



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operational Capital Uman 2014-2020

Axa prioritara 6: Educatie si competente

Obiectiv tematic 10: Efectuarea de investitii in domeniul educatiei, al formarii si al formarii profesionale in vederea dobandirii de competente si a invatarii pe tot parcursul vietii, cu Prioritatea de investitii

Prioritatea de investitii 10.iv: "Sporirea relevantei pe piata fortelor de munca a educatiei si a sistemelor de formare, facilitarea tranzitiei de la educatie la piata fortelor de munca si consolidarea formarii si a sistemelor de formare profesionala, precum si a calitatii lor, inclusiv prin mecanisme de anticipare a competentelor, adaptarea programelor de invatamant si instituirea si dezvoltarea unor sisteme de invatare la locul de munca, inclusiv a unor sisteme de invatare duala si programe de ucenicie"

Obiectiv specific 6.13: Cresterea numarului absolventilor de invatamant tertiar universitar si non universitar care isi gasesc un loc de munca urmare a accesului la activitati de invatare la un potential loc de munca/ cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potential competitiv identificate conform SNC 2015-2020 si domeniile de specializare inteligenta conform SNCDI

Titlul proiectului: Tineri antreprenori - De la idee la oportunitate

Contract: POCU/829/6/13/141131

Beneficiar: SC IPA SA

PLAN DE AFACERI TEMA

Cofetarie cu ingrediente naturale

PARTICIPANTI

Stoica Andreea





Cuprins si capitole

- 1. Titlul firmei si forma juridica**
- 2. Sumar (scurta introducere)**
- 3. Descrierea firmei (afacerii)**
- 4. Echipa si managementul companiei**
- 5. Prezentare produs(e) / serviciu (ii)**
- 6. Analiza pietei**
- 7. Obiective**
- 8. Strategia firmei/afacerii si implementare**
- 9. Informatii financiare**
- 10. Anexe si alte documente**



1. Titlul firmei si forma juridica

Doresc sa infiintez o afacere ce are ca scop fabricarea de produse de cofetarie sanatoase, pentru diferite persoane, produse fara zahar, cu ingrediente naturale. Datorita faptului ca este un domeniu de interes si in urma cautarilor proprii am descoperit ca este la cautare din ce in ce mai mult, cu atat mai mult cu cat ele pot fi personalizate in functie de valoarea nutritionala.

Forma de organizatie care raspunde intentiilor mele este:

Societate cu Raspundere Limitata (SRL)

Fata de scopul pe care mi l-am propus "Titlul" cel mai potrivit, in ceea ce ma priveste, este:

Cofetarie cu ingrediente naturale

Adresa sediului social va fi: Craiova, blvd Oltenia nr 23.

Telefon: +40 761 214 668

E-mail: stoica.andreea24@yahoo.com

2. Sumar (scurta introducere)

Ideea de afacere propusa doreste in a se concretiza intr-un start-up care sa ofere produse dulci naturale , urmand sa dezvolte pe parcurs si alte tipuri de produse pastrand aceleasi proprietati.

- Torturi
- Prajituri cu fructe
- Prajituri raw
- Tarte cu fructe

Pentru functionarea societatii, va fi nevoie de urmatoarea structura organizatorica.

1 Administrator

2. Cofetar

3. Cofetar

Numarul persoane care vor fi angajate ca:





- 1 cofetar cu un salariu brut de 3000 lei
- 1 cofetar 3000 lei
- 1 cofetar 3000 lei

Total cheltuieli cu salariatii: 9000 lei lunar

Pentru succesul afacerii vom aborda urmatoarele strategii de lansare:

Vom aborda politici de promovare online prin concursuri cu intrebari despre produsele promovate de noi, reclame platite pe rețelele de socializare, insotite de fotografii profesionale care sa puna in evidenta produsele noastre. In mediul off-line vom participa la targuri cu specific apropiat de segmentul nostru de piata si de asemenea ne vom implica in evenimente caritabile ca si sponsori pentru a ne promova numele si calitatea produselor.

