic și mobilitate sustenabilă ☐ Educarea și conștientizarea consumatorilor	
2		☐ Utilizarea sustenabilă a resurselor in afaceri ☐ Ambalaje biodegradabile si reutilizabile ☐ Energie regenerabila pentru afaceri ☐ Economie circulară – reciclare și refolosire ☐ Transport ecologic și mobilitate sustenabilă ☐ Educarea și conștientizarea consumatorilor	



Capitolul III – Bugetul proiectului

Secțiunea 1 – Proiecții financiare: bugetul de achiziții și cheltuieli

(se va avea în vedere respectarea principiilor afacerilor verzi)

1.1. Bugetul de achiziții și cheltuieli (12 luni)

#	Denumire	Categorie	Preț unitar inclusiv TVA	Cantitate	Valoare totală
				Total	Total
1		Imobilizări			
2		Circulante			
3		Salarii			
4		Servicii			
5		Alte cheltuieli			
6					
7					
8					
9					
10					



Cofinanțat de
Uniunea Europeană



#	Denumire	Categorie	Preț unitar inclusiv TVA	Cantitate	Valoare <i>totală</i>
				Total	Total
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
TOTAL					



Secțiunea 2 – Proiecții financiare: bugetul de venituri

Premise privind stabilirea cantității estimate a fi vândute (ex. 10 buc/lună x 12 luni = 120 buc vândute în cursul a 12 luni):

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

2.1. Bugetul de venituri (12 luni)

#	Denumirea sursei de venit	Cantitate vândută	U.M.	Preț unitar	Valoare
1					
2					
3					
4					
5					
TOTAL					