

***PLAN DE AFACERE***

|  |
| --- |
| ***Denumire companie:***  **Santa’s Squad** |

***Componenta echipei:***

Furak Gabriela Iasmina

Lascus Lucian-Matei

Dologa Delia Adriana

Vlăduț Marian

***Mentori:***

Costan Darius

1. **Misiunea echipei**

|  |
| --- |
| Înființăm această afacere pentru ca oamenii din jurul nostru să aibă un crăciun de neuitat, de la produse pana la experiență. Misiunea noastră la "Santa’s Squad " este să aducem bucurie și căldură în casele oamenilor, aducând o notă autentică și personalizată în sărbători. În același timp, suntem motivați să facem o schimbare pozitivă în lume. Astfel, fiecare produs creat manual nu este doar un cadou special, ci și o modalitate de a face bine și de a sprijini comunitățile defavorizate. |

1. **Motto si logo afacere**

|  |
| --- |
| Motto: ,,Un cadou pentru tine, un miracol pentru ei.”  Logo:\*Logo-ul poate varia în funcție de platformă/stilizare |

**3 . Localizarea afacerii :**

|  |
| --- |
| Adresa sediului social: TimișoaraAdresa locului în care se va desfasura activitatea: George Georgescu Nr. 16 |

**5. Domeniul propus de activitate:**

|  |
| --- |
| Activitate principala : Fabricarea altor produse manufacturiere (cod CAEN 3299 \*cu precădere activitățile ,, fabricarea de globuri pentru brazii de Crăciun” și ,, fabricarea coşurilor de flori, buchetelor, coroanelor si articolelor similare”)  Activitate secundara: Fabricarea prin tricotare sau crosetare a altor articole de imbracaminte (cod CAEN 1439)  Activitate secundara: Produse handmade din hârtie & carton (cod CAEN 1729)  Activitate secundara: Fabricarea imitațiilor de bijuterii și articole similare (cod CAEN 3213) |

**6. Capital social initial : 500** RON

**7. DESCRIEREA AFACERII PROPUSE**

**7.1. Descrierea pe scurt a afacerii propuse pentru finantare**

|  |
| --- |
| Produsele comercializate de întreprinderea noastră sunt:  - Jucării de pluș croșetate în formă de animăluțe  - Lumânari parfumate de diferite arome și modele  - Bețe cu ocazia Sărbătorii Sfântului Nicolae (Moș Nicolae)  - Brățări de diferite modele  - Obiecte/aranjamente create din mărgele și/sau pietricele artificiale  - Magneți pentru frigider de diferite modele  - Conuri de brad personalizate, vopsite și aranjate într-un mod artistic  - Brelocuri din diverse materiale  - Ornamente de pus în bradul de Crăciun (globuri, îngerași, obiecte sclipitoare etc.)  - Obiecte artistice confecționate din hârtie sau carton (globuri, ornamente etc.)  \*Produsele menționate reprezintă ținta activității noastre, cât și obiectul de activitate. Ne rezervăm dreptul, ca oricând, să modificăm și ca atare să comercializăm produse ale căror nume, specificații, sau public țintă nu sunt amintite în lista de mai sus.  Piața țintă pentru produsele croșetate și brățări sunt pentru copiii cu vârste cuprinse între 5-14 ani, fiind foarte interesați de produse de același fel cu prietenii lor. Pentru adolescenți și adulți lumânările parfumate, deoarece creează o minunată atmosferă în orice mediu. Bețele de Moș Nicolae împreună cu restul produselor noastre constitutie restul masei produselor, acestea fiind adresate oricărei categorii de vârstă, luând în vedere faptul că este un produs atât prolific cât și de natură clișeică, dar nemuritor în rândul vânătorilor de daruri.  Afacerea se va desfășura prin diverse modalități, atât de vânzare online, cât și de comercializare în interiorul târgurilor stradale organizate de Primăria Municipiului Timișoara și supravegheate de autoritățile locale, astfel putem oferii cel mai eficient și sigur cadru de desfășurare al afacerii noastre.  Dispunerea/etalarea produselor în fața publicului se va realiza de-a lungul unei mese (aproximativ 1m2 \*cu mențiunea că nu dispunem de informații precise cu privire la amplasarea și dimensiunea spațiului de vânzare) personalizate și întreținute în cele mai bune condiții pentru asigurarea fiabilității desfășurării târgului și cu precădere a afacerii noastre.  Numărul de angajați pe care afacerea îl are în momentul actual este de 4 persoane și considerăm că este un număr optim pentru desfășurarea activității în condiții favorabile, reușind să constituim în mod conform si punctual produsele cu mâna de lucru avută la dispoziție.  Ideea afacerii a pornit prin cunoașterea intereselor comune și eficientizarea perspicacității fiecărui membru al echipei asupra nișei cu care poate ridica valoarea proiectului în vederea atingerii unui obiectiv comun.  Ne rezervăm dreptul de a modifica oricând lista de produse, conținutul acesteia și orientarea sa în planul de afaceri în vederea maximizării potențialului profit și asigurarea în permanență a unui plan, eficient de-a lungul proiectului. |