Fiind un start-up, strategia noastra va include alocarea unei cote de 10% din profit pentru bugetul de marketing, iar trimestrial vom reanaliza impactul promovarii asupra cifrei de afaceri pentru a ne putea adapta cat mai bine asupra dorintelor clientilor si a solicitarilor din piata.

Pentru inceput vom aloci o suma fixa indiferent de volumul de vanzari, analizand lunar strategiile aplicate si impactul acestora in atragerea de noi clienti.

3. Descrierea firmei (afacerii)

Firma va avea ca activitate principala, crearea de dulciuri sanatoase, din ingrediente naturale incadrandu-se intr-un numar de calorii personalizat fiecarui cumparator. Societatea va functiona ca activitate principala in domeniul produselor de cofetarie, cu ingrediente naturale, sanatoase fara conservanti si doar cu indulcitori naturali nesintetizati.

Viziunea noastra este sa ajungem principalul furnizor de produse dulci sanatoase si in acelasi timp gustoase. Sa incurajam in acelasi timp publicul in a se informa mai mult despre ce inseamna produse sanatoase si gustoase in acelasi timp.

Ne propunem sa devenim un brand cunoscut pe plan local si sa fim inclusi chiar si pe lista organizatorilor de evenimente, ca furnizori de produse personalizate in functie de cerintele clientilor finali.

Pe termen lung dorim sa extindem formatul de afacere dupa ce acesta va ajunge la o maturitate locala ca si produse de referinta in domeniu.

Punctul de desfacere va fi ales intr-o zona usor accesibila, de preferat central, care sa ofere expunere potentialilor clienti care nu sunt neaparat interesati de acest tip de produse, nestiind diferentele fata de produsele procesate.





Diferențierea în piață ne va aduce și un avantaj competitiv prin faptul că produsele noastre nu conțin conservanți chimici, coloranți artificiali, îndulcitori sintetici și sunt naturale. În același timp sunt produse de o calitate superioară la prețuri accesibile.

Credeam în ceea ce facem și promovăm un stil de viață echilibrat și sănătos dar înțelegem în același timp nevoia pentru produse dulci. Acestea nu trebuie să fie daunatoare, pot fi sănătoase și în același timp gustoase și nutrițional echilibrate.

Acordăm o deosebită atenție pentru materia primă folosită și alegem combinațiile de ingrediente în funcție de nutrienții conținuți și aportul acestora în dietă.

Clienții pot accesa produsele noastre atât online prin serviciul de delivery, pe pagina de facebook, la telefonul promovat pe toate materialele publicitare și online, cât și în laboratorul nostru cu punct de desfacere, unde personalul pregătit le poate detalia mai multe informații și pot formula sugestii în funcție de preferințele fiecăruia.

Pentru a păstra calitatea produselor, acestea vor fi însoțite de informații cu instrucțiuni despre termenul de valabilitate și condițiile de păstrare care să asigure același gust și calitate în termenul specificat.

4. Echipa și managementul companiei

Pentru funcționarea societății, va fi nevoie de următoarea structură de organizare.

Un Administrator – responsabil cu achizițiile, desfășurarea activității, analiza evoluției societății, etc

Doi cofetari – responsabil cu producția și ambalarea produselor pentru clienți.

Salariații societății vor fi contractați pe perioadă nedeterminată pe baza contractelor de muncă, iar salariile brute vor fi de 3000 lei/lună.