**8. PROIECTUL DE INVESTITII – in RON -**

**8.1. Obiectul investiţei**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Nr crt*** | ***Denumire echipamente/materiale*** | ***Valoare estimata*** |
| *1* | * Fir de crosetat * Nasturi negri * Bețe * Fitile * Ceara * Forme de silicon * Ata bratari * Margele * Panglica * Făină * Cacao, lapte, oua, fulgi ciocolată, margarină, esență de vanilie, coajă portocală/clementină | * 12 lei/180 m x4 buc (48 RON) * 29 lei/set 30 buc x1 (29 RON) * 0 * 11 lei/set 100 buc x 1 (11 RON) * 45 lei/ 1 kg x 2 buc (90 RON) * 10 lei/ buc x 3 buc (30 RON) * 8 lei/ 66m x 1 buc (8 RON) * 10 lei/ set x 4 buc (40 RON) * 7 lei/ 22m x 1 buc (7 RON) * 5 lei/ 1kg x 3 buc (15 RON * Aprox. 25 RON/1 buc din fiecare produs |
| *2* | Alte costuri (dacă este cazul)  \*Viitoare reinvestiții pentru materiale mari și mici | * 97 RON |
|  | **TOTAL** | **≈ 400 RON** |

**Furnizorii relevanți pentru afacere**

|  |
| --- |
| Tedi  Complex Art  Pepco  Kik  onomeus.ro  Side Trading  Almira  Diverse supermarket-uri |

**8.2. Obiectivele proiectului de investitii si planul de activitati si implementare:**

**8.2.1. Obiectivele proiectului**

|  |
| --- |
| Obiectivul nostru principal, înainte de orice, este mentinerea profitabilității. Ne concentrăm să menținem clienții fideli și să le oferim constant cea mai bună calitate. Apoi, ne dorim sa realizăm produsele într-un timp cât mai scurt pentru producerea unui volum mare și asigurarea unui stoc suficient cererii de pe piață.  Realizarea acestei investiții este necesară în vederea dezvoltării capacităților antreprenoriale și financiare ale membrilor proiectului.  Pentru atingerea obiectivelor este necesară înțelegerea și acceptarea din partea tuturor a ideilor, a modului de lucru si a eficienței fiecăruia, astfel putem ajunge sa ne dezvoltăm și să ducem mai departe până la final ideea proiectului.  Ordinea efectuării investițiilor/cheltuielilor menționate va fi conform disponibilității materiei prime și a nevoii materialelor pentru confecționarea anumitor produse, iar desfășurarea activităților de fabricare/concepere a produselor va fi în concordanță cu condițiile de timp și spațiu ale tuturor angajaților.  Nu în ultimul rand, un plan de afaceri de succes se concentreaza pe dezvoltare. Acesta este cel mai important obiectiv pentru orice fel de afacere. Este nevoie de un plan de afaceri care să asigure toate condițiile necesare pentru ca o afacere să poată crește, să se dezvolte in mod durabil. |

**8.2.2. Activitatile planificate**

|  |
| --- |
| Achiziționarea materiilor prime și auxiliare de la furnizorii menționați. Din bugetul alocat de 500 de lei, cu 75% vom cumpara în primul rând materialele necesare creeri de produse, iar 25% va ramane pentru urgente sau eventuale erori în confecționarea produselor.  **Producția pinguinilor crosetati**:  Tehnica este una complexă, implicând foarte multe schimbări de culori. Pe langa acestea, piciorusele, ciocul, ochii și aripioarele trebuie atașate de corp. Producerea acestor plușuri durează aproximativ 3 ore.  **Producția Lumanarilor Parfumate**:  Topirea, turnarea, uscarea și scoaterea cu grijă din formele de silicon sunt etapele necesare pentru a confecționa lumânările parfumate pe placul nostru.  **Producția Betelor de Moș Nicolae:**  În vederea producerii în masă a bețelor de Moș Nicolae, cât și bețe de Craciun, vom efectua activități de ieșire în aer liber, predominant în zonele de pădure pentru obținerea materiei prime, a bețelor de lemn, în special cele căzute la pământ, astfel sustinem si utilizarea materiei prime într-un mod sustenabil.  Mai apoi, curățăm bețele de imperfecțiuni, le lustruim, le vopsim în culori specifice anotimpului, lipim pe acestea stickere, panglici, sfoara sau diverse obiecte decorative și le depozităm cu grijă.  **Producția Bratarilor:**  Pentru producerea brățărilor, urmează să achiziționăm sfoară destul de subțire, dar în același timp rezistentă, împreuna cu diferite tipuri de mărgele care urmează a fi alese conform unui tipar artistic și astfel înșirate de-a lungul sforii pentru realizarea completa. Urmează găsirea și realizarea unei metode de strângere în zona încheieturii favorabilă pentru orice persoană indiferent de caracteristicile fizice ale acesteia.  **Producția Magnetelor de Frigider:**  În procesul de fabricație a magnetelor de frigider, demarăm cu achiziționarea materialelor potrivite, incluzând o bază magnetică de calitate și elemente decorative, astfel încât să creeze accesorii atractive. Urmează să definim o metodă eficientă de fixare, asigurându-ne că potrivirea este universală și adaptabilă la diverse suprafețe de frigider.  **Producția Brelocurilor:**  În etapa de fabricare a brelocurilor, începem prin achiziționarea unui lanț rezistent și a diverselor elemente decorative, potrivite pentru a contura un design unic. Aceste elemente sunt apoi asamblate într-un breloc atrăgător, iar atenția este acordată detaliilor și durabilității. Se explorează metode eficiente de fixare, asigurându-ne că rezultatul final este practic și estetic plăcut.  **Producția celorlalte produse**: (din hârtie & carton, cu conuri de brad etc.)  Producția celorlalte produse mici și diverse se va realiza conform aceluiași tipar, respectând planul de afaceri și muncind din răsputeri, cu seriozitate, pentru atingerea obiectului final si maximizarea profitului. |

**8.2.3. Rezultate estimate**

|  |
| --- |
| Rezultatele pe care le estimăm sunt orientative dar prezintă o imagine favorabilă în vederea obținerii unui răspuns pozitiv din partea clienților.  Estimăm vânzarea integrală a produselor destinate spre vânzare rapidă, iar din punct de vedere al produselor cu preț ridicat ne așteptăm la o vânzare minimă de 60% din stocul depozitat.  Scopul principal este obținerea unui profit de 100% la vânzarea oricărui produs, pentru a elimina din start investiția inițială din calcul și să putem discuta doar de scalarea afacerii si reinvestirea profitului, fără a recurge la rezerva de bani sau a rămâne în imposibilitatea de a vinde marfa produsă. |

## 8.3. Graficul de realizare a proiectului de investiţie propus (program detaliat pe faze de implementare a proiectului şi pe activităţi)

* Data estimată de început: 22.11.2023
* Data estimată de terminare a activităţilor investitionale: 30.11.2023

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Activitatea/Data** |  |  |  |  |
| 22.11.2023 | Punerea cap la cap a planului de investiții | Ședință online |  |  |
| 23.11.2023 | Începerea producției de bază | Atelier fizic |  |  |
| 25.11.2023 | Începerea producțiilor secundare | Atelier fizic |  |  |
| 27.11.2023 | Remedierea erorilor produselor de bază | Ședință fizică + Atelier |  |  |
| 27.11.2023 | Constatarea stadiului producției | Ședință online |  |  |
| 28.11.2023 | Producerea ultimelor produse cu materialele rămase | Atelier fizic |  |  |
| 29.11.2023 | Producere accelerată a obiectelor mici cu vânzare rapidă + | Atelier fizic & online |  |  |
| 30.11.2023 | Analiza detaliată a produselor, serviciilor online & social media + Încheierea producției | Ședință fizică |  |  |