5. Prezentarea produselor și serviciilor

Așa după cum am menționat și în capitolele anterioare produsele/serviciile pe care le vom realiza sunt:



Torturi diferite sortimente

Prajituri cu fructe

Tarte cu fructe

Produsele/serviciile de mai sus se vor realiza cu ajutorul:

- produselor naturale ca materie prima: Faine, fructe, miere, nuci, siropuri naturale
- malaxor,
- cuptor
- frigider industrial
- blat de lucru, etc
- cantar electronic
- vitrina cu temperatura reglabila pentru pastrare
- vitrina reglabila pentru expunere
-

Nr	Produs	Um	Pret unitar lei	Cantitate	valoare
1	Tort (felie)	fructebuc	15	5.000	75.000
2	Tort (felie)	buc	10	20.000	200.000
3	Prajitura fructe de sezon	cubuc	10	5000	50.000
4	Prajitura fructe congelate	cubuc	12	5000	60.000
5	Tarta cu fructe	buc	20	10.000	200.000
-					

Din analiza pietei am tras concluzia ca potentialii clienti sunt interesati de produse cu urmatoarele cerinte:

Domeniul de activitate al afacerii este fabricarea prajiturilor, iar industria din care face parte este industria alimentara.

Industria in care se incadreaza ideea mea de afacere este una stabila, mereu in crestere si dezvoltare, deoarece tot mai multi clienti sunt interesati sa aiba un stil de viata sanatos iar astfel trendul este unul crescator. Tot mai multe persoane renunta la indulcitorii artificiali sau sintetici, procesati si adopta un stil alimentar echilibrat, sanatos si doresc sa isi

mentina un aport optim de nutrienti fara sa renunte la preferinte sau doresc pur si simplu sa nu consume produse procesate si nesanatoase organismului. Avand in vedere aceste aspecte , ajungem la concluzia ca produsele noastre vor avea un mare succes, iar clientii vor fi receptivi in a le consuma.

Pentru societatile nou infiintate va fi usor sa intre pe acest segment, daca au utilajele necesare, personal instruit si spatiul de productie, sau daca dispun de fondul necesar de investitie. in cazul in care nu dispun de aceste lucruri poate fi relativ dificil sa intre pe piata, insa nu este imposibil. Costurile cu aparatura, sediul si autorizatiile pot fi destul de ridicate.

In momentul de fata, in Craiova foarte putini concurenti relativ pe acelasi segment, rata succesului va fi una ridicata din punct de vedere al conceptului de cofetarie sanatoasa

Industria este una atractiva, deoarece tendinta pentru produsele naturale este una ascendenta. Principalele oportunitati din industrie sunt patrunderea in hypermarketuri si magazine mici si mijlocii, participarea la diverse targuri si expozitii, precum si a fi producator de referinta, inovator, recunoscut pe piata locala. in ceea ce privesc amenintarile, un factor major este concurenta neloiala si schimbarile legislative.

6. Analiza pietei

Din observatiile si analizele efectuate, am putut constata urmatoarele firme concurente pe piata:

In momentul de fata in Craiova, jud. Dolj, nu exista concurenta fix pe acelasi segment, concurenta fiind preponderent in mediul online precum:

<https://www.marlenkaromania.ro/>

<https://vanilissimo.ro>

Acestea produse concurente au termen de valabilitate mare, ceea ce inseamna ca au aditivi de pastrare.

Companii oarecum concurente pe piata locala:

www.RawZilla.ro – Produse raw vegane.

Aceasta companie comercializeaza produse exclusiv raw, sanatoase fara preparare termica, adresandu-se doar unui anumit segment de piata.

Tot din analizele de piata a rezultat si ideea de afaceri pe care doresc sa o pun in practica datorita urmatoarelor oportunitati pe care mi le ofera piata:



Conform unor statistici trendul asupra consumului de alimente naturale este unul ascendent. Preocuparea pentru sanatate si sport populatiei duce la schimbarea obiceiurilor de consum, respectiv piata alimentelor naturale este in crestere.

Consumatorii locali au inceput sa fie mai orientati catre bunastare si tot mai preocupati de propria sanatate, mai ales in contextul pandemiei, astfel ca s-au orientat catre produse alimentare considerate a fi sanatoase pentru organism, dar fara sa renunte la preferintele culinare, astfel au ajuns sa fie tot mai atenti la ceea ce consuma.