**9. Prezentarea produselor**

**9.1 Descrierea produselor/ lucrărilor care fac obiectul afacerii**

|  |
| --- |
| Jucării de pluș:   * Dimensiune/greutate: aproximativ 200 grame * Formă: om de zăpadă, pinguin, în special rotunjită * Culoare: alb, albastru, verde, rosu, alb+albastru, verde+rosu, alb+rosu etc. * Design: culori îmbinate cu scopul de a forma un produs viu colorat * Capacități: dimensiuni normale * Performanțe/nevoi satisfăcute/beneficii: obiect mic destinat distracției si jocului   Lumânări parfumate:   * Dimensiune/greutate: aproximativ între 150-300 grame * Formă: cilindrică * Culoare: alb, roșu, verde etc. \*culoarea poate varia * Design: obiecte lipite si introduse în ceara lumânării pentru redarea unui aspect natural * Capacități: cantitate necesară folosirii îndelungate * Performanțe/nevoi satisfăcute/beneficii: miros plăcut, stare de bine, ambianță   Bețe de Moș Nicolae:   * Dimensiune/greutate: 15-20 cm * Formă: subțire & alungită * Culoare: \*depinde de culoare vopselei/spray-ului utilizat * Design: panglică înfășurată de-a lungul său + stickere etc. * Capacități: \*este doar un ornament * Performanțe/nevoi satisfăcute/beneficii: cadou inedit și special pentru această ocazie   Brățări:   * Dimensiune/greutate: 5-10 grame * Formă: circulară, rotundă * Culoare: variabilă * Design: mărgele alese atent pentru crearea unui tipar artistic * Capacități: purtare la mână, puteri sacre/divine, energii pozitive * Performanțe/nevoi satisfăcute/beneficii: înfrumusețarea garderobei, accesoriu de utilizat   Magneți:   * Dimensiune/greutate: 25-50 grame * Formă: rotundă, dreptunghiulară * Culoare: variabilă + modele artistice variabile * Design: modele artistice de sezon * Capacități: magnet, prindere pe spații metalice * Performanțe/nevoi satisfăcute/beneficii: colecționarii de magneți, frumusețe vizuală   Breloc:   * Dimensiune/greutate: 15-40 grame * Formă: rotundă, dreptunghiulară, pătrată * Culoare: variabilă * Design: modele artistice de sezon, care să redea încredere și să trezească sentimente în purtător * Capacități: breloc/carabină metalică * Performanțe/nevoi satisfăcute/beneficii: aspect îmbunătățit al cheilor |

**9.2 Volumul fizic si valoric al productiei /serviciilor**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Denumire produs/serviciu** | **Cantitate** | **PU**  **(mediu)** | **Val totala**  **(RON)** |
| 1. Pinguini croșetați | 9 buc | 15 RON | 135 RON |
| 1. Lumânări parfumate | 16 buc | 5 RON | 80 RON |
| 1. Bețe Moș Nicolae | 30 buc | 5 RON | 150 RON |
| 1. Brățări | 15 buc | 3 RON | 45 RON |
| 1. Magneți | 15 buc | 2 RON | 30 RON |
| 1. Restul produselor | variabil | variabil | variabil |
|  |  |  |  |

**9.3. Analiza pieței de desfacere și a concurenței**

**9. 3.1. Zona geografica in care se vor comercializa produsele**

|  |
| --- |
| Produsele vor fi comercializate în mediul online dar și în interiorul Târgului de Crăciun din Timișoara. Vom dispune de un spațiu rezervat unde lumea va știi despre existența noastră și vom putea vinde unui public larg, mai ales prin faptul ca amplasarea târgului este exact în centrul orașului, locul de întrunire al tuturor generațiilor, astfel fiind inevitabilă dorința de a achiziționa un suvenir sau cadou de la noi. Concurența va fi ridicată, precum firma noastra, exista alte zeci de firme care își desfașoară activitatea în aceste aglomerări urbane, iar astfel ne dorim să ne distingem și să ieșim la lumină prin produsele noastre autentice. |

**9.3.2. Clientii care vor cumpăra produsele / serviciile**

|  |
| --- |
| Clienții vor fi variați, dar în special ne axăm pe persoanele fizice, mai precis publicul tânăr și dornic de cunoaștere, astfel, putem reusii sa creștem afacerea. Mai departe, vom pune în aplicare planul de vânzari în zona online, unde vom redacta si posta anunturi relevante pe diferite magazine online, pentru sporirea vânzarilor și evoluarea rapidă a veniturilor și a popularității firmei. Produsele noastre se remarcă de cele produse industrial prin natura conceperii acestora. Totul va fi confecționat manual și va avea propria notă de originalitate, astfel clienții vor fi mai darnici sa achiziționeze produse trecute prin mâini de lucru atente.  Vom comercializa în număr scăzut, produse alimentare, precum: fursecuri, brioșe, bomboane, homemade raffaello, mere glazurate cu scortisoara etc. Aceasta practică gastronomică o vom desfășura doar în cadrul unităților de învățământ, pentru promovarea în randul tinerilor și aducerea unui factor pozitiv în cursa pentru profitul final al afacerii. |

**9.3.3 Concurenţii potenţiali**

|  |
| --- |
| Potențialii concurenți sunt de mai multe tipuri și aceștia pot varia în funcție de locul unde desfășurăm activitatea. Principalii concurenți au fost, sunt și vor fi mereu: magazinele. Magazinele sunt un spațiu comercial în care se vând produse sau servicii către consumatori, oferind o gamă variată de bunuri sau facilități.  Diferența dintre afacerea noastră și un magazin este faptul că magazinul dispune de o cantitate mare de produse și poate mării/micșora prețurile mult mai ușor ca să evite fluctuațiile pieții și alte aspecte economice precum inflația și monopolul.  De asemenea, concurența majoră va fi reprezentată și de celelalte firme înscrie în proiect, astfel vom aplica strategii eficiente de marketing pentru a putea să ne detașăm de eticheta universală atribuită acestor tip de activități. Astfel oamenii vor reacționa pozitiv și vor investii în ce le inspiră încredere și le oferă o bunăstare sufletească. |

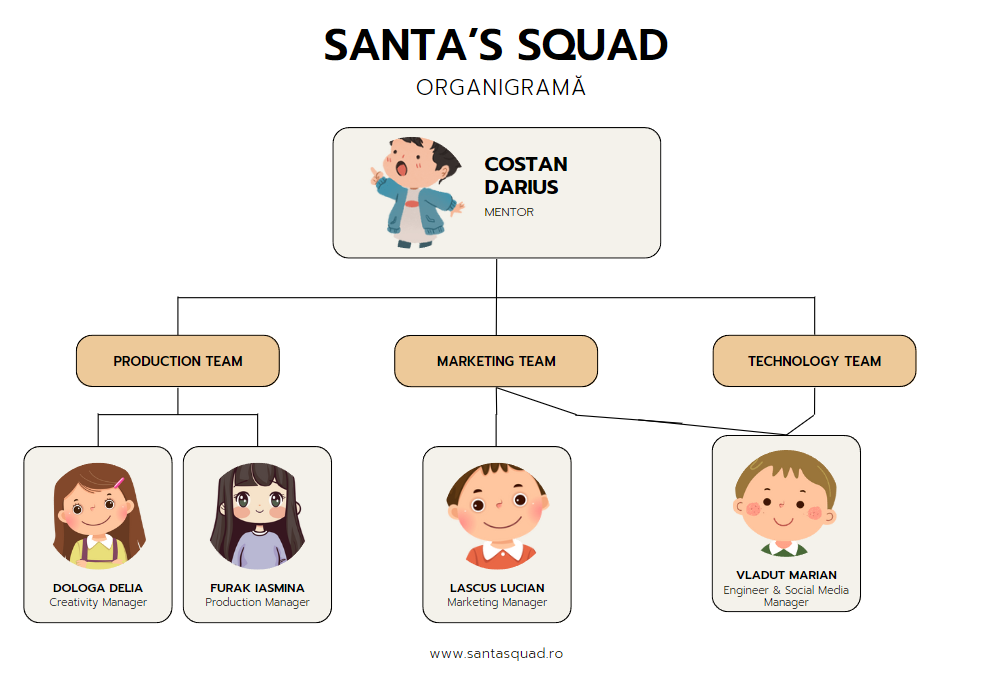
**9.4. Strategia de Marketing**

**9.4.2. Promovarea vânzărilor:**

|  |
| --- |
| Promovarea va fi un element cheie în desfășurarea activității firmei noastre. Clienții au nevoie să le oferi rapiditate, calitate și onestitate, astfel urmează să utilizăm strategii de marketing pentru a ne promova, ajutându-ne de aplicațiile și tehnicile moderne si la modă din lumea modernă. Continuăm să creștem pe rețelele de socializare astfel am deprins si utilizăm în strategia noastră, o natură reală și bazată pe fapte a popularității și eficienței promovării prin anumite căi media.  Utilizăm Instagram pentru imaginea firmei, contactul cel mai rapid și concret, 24/7 la dispoziția clienților, fiind și locul în care anunțăm orice știre legată de activitatea firmei noastre, aici interacționăm cu publicul, postăm evoluția noastră și reușim să aducem totul mai aproape de clienți. Utilizăm TikTok pentru promovarea firmei, fiind spațiul unde ajungi cel mai repede popular și cunoscut în lumea online, astfel că postările sunt de interes pentru foarte multe domenii de activitate, dar bazate pe scopul principal al activității noastre. Utilizăm Facebook pentru a vinde sub numele unui business produsele, folosind Facebook Marketplace, accesăm o scară largă de oameni, de toate vârstele, cărora le putem atrage atenția, mai ales deoarece volumul obiectelor comercializate pe acest magazin online este unul extraordinar de ridicat.  În concluzie, considerăm că este foarte important să atribuim platformei necesare, sarcinile destinate acesteia pentru eficientizarea și dezvoltarea în mod rațional a unei afaceri. Tindem să ne ghidăm în viață după vorbele celor care sunt deja la nivelul la care ne dorim sa ajungem, astfel putem amintii cuvintele Domnului Cătălin Găletușe: ,,Nu poți reinventa roata”, dar poți să îmbunătățești constant munca pe care o desfășori sau produsul creat. |

**9.6. Schema organizatorică**

**Organigrama**



**9.7. Analiza SWOT a echipei/afacerii**

**Puncte tari**

|  |
| --- |
| * Idei inovative și originale pentru crearea unor produse autentice și atent lucrate. * Muncă în echipă și astfel, productivitate sporită conducând la profitabilitate constantă * Pagini pe rețelele de socializare cu public larg, divers și activ * Website creat cu scopul de * Echipă dedicată și motivată să câștige, astfel nivelul înalt de angajament îi ajută să depășească obstacolele și să își mențină concentrarea pe sarcinile lor. * Utilizarea eficientă a capitalului inițial pentru promovare, productie, dar și capabilitatea de a reinvesti profitul generat din activitatea comercială. |

**Puncte slabe**

|  |
| --- |
| * Lipsa experienței în piață din punctul de vedere al produselor, dar și al gestionarii banilor într-o firmă. * Concurența din imediata apropiere a desfășurării evenimentelor festive, adica adversarii numeroși care functionează idem principiului domeniului de activitate. * Buget nesatisfăcător pentru clădirea unei game variate de produse în cantități vaste. |

**Oportunități**

|  |
| --- |
| * Expunerea și etalarea în fața unui public variat a produselor realizate în vederea comercializării pe scară largă. * Posibilitatea de comercializare în cadrul Târgului de Crăciun organizat de Primăria Municipiului Timișoara, deținând propriul stand. * Nefiind necesară efectuarea plăților către trezoreria statului , mai precis achitarea taxelor și impozitelor, putem obține un profit elevat. |

**Constrângeri**

|  |
| --- |
| * Nesatisfacerea potențialilor clienți din cauza gradului de dificultate al activității * Echipa poate fi supusă la presiuni temporale mari, ceea ce poate afecta calitatea muncii lor și poate duce la stres și oboseală. * Constrângerile legate de reglementările legale sau de cerințele legislative pot afecta modul în care echipa își desfășoară activitățile și își atinge obiectivele: restricționarea comercializării produselor alimentare a căror cerere este majoră în piață. |

**9.8. Alte aspecte relevante**

|  |
| --- |
| Implementăm un sistem eficient de gestionare a inventarului pentru a urmări stocurile, a gestiona producția și a evita stocurile nereușite sau surplusurile.  Planificăm modul în care vom ambala produsele pentru a asigura siguranța și prezentarea corespunzătoare.  Stabilim opțiuni de livrare eficiente și atrăgătoare pentru clienți.  Încercăm să creăm o strategie pentru serviciul clienți, inclusiv modul în care se vor gestiona întrebările și reclamațiile potențialilor clienți nesatisfăcuți.  Implementăm un sistem de colectare a feedback-ului de la clienți și analizăm constant performanța pentru a face îmbunătățiri continue. |

**Canale de promovare:**

<https://santasquad.ro/>

Instagram: **santas.squad**

TikTok: **santas.squad4**

Facebook: **Santa’s Squad**

© Santa’s Squad. All rights reserved.