Totodata, pe langa oportunitati, am identificat si constrangeri si riscuri pe care le pot intampina in piata. Acestea sunt:

1. Riscuri inovationale – patrunderea dificila pe piata
2. Riscuri pe linia de productie – Achizitia unui stoc de materie prima mult mai mic sau mai mare decat necesarul periodic, defectiuni ale utilajelor
3. Riscuri comerciale – Concurenti noi aparuti pe piata, datorata segmentului cu potential mare de crestere, modificare preturilor concurentilor pentru a contracara concurenta.
4. Riscurile privind proprietatea – Deteriorarea utilajelor, pierderi, furturi
5. Riscuri financiare – Inflatia corelata cu lipsa de reactie in a adapta preturile.
6. Riscul de personal – Personal pregatit
7. Riscurile politice – Pandemii, razboaie, instabilitate politica

Tot din analiza pietei am mai identificat si alte aspecte de interes pentru mine, cum ar fi:

Segmentul de piata tintit, este alcatuit din persoane cu un venit mediu spre mare, preponderent localizate urban, de orice varsta si care sunt interesate de un stil de viata sanatos si care acorda o atentie minima unei alimentatii echilibrate.

Acest tip de posibil client sunt persoane constiente de importanta calitatii produselor si a ingredientelor folosite si prefera aceste prajituri in detrimentul celor comerciale, care nu ofera nutrienti sanatosi si pot aduce dereglari de sanatate pe termen lung. Un produs natural ii ajuta sa isi mentina un stil de viata sanatos si echilibrat indiferent de activitatea zilnica.



Intentionam sa ajungem catre posibili clienti atat prin reclame sponsorizate de marketing, cat si prin recomandari ale clientilor existenti.

Pentru succesul afacerii este importanta calitatea produselor, raportul calitate-pret si termenul de valabilitate real, iar ceea ce ii atrage este faptul ca produsele noastre sunt naturale, calitativ superioare si ofera nutrienti sanatosi.

Produsele noastre naturale pot fi un factor major care sa ii determine pe cei mai multi dintre clienti sa ramana loiali ofertelor noastre, insa exista pe de alta parte si probabilitatea ca acestia sa cumpere si de la alti producatori. Pentru a ne asigura de fidelitatea constanta a clientilor vom depune eforturi in a pastra mereu o legatura si a fi in atentie lor cu mesaje de promovare si oferte periodice.

Militam pentru un comportament alimentar sanatos, un stil de viata echilibrat, folosim materie prima naturala si de calitate, si ne place sa credem ca vom fi cu un pas in fata competitiei tot timpul.

Bazinul clientilor este unul ridicat, deoarece avem sanse foarte mari sa convertim cat mai multa populatie din perimetrul vizat. in Craiova, jud. Dolj si imprejurimi exista un numar ridicat de persoane care doresc sa isi mentina un stil de viata echilibrat si sa nu se abtina de la foarte multe, in special dulciuri, iar ne este in avantaj pentru ca ii putem determina sa consume dulciuri sanatoase. Trendul este unul ascendent, oamenii sunt tot mai preocupati de un stil de viata sanatos si echilibrat si acorda din ce in ce mai multa atentie produselor pe care le achizitioneaza.

7. Obiective

Societatea pe care doresc sa o administreze va avea urmatoarele obiective:

- Cresterea clientilor cu 10 % lunar dupa primele 4 luni de activitate
- Cunoasterea produselor de catre majoritatea populatiei din zona propusa in primii 2 ani de la lansare
- Cresterea impactului pe retelele de socializare, astfel incat in primul trimestru de la lansarea afacerii sa atingem un minim de 2000 de urmaritori.

In primul an de activitate firma va demara urmatoarele obiective:





1. Realizarea unei cifre de afaceri de: 450.000 lei cu o tinta aproximativa de 800.000 lei pentru anul doi si aproximativ 1.200.000 in anul 3 de activitate.
2. Achizitia de echipamente si materie prima pentru derularea procesului de fabricatie
3. Recrutarea si training-ul unui numar de 2 angajati pentru fabricarea produselor
4. Campanii agresive de promovare pentru a atinge un numar cat mai mare de potentiali clienti iar mai apoi intensificarea promovarii directionata pentru a creste increderea in produsele oferite.

Lista de echipamente necesare pentru derularea activitatii de productie si vanzare.

Nr	Produs	cantitate	Pret unitar lei	valoare
1	Malaxor	1	10.000	10.000
2	Cuptor	2	10.000	20.000
3	vitrina	1	40.000	40.000
4	frigider	1	20.000	20.000
5	Mixer	2	3.000	6.000
6	Masa inox	2	5.000	10.000

8. Strategia firmei/afacerii si implementare

In raport cu situatia pe care am observat-o in piata, voi aplica urmatoarele strategii pentru succesul intreprinderii mele:

PRODUS





Factorii tangibili ai produsului nostru sunt constituiti din gustarile dulci personalizate si sediul, iar cei intangibili ar fi experienta pe care o au clientii cand consuma produsul si starea de bine pe care o au.

Clientul va fi atras sa cumpere produsele noastre pentru ca este determinat de faptul ca sunt naturale si sunt obtinute fara conservanti sau ingrediente sintetice si procesate chimic. elor.

in ceea ce priveste politica de produs vom aplica strategia diversitatii de sortimente. Periodic vom introduce noi produse adaptate la cerintele clientilor pentru a fi mereu in fata concurentei.

Vom aplica strategia mentinerii structurii calitative a produselor si sortimentelor, evidentinand in acelasi timp ca acesta este stalpul pe care este construita intreaga afacere, fara sa ne abatem de la aceste aspecte. Lucru care ne va ajuta pe termen lung sa devenim un brand de referinta pe acest segment de bussiness.

Strategia de pret

Pentru politica de pret luam in calcul cheltuielile aferente conservarii spatiului de lucru, a salariilor, a materiei prime, iar pentru a ne putea amortiza investitia intr-un timp cat mai scurt si a intra pe profit si totodata pentru a sugera ideea de produs calitativ si sanatos, vom adapta schimbari trimestriale cu un plan raportat realist la nr de produse vandute.

Pentru aceasta este necesar sa justificam practicarea acestor preturi, si ne propunem sa folosim ambalaje cu un design premium, care sa sublinieze ideea de calitate, iar in campaniile de promovare vom comunica pe aceeasi linie, faptul ca produsele noastre sunt unele premium si ca sunt obtinute la o calitate superioara.

Distributia

Pentru a fi in stransa legatura cu clientii, strategia de distributie se va concentra pe vanzarile directe din sediu, laboratorului, sau pentru clientii al caror timp este limitat, ne vom folosi de platformele de livrare online cum ar fi Tazz, Glovo, takeaway.

Abordarea potentialilor clienti, respectiv targhetarea lor, se va face prin reclame platite in mediul online precum si prin promovarea indirecta oferita de clientii satisfacuti de produsele noastre.

9. Informatii financiare

Pentru demararea afacerii, fondurile necesare intentionez sa le obtin astfel:



Vom avea nevoie de un capital de inceput in total de 163 000 si total pentru primul an de 327 000 de lei, atras din fondurile proprii si fonduri nerambursabile.

	TR.I	TR.II	TR.III	TR.IV	TOTAL AN
VENITURI	10.000	70.000	120.000	250.000	450.000
- din vanzare sericii/produse	10.000	70.000	120.000	250.000	450.000
CHELTUIELI					
- cu manopera salarii	27.000	27.000	27.000	27.000	108.000
- cu materii prime	6.000	12.000	16.000	25.000	59.000
- cu chiriile	10.000	10.000	10.000	10.000	40.000
- cu echipamente	120.000	0	0	0	120.000
TOTAL cheltuieli	163.000	49.000	53.000	62.000	327.000
REZULTAT (profit sau pierdere) = VENITURI-CHELTUIELI	-153.000	21.000	67.000	188.000	123.000

Exemple de produse de cofetarie:

