



INCLUZIUNE | MOTIVATIE | PROGRES | ANTREPRENORAT | CREATIVITATE | TRANSFORMARE



Colegiul Economic
„Virgil Madgearu” Iași

Daniela AMĂRIUȚEI

Coordonatoare
Geanina BRÎNZĂ

Laura Maria CÂRSTEA

IMPACT

The word "IMPACT" is written in large, bold, white capital letters with a black outline, set against a vibrant, abstract background of colorful, overlapping geometric shapes and lines in shades of blue, green, orange, and purple.

**Ghidul Antreprenorului Licean:
Pași pentru Dezvoltarea unei
Afaceri de Succes**

IAȘI, 2025

I.M.P.A.C.T - Incluziune. Motivație. Progres. Antreprenoriat. Creativitate. Transformare.

ISBN 978-973-0-42719-6

Concurs Județean I.M.P.A.C.T (Incluziune. Motivație. Progres. Antreprenoriat. Creativitate. Transformare.)

Implementat de **Colegiul Economic „Virgil Madgearu” Iași,**

poziția 72 în Lista proiectelor aprobate în cadrul Calendarul proiectelor de educație
extrașcolară județene (CPEEJ) 2025

Anul publicării: **2025**

CUPRINS

01

E.C.O.B.I.Z.Z.

**EDUCAȚIE, COLABORARE,
OPORTUNITĂȚI PENTRU
BUSINESS, ZEL, ZERO TO ONE**

02

I.A.P.C.

**IMPLICAREA
ANTREPRENORIATULUI ÎN
PROIECTELE COMUNITARE**



IMPACT

E.G.O.B.I.Z.Z.

EDUCAȚIE, COLABORARE,
OPORTUNITĂȚI PENTRU
BUSINESS, ZEL, ZERO TO ONE





BRUTĂRIA DE AUR

PLAN DE AFACERI

Detaliile companiei

SC Brutăria de aur SRL, cu un capital social de 200 de RON a fost înființată în anul 2009 și este înmatriculată la Registrul Comerțului cu numărul R 11500871. Firma are sediul în județul Iași, str. Aleea Trandafirilor, nr. 9, având ca obiect de activitate obținerea de produse de panificație și vânzarea acestora.

Ideea de afaceri

Firma are ca obiectiv principal de activitate obținerea de produse de panificație și vânzarea acestora tuturor consumatorilor.

Tehnologie

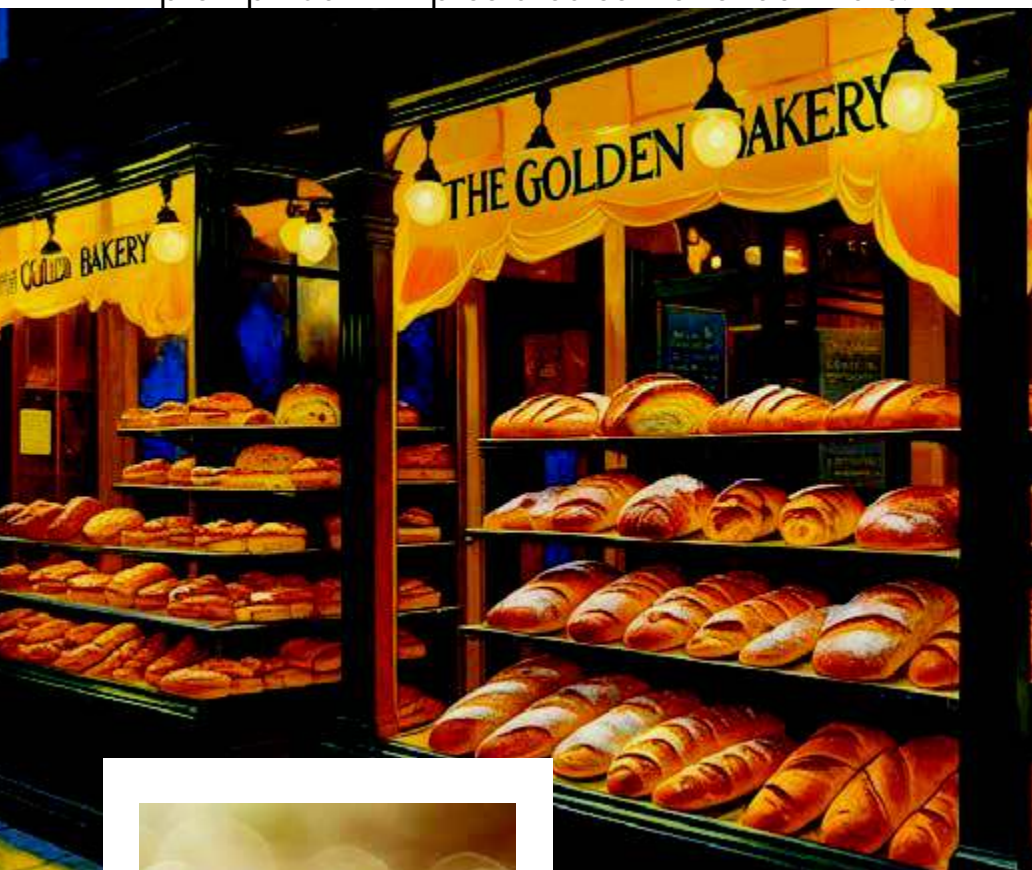
Livrarea se face de către firma noastră, cu ajutorul unui autoturism. Utilajul necesar efectuării pâinii este construit din: malaxor, cuptor, bandă rulantă, masă, cântar.

Resurse umane

Firma va fi condusă de un singur administrator Macovei Andrei care se va coordona întreaga activitate de achiziție și desfacere. Personalul angajat este format din 2 brutari (Ciobotaru Manuela și Ciobotaru Rebeca), 1 agent de vânzări (Țapu Andreea Mădălina) și un contabil (Hanganu Ionela).

Marketing și vânzare

Produsele realizate în camerele de producție vor fi distribuite cu ajutorul autorurismelor atestate la punctele noastre de vânzare din oraș din care unul este la sediul firmei. Considerăm că cea mai bună formă de reclamă va fi asigurarea unei cantități superioare a produselor comercializate și menținerea promptitudinii în prestarea serviciilor de livrare.



Descrierea produsului

Produsele noastre au o materie primă de calitate 100% bio, făină direct de la moară cu un procent redus de cenusă, fiind păstrată corespunzător în spații aerisite ferite de umiditate.

Produse realizate:

- Pâine albă.....1,5 lei/buc.
- Pâine albă feliată.....2 lei/buc.
- Pâine albă cu cartofi.....2,5 lei/buc

BRUTĂRIA DE AUR



Persoana de contact

Manager -> Macovei Andrei

- telefon: 0754126357
- email: macoveiandrei@yahoo.com)

Angajații companiei

Compania noastră este compusă din următorii angajați: Macovei Andrei, Țapu Andreea Mădălina, Hanganu Ionela, Ciobotaru Manuela, Ciobotaru Rebeca

Ce face produsul nostru atât de special ?

Rețeta tradițională după care este preparată pâinea constă doar în ingrediente 100% bio, făina de un alb imaculat, drojdia care face pâinea să fie fragedă ca și mereu proaspătă ca din cuptor scoasă iar sarea o adăugăm pentru un gust care ne duce cu gândul la pâinea de pe vatra bunicii.

Care este scopul utilizării produsului ?

Produsul va fi folosit în alimentație deoarece, după cum se știe, pâinea este un aliment indispensabil la orice masă.

Grupul țintă

a) Vechii clienți ai brutăriei existente, datorită poziției strategice a brutăriei și a calității ridicate a produselor precum și atragerea de noi clienți.

b) Turiștii și alte persoane care devin clienții patiseriei.

Finanțarea

În estimarea veniturilor în considerare numai producția de pâine albă care va prezenta 75% din volumul fizic de produse de panificație obținute. Regimul de lucru: 8h/ zi (240 zile pe an), capacitatea de producție nominală :1000pâini/ zi, prețul de vânzare –pâine albă 1,5 lei.

Cheltuieli lunare cu personalul

2 brutari x 1500 lei/lună=3000 lei

1 șofer x 1000lei/lună= 1000 lei

1 contabil x 2000 lei/lună = 2000lei

1 vânzător x 1500 lei/lună = 1500lei

Total cheltuieli 7500 lei

Cheltuieli lunare efectuate pentru realizarea pâinilor

făina - 2 lei/kg; drojdie - 1 leu/kg; apă - leu/m³; sare - 1 leu/kg

500g făină x 1pâine=500g x 2 lei/kg = 1 leu

50g drojdie x 1 pâine = 50g x 1leu/kg = 0,50 lei

100ml apă x 1pâine = 100ml x 1leu = 0,10 bani

Total cheltuieli 1,60 lei/ pâine

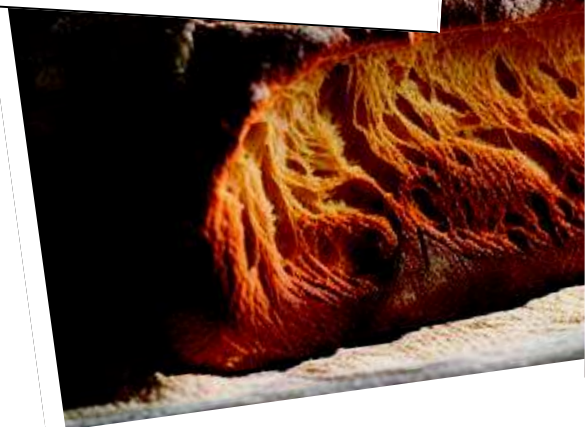
Total cheltuieli pe zi: 1000 pâini x 1,60 lei = 1600 lei

Total cheltuieli producție pe lună: 20 zile/lună x 1600 = 32000 lei

Costul de producție pe lună = total cheltuieli personal + total cheltuieli producție =7500 + 32000 = 39500 lei

Recuperarea investiției

Investiția făcută ne-am propus să o recuperăm în primul an de funcționare când am avut o cifra de afacere de 6.000lei dar și prin largirea pieței de desfacere în orașele Piatra Neamț și Suceva.





PLAN DE AFACERI

S.C.Ceaiul cu Povești S.R.L.

Sinteza planului de afaceri

Cafeneaua "Ceaiul cu povești" are la bază povestea unei clase de tineri care și-au unit forțele într-un vis comun, acela de a deschide o cafenea-librarie în care adolescenții pot să se detașeze de rutina zilnică și să descopere poveștile, istoriile, biografiile fascinante cuprinse în cărți.

Oferim locul potrivit pentru relaxare, posibilitatea de a rămâne singur cu propriile gânduri, șansa de a-și încerca talentul la interpretarea diverselor piese, ocazia de a lua niște cursuri de chitară, pian și de a putea aplica și dezvolta imaginația citind. Avem un loc special amenajat în care clienții ar putea lăsa comentarii în privința activităților pe care le desfășurăm.

Ca o evoluție firească în dezvoltarea afacerii, se dorește o diversificare a activității, și astfel satisfacerea creșterii cererii înregistrate în cadrul pieței de consum. În spatele tuturor realizărilor stă o echipa de oameni foarte bine pregătită din punct de vedere profesional, care acordă o importanță deosebită atât perfecționării profesionale continue, cât și menținerii unui contact permanent cu clienții pentru a cunoaște cerințele acestora și pentru a veni în întâmpinarea lor cu soluții originale.



Profesori coordonatori:

Prof. Daniela Amărieuței

Prof. Aurora Balan

Datele de identificare ale firme

- Societatea comercială din punct de vedere a formei se dorește a fi „Societate cu Răspundere Limitată” SRL.
- Denumirea firmei: SC Ceaiul cu povești SRL
- Principalul obiect de activitate este satisfacerea nevoilor clientului de a-și savura băutura preferată și de a citi o carte bună, cod CAEN 5630
- Capital social: 300 ron
- Sediul social: Strada Rozelor, numărul 20, județul Iasi
- CUI (Cod Unic de Inregistrare): 6859223
- J-ul: J22/4723/2017
- 2 asociați: Filote Paula-Florentina, Cotiugă Bianca-Alexandra

Clienții noștri și Planul de Promovare/Comunicare

Pentru a stabili care ne vor fi clienții am întocmit un chestionar care cuprinde întrebări referitoare la varstă, ocupație, mediul de proveniență, modalități de petrecere a timpului liber, preferințe muzicale și altele, și am rugat completarea acestuia unui grup de 100 persoane. Astfel am aflat că deși ne-am propus să fie un local pentru toate categoriile de vârstă și toate mediile de trai, principalii clienți ai cafenelei rămân elevii, studenții, în general persoanele tinere și fiind predominant mediul urban.

Un alt criteriu care ne va ajuta să avem clientelă destul de bună este localizarea cafenelei într-un cartier liniștit, curat și comod.

La fel cafeaua va avea un aspect plăcut, acesta deasemenea, este un principiu deosebit de important pentru câștigarea încrederii consumatorilor, care dau o atenție din ce în ce mai mare, nu doar aspectelor care țin de gust și de varietatea produselor oferite, dar și de curățenie, igienă, ambient general și de serviciile adiacente oferite: bibliotecă, diverse evenimente etc.



Mijloacele prin care ajungem la clienții noștri sunt diverse. Pentru început dăm o petrecere cu prilejul deschiderii cafenelei unde vom oferi anumite produse drept mostre pentru a atrage clienții. Despre această petrecere, viitorii noștri clienți vor afla mai întâi de pe site-urile de socializare, iar mai apoi din diferite surse, cum ar fi : pliante, panouri publicitare, publicitate la TV, radio și pe propriul nostru blog.

Descrierea produselor și a serviciilor

Ne dorim să putem satisface până și cele mai rafinate și mai pretențioase gusturi care pășesc pragul cafenelei noastre. De aceea, vom pune la dispoziția clienților noștri sortimente diferite de produse, de la cele mai simple, dar delicioase, la cele mai fine și sofisticate, la un preț ofertant și accesibil pentru oricine. Clienții noștri vor putea să-și savureze cafeaua preferată, dar și alte băuturi, într-o atmosferă plăcută și relaxantă, de care poate nu au parte la locul de muncă/facultate.

Vom oferi 3 tipuri de servicii și produse:

- Cafea/ceai , produse de patiserie și băuturi naturale
- Lecții de chitară și pian
- Vânzarea de cărți

Fiind o cafenea-librărie, clienții noștri vor putea să citească o carte interesantă în timp ce-și savurează băutura preferată. Aceștia vor avea la dispoziție o gamă largă de cărți, dar vor fi încântați și de muzică relaxantă ce va fi cântată live.

Gusturile clienților vor fi satisfăcute cu biscuiți de ciocolată, bomboane, iar bomboanele vor fi specialitatea casei, prăjituri de casă, ceai, cafea și suc natural. Pe parcurs vom mări și dezvolta gama de produse.

Muzica va fi cântată live. Vor fi melodii relaxante care să îi binedispună pe clienții noștri. Dacă vor fi clienți pricepuți în muzică, vom avea și o mini-scenă pregătită special pentru ei, dotată cu toate cele necesare.

Un alt serviciu oferit de echipa noastră sunt lecțiile de muzică. Clienții vor putea să învețe să cânte la chitară și pian. Pentru aceasta vor trebui să plătească o sumă mică în valoare de 30 lei/h.

Ultimul serviciu aflat la dispoziția clienților, dar nu cel din urmă este împrumutul de cărți. Aceștia vor putea să-și citească cartea dorită și să-și savureze băutura preferată în cafenea, fie acasă. Pentru clienții ce doresc să citească acasă vor trebui să achite o sumă în valoare de 10 lei, iar cartea va trebui să fie returnată în două săptămâni.

Planul de marketing

Activitatea de marketing are ca obiectiv informarea potențialilor clienți de ofertele și avantajele pe care le poate oferi firma noastră. În acest scop am elaborat materiale promoționale, constând în fluturași promoționali și mape de prezentare a activității firmei.

Fluturașii promoționali au fost distribuiți prin intermediul colaboratorilor. De asemenea, de curând am lansat site-ul www.ceaiuripentrutine.ro și o pagina de facebook Ceaiul cu povești unde ne puteți urmări activitatea.

Suntem convinși că cea mai buna reclama va fi totuși calitatea serviciilor noastre, iar cel mai eficient mijloc de promovare vor fi chiar clienții nostri care vor recomanda serviciile și produsele noastre.

Bugetul pentru promovare

Am estimat suma de 5000 lei / luna, timp de un an, ca fiind necesară și suficientă pentru promovarea serviciilor noastre.

Investiții

a) Resurse tangibile, care au consistență materială:

- resurse materiale: spațiu de lucru -70 metri patrați, capacitate maximă-30 de clienți ;
- dotari și produsele : 12 mese de servire a băuturilor, 30 de scaune, 1 vitrină frigorifică pentru prăjituri, 3 corpuri de mobilier pentru cărți și papetărie, 2 expresoare de cafea, infuzoare pentru ceai, 60 cești și pahare, mașină de spălat vase, veselă specifică, tacâmuri și desigur casă de marcat.

- resurse umane: personal angajat și colaboratori din care 7 persoane dintre care 2 manageri, 2 barmani, 1 contabil, 2 personali de întreținere.;
- resurse financiare: fondurii proprii, fonduri atrase , finanțare bugetară, credite bancare, fie finanțare europeană pentru firmele înființate de către tineri Start Up Nation.

b) Resurse intangibile, imateriale, nerecuperabile:

Resurse informaționale:

- informații relevante pentru luarea deciziilor ;
- recomandări pentru dezvoltarea afaceri și a relațiilor de afaceri ;
- sisteme contabile ;
- sistem de planificare a producției .

În această afacere noi investim:

Costuri inițiale de aproximativ 30.000 de euro. Această sumă intenționăm să o obținem, fie prin finanțare bugetară, credite bancare, fie finanțare europeană pentru firmele înființate de către tineri Start Up Nation (surse straine). Pe langa aceste surse straine firma noastră beneficiaza si de surse proprii.

SURSE DE FINANTARE

Buget

Nr. crt.	Cheltuieli lunare	Sume (lei)	Venituri lunare	Sume (lei)
1	Cu închirierea spațiului	3.500	Venituri din vânzarea mărfurilor	3.000
2	Cu înmatricularea în Registrul Comerțului	120	Venituri din închirierea spațiului pentru evenimente	25.000
3	Cu obținerea contului unic de înregistrare	10	Venituri din activități diverse	2.000
4	Cu obținerea informațiilor din cazierul fiscal	10	Venituri din împrumutul de cărți	1.000
5	Cu verificarea unicității sediului	10		
6	Cu verificarea asociatului unic	10		
7	Cu obținerea certificatului constatator	30		
8	Cu sume virate către Monitorul Oficial pentru publicitatea legală	32		
9	Cu sume virate către Ministerul Finanțelor pentru informații din cazier/asociat/administrator	20		
10	Cu taxa judiciară de timbru	40		
11	Cu mobilier și echipamente	15.000		
12	Cu renovarea spațiului	1.500		
13	Cu amenajarea spațiului	500		
14	Cu achiziția mărfurilor	2.000		
15	Cu autorizația sanitară de funcționare	300		
16	Cu autorizația de mediu	100		
17	Cu autorizația de funcționare privind protecția muncii	200		
18	Cu autorizația PSI (prevenirea și stingerea incendiilor)	200		
19	Cu energie și apă	1.500		
20	Cu utilități generale	2.000		
21	Cu contract privind intervenția pompierilor	1.000		
22	Cu cheltuieli neprevăzute	2.000		
23	Cu cheltuieli privind personalul	3.500		
24	Cu salariile personalului	10.000		
25	TOTAL CHELTUIELI	43.582	TOTAL VENITURI	31.000





CO-LOCATION – AVENTURĂ CU IMPACT POZITIV

Eco-Location este o inițiativă inovatoare ce îmbină explorarea urbană și naturală cu responsabilitatea ecologică. Prin intermediul unei aplicații mobile, utilizatorii pot descoperi trasee tematice în diverse medii (urban, rural, montan), având posibilitatea de a contribui activ la curățarea mediului înconjurător. Proiectul include instalarea de popasuri ecologice dotate cu coșuri inteligente pentru sortarea și cântărirea deșeurilor, încurajând astfel un comportament sustenabil și comunitar.

Scop:

Promovarea ecoturismului activ și responsabil prin stimularea implicării cetățenilor în protejarea și conservarea mediului înconjurător, utilizând tehnologia ca instrument principal.

Obiective specifice:

- Dezvoltarea unei aplicații mobile care să ghideze utilizatorii pe trasee ecoturistice și să monitorizeze activitățile ecologice desfășurate.
- Instalarea de popasuri ecologice dotate cu facilități pentru sortarea și

cântărirea deșeurilor colectate.

- Implementarea unui sistem de recompensare bazat pe puncte, care să motiveze utilizatorii să se implice activ în curățarea mediului.
- Organizarea de evenimente și campanii de conștientizare pentru promovarea ecoturismului și a protecției mediului.

Grupul țintă

Proiectul se adresează unui public larg, incluzând:

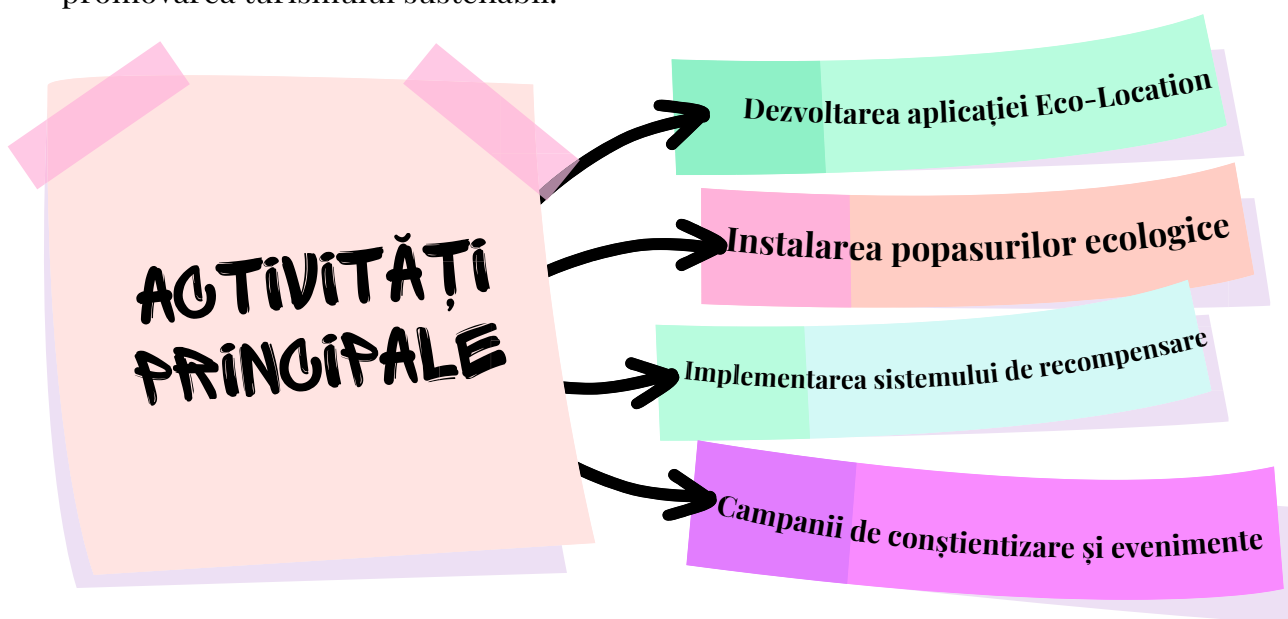
- Persoane de toate vârstele, pasionate de natură și aventură, dornice să contribuie la protejarea mediului.
- Comunități locale din zonele urbane și rurale, interesate de dezvoltarea durabilă și ecoturism.
- Organizații non-guvernamentale, instituții educaționale și alte entități implicate în protecția mediului și promovarea turismului sustenabil.

Activități principale

- Dezvoltarea și lansarea aplicației Eco-Location.
- Identificarea și marcarea traseelor ecoturistice și a zonelor afectate de deșeuri.
- Instalarea popasurilor ecologice în puncte strategice ale traseelor.
- Organizarea de evenimente și campanii de conștientizare privind importanța protejării mediului.

Rezultate așteptate

- Creșterea gradului de conștientizare și implicare a populației în activități ecologice.
- Reducerea cantității de deșeuri în zonele vizate.
- Formarea unei comunități active de ecoturști.
- Îmbunătățirea infrastructurii pentru ecoturism sustenabil.



Sustenabilitate:

Proiectul este conceput pentru a fi sustenabil pe termen lung, prin:

- Parteneriate cu autorități locale și organizații non-guvernamentale.
- Implicarea comunităților locale în întreținerea popasurilor ecologice.
- Actualizarea constantă a aplicației și a traseelor disponibile.
- Diversificarea surselor de finanțare prin sponsorizări și granturi.

Buget estimativ:

Activitate	Cost estimat (EUR)
Dezvoltarea aplicației mobile	25,000
Construirea și instalarea popasurilor	15,000
Campanii de promovare și conștientizare	10,000
Recompense și facilități pentru utilizatori	5,000
Costuri administrative și operaționale	5,000
Total	60,000



Calendar de implementare:

Luna 1-2: Planificare și dezvoltare aplicație

Luna 3-4: Identificare trasee și instalare popasuri

Luna 5: Lansare oficială a aplicației și a proiectului

Luna 6-12: Monitorizare, evaluare și ajustări

Parteneri potențiali:

- Asociația de Ecoturism din România
- WWF România
- Primării și consilii locale din zonele vizate
- Organizații de mediu și educaționale WWF

Romania+7asociatiaaer.ro+7asociatiaaer.ro+7WWF Romaniateimplici.ro

Indicatori de succes

- Număr de utilizatori activi ai aplicației
- Cantitatea de deșuri colectate și reciclate
- Număr de popasuri ecologice instalate și utilizate
- Feedback pozitiv din partea comunităților locale și a utilizatorilor

Concluzie

Proiectul Eco-Location reprezintă o inițiativă inovatoare care îmbină tehnologia cu responsabilitatea ecologică, oferind o soluție practică pentru promovarea ecoturismului și protejarea mediului în România. Prin implicarea activă a comunității și colaborarea cu diverse entități, acest proiect are potențialul de a deveni un model de referință în domeniul turismului sustenabil.



PLAN DE AFACERI

DOMENIUL: AGRICULTURĂ ECOLOGICĂ ȘI EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ APLICATĂ



Echipa ECO-FERT LTA formată din elevii clasei X D:

BÎRTE NICODIM, OLARIU TEODORA
MĂRGINEAN LUCA, SUCILEA
GEORGIANA,
TODICĂ ANDREI

Prof. dirig.coord.: LOLICI ANGELA
LICEUL TEHNOLOGIC AGRICOL BISTRITA

Denumirea firmei / Forma juridică / Cod CAEN

- EcoFert SRL-D (firmă didactică/școlară)
- Forma juridică: întreprindere școlară cu sprijinul Asociației de Părinți LTA
- Cod CAEN: 2015 – Fabricarea îngrășămintelor și a produselor azotoase

Adresa

Strada Dr.Târpiului nr. 21,
Bistrița, județul Bistrița-
Năsăud (lotul agricol al
liceului)

Slogan

„Hrănim solul, curățăm
natura, creștem viitorul!”

Siglă / Emblemă

Compost natural în formă
de inimă, cu o plantă
răsărind din el –
simbolizând implicare,
educație, sustenabilitate,
inscripția cu denumirea
firmei și inițialele liceului
LTA

Misiunea & Viziunea



Valorificarea deșeurilor
organice locale prin
implicarea elevilor în
procesul de producție,
educație practică și
economie circulară

Obiective

- Producerea a 5 tone de compost natural în primul an
- Implicarea a minimum 50 de elevi în procesul educațional-aplicativ
- Vânzarea a 200 de saci de compost la nivel local
- Creșterea vizibilității liceului prin participarea la târguri locale

Să devenim un model de
întreprindere școlară
agricolă sustenabilă în
România, capabilă să
producă impact
educațional, ecologic și
economic real

PLAN DE AFACERI

DOMENIUL: AGRICULTURĂ ECOLOGICĂ ȘI EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ APLICATĂ

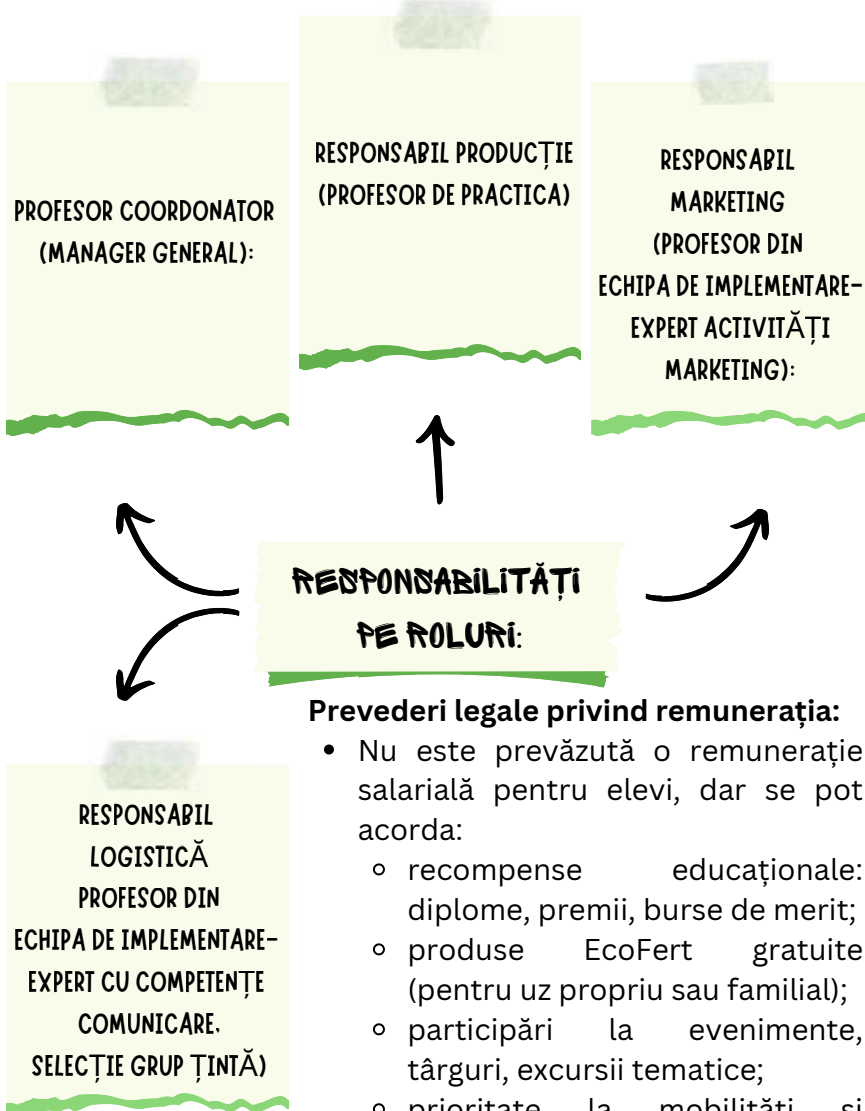
Produsul / serviciile oferite

- Compost natural EcoFert (ambalat la 20L și 50L)
- Ateliere educative pentru elevi și fermieri mici
- Kit de compostare pentru gospodării

Managementul resurselor umane: prevederile legale privind remunerația angajaților, pregătirea profesională a angajaților.

Managementul firmei

Organizarea firmei: organigrama și responsabilitățile care revin fiecărui asociat/acționar
Fiind o întreprindere școlară educațională, organizarea firmei respectă o structură simplă, adaptată mediului liceal, sub coordonarea profesorilor și cu implicarea elevilor voluntari.



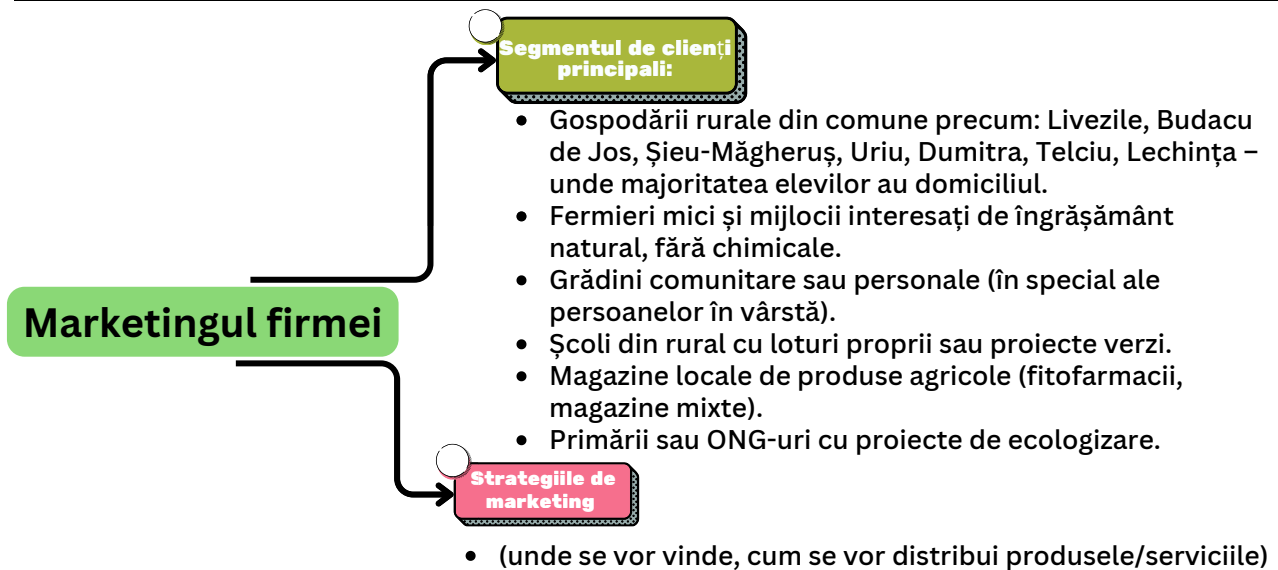
- Nu este prevăzută o remunerație salarială pentru elevi, dar se pot acorda:
 - recompense educaționale: diplome, premii, burse de merit;
 - produse EcoFert gratuite (pentru uz propriu sau familial);
 - participări la evenimente, târguri, excursii tematice;
 - prioritate la mobilități și proiecte europene (Erasmus+, RoSE etc.).

Statutul participanților:

- Elevii participă ca voluntari în cadrul proiectului educațional aprobat de Consiliul Profesoral și înregistrat la ISJ BN.
- Participarea poate fi integrată ca:
 - activitate de practică (pentru profil agricol);
 - activitate extracurriculară (pentru marketing și logistică);
 - parte din modulele opționale sau cluburi școlare (agricultură ecologică, antreprenariat, dezvoltare durabilă).

PLAN DE AFACERI

DOMENIUL: AGRICULTURĂ ECOLOGICĂ ȘI EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ APLICATĂ



Caracteristici ale pieței țintă:

- Interes crescut pentru produse naturale, locale, mai ieftine decât cele din comerț.
- Necesitate reală de compost, în special primăvara și toamna.
- Oportunitate de educare privind avantajele compostului față de îngrășămintele chimice.

1. Strategiiile de promovare – modalități de promovare / reclame / pliante (realizarea unei reclame / afiș)

Unde se vor vinde produsele:

- Direct din lotul școlar (pentru comunitatea din Bistrița și împrejurimi).
- La târguri locale și evenimente agricole:
 - Târgul de Toamnă – Bistrița;
 - Festivalul Recoltei – Năsăud;
 - Piețe volante organizate de primării.
- Comenzi prin platforme online simple (Facebook, WhatsApp, grupuri de comunitate).
- Parteneriate cu magazine din comune (ex: magazin mixt, centru agricol).
- Comenzi interne de la grădini ale altor școli sau ONG-uri ecologice.

Cum se vor distribui:

- Preluare directă de la liceu (autogestiune).
- Livrare de către elevi în comunitățile proprii (în funcție de locație).
- Colaborare cu părinți sau parteneri locali pentru transport ocazional.
- Posibil sprijin logistic din partea primăriilor (pentru loturi mai mari).

Modalități de promovare directe:

- Pliante color tipărite – realizate de elevii de la profil economic/TIC, distribuite:
 - în sate, în magazine locale, primării, biserici, târguri;
 - în gospodăriile de unde se colectează materie primă (se lasă pliant cu ofertă).
- Afișe simple și eco-friendly – amplasate la intrarea în liceu, târguri, magazine.

PLAN DE AFACERI

DOMENIUL: AGRICULTURĂ ECOLOGICĂ ȘI EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ APLICATĂ

Promovare online:

- Pagină de Facebook – „Eco-Fert LTA”:
 - postări cu procesul de producție, rezultate, beneficiile compostului;
 - testimoniale ale clienților;
 - story-uri interactive făcute de elevi;
- Campanie hashtag pe TikTok realizată de elevi: #EcoFert #CompostDinSuflet #EleviPtNatura
- Reclamă / afiș – exemplu (pentru print sau social media)

Planul de producție

Furnizorii

Proiectul se bazează pe o rețea locală de furnizori, în mare parte din gospodării rurale și parteneri din zona județului Bistrița-Năsăud:

Sistemul de producție (cum se fabrică)

Compostul este obținut printr-un proces natural de descompunere aerobică, supravegheat de elevi în cadrul activităților practice:



MATERII PRIME:

- Apă pentru umezire:
 - din sursa școlii (folosită pentru controlul umidității compostului).
- Ambalaje (saci biodegradabili):
 - achiziționați de la furnizori locali sau online

1

MATERII PRIME:

- Resturi vegetale (coji de legume, resturi de la grădină, paie, frunze uscate):
 - aduse de elevi din gospodăriile proprii (Livezile, Dumitra, Telciu, Salva, Budacu de Jos, Valea Bărgăului).
- Bălegar (gunoi de grajd compostabil):
 - oferit de ferme mici din zonele Lechința, Rebrîșoara și Șieu-Măgheruș, prin parteneriat informal cu părinți și localnici.
- Rumeguș și resturi lemnoase:
 - de la ateliere meșteșugărești sau depozite de lemn din Bistrița sau Năsăud.

3

ETAPELE DE FABRICAȚIE:

- Colectare și sortare:
- Se adună materia organică (fără plastic, metale, carne).
 - Se sortează în funcție de tip (verde/umed – ex: legume, bălegar; maro/uscat – ex: frunze, rumeguș).



ETAPELE DE FABRICAȚIE:

- Combinare în straturi echilibrate:
- În proporții aproximative 1:2 (verde:maro) în lăzi de compostare pe lotul școlar.
 - Fiecare strat se stropăște ușor cu apă pentru a păstra umiditatea optimă (40-60%).

5 4

ETAPELE DE FABRICAȚIE:

- Aerare periodică:
- O dată la 7–10 zile, elevii amestecă compostul cu furci/lopeți pentru a oxigena masa și accelera descompunerea.

PLAN DE AFACERI

DOMENIUL: AGRICULTURĂ ECOLOGICĂ ȘI EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ APLICATĂ



ETAPELE DE FABRICAȚIE:

Monitorizare:

- Se verifică temperatura și umiditatea cu termometre/umidometre simple.
- Se notează progresul într-un jurnal de compost – activitate didactică.

6

ETAPELE DE FABRICAȚIE:

Maturarea compostului:

- După 2–3 luni, masa organică devine neagră, cu miros de pământ reavăn – semn că este gata de ambalare.

7

ETAPELE DE FABRICAȚIE:

Ambalare și etichetare:

- Compostul este cernut (opțional), apoi introdus în saci de 20L sau 50L.
- Etichetele conțin: logo, denumire, greutate, dată producție, mențiune „Produs educațional 100% natural”.



Echipamente și tehnologii

Pentru realizarea compostului pe lotul școlar, întreprinderea școlară ECO-FERT utilizează echipamente simple, sigure și adaptate vârstei elevilor, majoritatea provenind din resurse proprii, donații sau achiziții minime, în spiritul educației sustenabile.

Lăzile de compost sunt realizate de elevi din paleți reciclați, oferind o soluție practică și economică pentru depozitarea și procesarea compostului în condiții controlate. Manipularea materialelor organice (paie, bălegar, frunze) se face cu lopeți, furci, greble și roabe, toate provenind din atelierul școlii sau donate de părinți și gospodari locali. Pentru transportul materialelor în interiorul lotului sau din gospodăriile elevilor, se folosesc găleți și roabe clasice.

Monitorizarea compostului este esențială pentru calitatea produsului final. În acest scop, elevii utilizează umidometre și termometre de sol simple, accesibile ca preț (sub 200 lei bucata), care îi ajută să înțeleagă procesul de descompunere și să intervină corect.

Pentru ambalarea produsului finit, se folosesc saci biodegradabili de 20L și 50L, achiziționați de la furnizori locali sau online, cu un cost estimativ de 0,80–1,20 lei/sac. Etichetarea este realizată în laboratorul de informatică al liceului, folosind imprimanta școlii și modele grafice create chiar de elevi.

Pentru siguranța și igiena în timpul lucrului, elevii poartă mănuși, măști de protecție și șorțuri, furnizate din fonduri proprii sau din sponsorizări punctuale (de exemplu, de la magazine agricole locale sau cooperative).

Toate echipamentele sunt adaptate unui proiect educațional agricol și contribuie atât la formarea abilităților practice ale elevilor, cât și la respectarea normelor de sănătate, securitate.

PLAN DE AFACERI

DOMENIUL: AGRICULTURĂ ECOLOGICĂ ȘI EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ APLICATĂ

Planul financiar

1. Veniturile și costurile estimate

Activitatea întreprinderii ECO-FERT se bazează pe un model de producție cu costuri reduse și implicare voluntară a elevilor. Estimările financiare pentru primul an de funcționare (pilot) sunt:

Costuri estimate (anul I):

- Achiziție saci biodegradabili (300 buc.): **350 lei**
- Etichete și consumabile (hârtie, cerneală): **150 lei**
- Umidometre și termometre de compost (2 seturi): **400 lei**
- Mănuși, măști, șorțuri de protecție: **300 lei**
- Materiale auxiliare (paleți, rumeguș, găleți): **500 lei**
- Costuri de transport (colectare și distribuție): **600 lei**
- Promovare (pliante, afișe, participare târguri): **400 lei**

Total estimat cheltuieli: 2.700 lei

Venituri estimate:

- Vânzare compost ambalat (300 saci x 15 lei/sac): **4.500 lei**
- Vânzare kit compost pentru gospodării (50 kituri x 25 lei): **1.250 lei**
- Activități educative sponsorizate (ONG-uri, primării): **1.000 lei**

Total estimat venituri: 6.750 lei

Surse de finanțare

Pentru acoperirea costurilor inițiale, întreprinderea ECO-FERT va accesa următoarele surse:

- Fonduri proprii ale școlii (prin Asociația de părinți sau bugetul activităților extracurriculare)
- Sponsorizări locale din partea magazinelor agricole, cooperativelor sau fermierilor din județ
- Sprijin de la autoritățile locale (Consiliul Local Bistrița, primării din comunele de unde provin elevii)
- Participare la proiecte de finanțare pentru educație și sustenabilitate (Start ONG, Fondul pentru un viitor mai bun în comunități, Erasmus+, Consiliul Județean BN)

Profitabilitatea firmei

În primul an, ECO-FERT ar înregistra un profit net estimat de aproximativ 4.050 lei, rezultat din diferența dintre venituri (6.750 lei) și cheltuieli (2.700 lei).

Acest profit nu este destinat câștigului personal, ci va fi reinvestit integral în dezvoltarea proiectului educațional, în următoarele direcții:

- Achiziția de noi echipamente (tocător de crengi, sită de compostare, presă pentru brichete organice);
- Organizarea de excursii de studiu, tabere sau vizite la ferme ecologice;
- Recompensarea elevilor merituoși implicați în proiect (prin burse sau premii);
- Promovarea extinsă și multiplicarea proiectului în alte licee tehnologice din județ.

Pe termen mediu (2–3 ani), firma poate deveni autosustenabilă, cu un volum de producție dublat și implicare anuală a noilor generații de elevi, contribuind astfel nu doar la educație, ci și la dezvoltarea unei culturi antreprenoriale verzi în mediul rural.



PLAN DE AFACERI SC ZEBRALINK GROUP SRL



ECHIPA:

BUZEMURGĂ IOANA
LUNGU ALEXANDRA
BARTIC MATEI
BARTIC ANTONIO
HOROBEȚ MIHNEA

Liceul Teoretic "Dimitrie Cantemir" Iași
Coordonator: prof. Irina Aporcăriței



Slogan

"Mentenanța ta în grija noastră"



Sigla/emblemă



Adresa

Str. Sf. Lazar nr.46B , Iași, Iași

Prezentarea firmei

Denumirea firmei / forma juridică / cod CAEN
(obiect de activitate)

Denumire: Zebralink

Conform Oficiul Național al Registrului
Comerțului (ONRC) și a legii societăților nr.
31/1990 agentul economic propus va avea
statutul de Societate cu Răspundere Limitată
(SRL) ca formă de organizare juridică.

COD CAEN 8110

Activități de servicii-suport combinate

Misiunea

Într-o lume tot mai digitalizată, accesul rapid la servicii este o necesitate, nu un lux. Atunci când apare o urgență în casă (o țeavă spartă, o priză defectă sau o problemă de grădinărit) timpul de așteptare pentru un muncitor avizat poate deveni frustrant. Din această nevoie apare o soluție inovatoare: o aplicație care conectează utilizatorii cu muncitori avizați, garantând calitatea muncii și un timp de intervenție de maximum 12 ore (maxim 48h până la soluționare). Această platformă nu doar eficientizează procesul de găsire a unui specialist, ci creează și un mediu sigur atât pentru clienți, cât și pentru muncitori.

Viziunea

Conducerea Zebra este alcătuită din persoane cu un câmp larg de cunoștințe din domenii variate, aceștia aduc un plus în desfășurarea activității, având cunoștințe atât în domeniile de activitate (instalații, reparații, peisagistică, amenajare exterioare), cât și în alte domenii (IT, vânzări, publicitate). Angajații „cheie” sunt considerați cei care, prin implicarea și dorința lor de îmbunătățire, și-au arătat devotamentul și un nivel ridicat de cunoștințe legate de produsul dezvoltat.

În căutarea unei eficiențe sporite și a unei calități deosebite pentru îngrijirea locuințelor, cât și a curțiilor, am creat o aplicație ce simplifică munca beneficiarilor.

Aplicația este adresată asociațiilor de proprietari, administratorilor de bloc care gestionează întreținerea, plățile și comunicarea cu locatarii, proprietarilor de apartamente care trebuie să plătească întreținerea și să fie informați despre cheltuieli și reparații, chiriașilor care au nevoie de acces la facturi, companiilor de mentenanță și furnizorilor de servicii, administratorilor de ansambluri rezidențiale și dezvoltatorilor imobiliari.

La doar un click distanță, putem rezolva toate problemele casei voastre, fără a fi nevoie ca beneficiarul să se streseze cu căutarea unei echipe de lucru specializate. Dacă vă confrunțați cu o problemă în casa dumneavoastră, noi suntem soluția. Raportarea problemei în aplicația noastră vă asigură rezolvarea acesteia în ziua sesizării, cu echipe specializate care vă garantează calitate, seriozitate și eficiență.

Strategia

ZebraLink Group adoptă o strategie de comercializare eficientă, bazată pe mai multe tehnici de vânzare pentru a ajunge la cât mai mulți utilizatori și a maximiza impactul.

O prima metoda de comercializare este vânzarea online prin website-ul oficial și magazine de aplicații precum Google Play și App Store. Utilizatorii pot descărca gratuit aplicația și accesa funcționalitate de bază, având opțiunea de a achiziționa abonamente lunare sau servicii premium. Acest model asigură o experiență completă și simplifică administrarea blocurilor, oferind beneficii atât locatarilor, cât și administratorilor.

Vânzarea directă către asociații de proprietari și administratori de bloc este cea mai eficientă strategie. Aceasta se bazează pe contactarea directă a asociațiilor de proprietari și a administratorilor de bloc, beneficiind de demonstrații pentru a înțelege avantajele aplicației și impactul pe care îl poate avea asupra eficienței zilnice.

Un alt canal de distribuție eficient este colaborarea cu firme de prestatori de servicii, precum companii de întreținere a lifturilor, firme de curățenie sau reparații. Aceste parteneriate ne aduc un flux constant de utilizatori și ne asigură o monetizare suplimentară prin integrarea serviciilor acestor companii în aplicație.

Pentru a crește numărul de utilizatori, pe parcurs vom angaja și o echipă de vânzări care să promoveze direct aplicația în rândul administratorilor de blocuri. Aceștia prezintă soluția, oferă demonstrații și adaptează ofertele în funcție de nevoile clienților.

Obiectivele

Pe termen scurt (0-2 ani), obiectivul principal este consolidarea bazei de utilizatori și crearea unei rețele de muncitori avizați, care să garanteze servicii de calitate. În această etapă, aplicația va fi promovată prin reclame pe social media, campanii publicitare, strategii SEO și parteneriate cu asociații de proprietari.

Pe termen mediu (3-5 ani), viziunea este de a transforma aplicația într-un standard pentru mentenanța locuințelor și clădirilor de birouri. Aceasta va include opțiuni de abonamente corporate, dar și servicii suplimentare, precum curățenie și mutări. Un alt obiectiv este optimizarea platformei prin inteligență artificială, astfel încât utilizatorii să poată primi recomandări personalizate pentru serviciile de care au nevoie.

Rezumatul produselor și/sau serviciilor oferite

Firma noastră oferă un serviciu digital integrat pentru administrarea și mentenanța clădirilor rezidențiale și comerciale. Platforma online permite gestionarea eficientă a problemelor de întreținere, raportarea incidentelor și comunicarea dintre locatari, asociații de proprietari și echipele de intervenție.

- Oferim o interfață ușor de utilizat, accesibilă de pe desktop și mobil.

- Beneficiarii pot opta pentru module personalizate, precum raportare avansată, integrare cu sisteme de plată și suport prioritar.

- Prezentarea serviciului se face printr-un website profesional și un panou de control intuitiv.

- Posibilitatea de a vedea stadiul lucrării în timp real

- Colaborăm cu firme de mentenanță acreditate, oferind servicii de reparații și întreținere direct prin platformă. (ex. Lucrăm cu cele mai importante firme în domeniul lifturilor, sistemelor de detecție și stingere a incendiilor, firmelor de curățenie și amenajarea spațiilor comerciale/verzi)

Oferim tutoriale video și ghiduri pentru utilizatori. (Mai multe videoclipuri în care se prezintă utilizatorului cum se folosește aplicația. Aceste videoclipuri vor fi vizibile în meniul "AJUTOR")

Managementul firmei

Organizarea firmei: organigrama și responsabilitățile fiecărui membru

CEO (Director General): Prin poziția pe care o ocupă, CEO-ul are următoarele responsabilități conform contractului:

- supervizarea și gestionarea tuturor acțiunilor interne și externe în vederea menținerii pe primul plan satisfacția clienților, a angajaților, a investitorilor
- proiectarea unui plan de durată și punerea lui în aplicare în vederea bunăstării afacerii și menținerii unui profit și a unui flux de vânzări constant
- gestionarea internă a angajaților și atribuirea de sarcini departamentelor abilitate în gestionarea lor
- derularea unor întâlniri în interes de afaceri alături de parteneri, investitori dar și potențiali clienți.

a. Director Marketing: Prin poziția pe care o ocupă, Directorul de Marketing are următoarele responsabilități conform contractului:

- supervizarea și gestionarea departamentului facilitat în inițierea și dezvoltarea campaniilor de marketing
- asigurarea unui flux constant de vânzări
- crearea, păstrarea și răspândirea imaginii vizuale prezentate de Zebra
- verificarea de calitate a tuturor materialelor media/tiparite/netiparite
- gestionarea conturilor de social media în vederea păstrării identității vizuale
- gestionarea departamentului de marketing

b. Director Financiar: Prin poziția pe care o ocupă, Directorul de Financiar are următoarele responsabilități conform contractului:

- gestionarea capitalului și a veniturilor/cheltuielilor în vederea păstrării unui flux uniform, luând în calcul beneficiul conducerii și al investitorilor
- gestionarea, în colaborare cu departamentul de marketing a campaniilor comerciale atât speciale cât și regulate
- dezvoltarea bugetelor anuale din fiecare secțiune (dezvoltare, development, cercetare, marketing, etc.)
- gestionarea lichidităților companiei în cel mai bun interes al acesteia
- gestionarea departamentului de finanțe

c. Director Tehnic: Prin poziția pe care o ocupă, Directorul de Producție/Tehnic are următoarele responsabilități conform contractului:

- stabilirea, modificarea și implementarea politicilor produsului
- supervizarea activității generale din teren conform standardelor de calitate
- dezvoltarea unor strategii interne prin care să se eficientizeze toate procesele interne
- gestionarea departamentului intern de mentenanță tehnică (IT support)
- implementarea unor noi instrumente tehnice în vederea dezvoltării eficienței
- gestionarea partenerilor din teren în vederea soluționării rapoartelor trimise de clienții finali
- gestionarea departamentului de producție

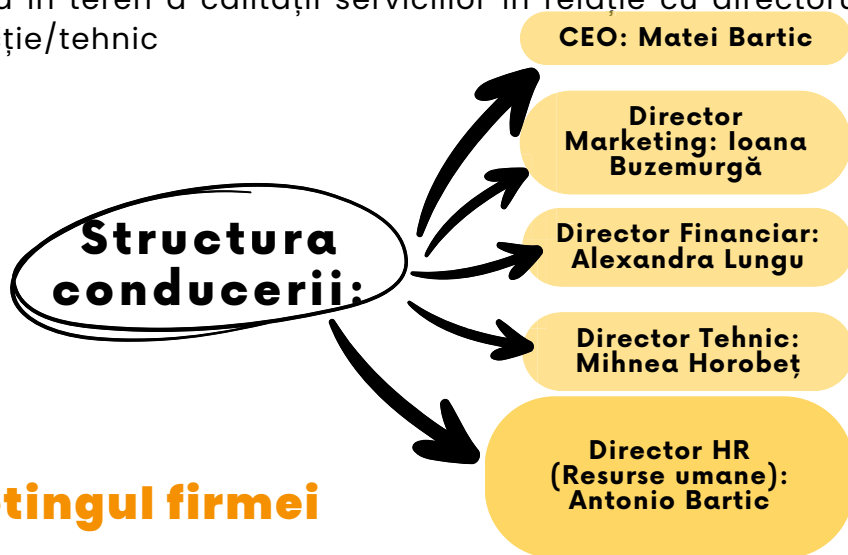
d. Director HR: Prin poziția pe care o ocupă, Directorul de Resurse Umane are următoarele responsabilități conform contractului:

- gestionarea personalului intern
- inițierea, parcurgerea și finalizarea procesului de recrutare al personalului nou
- întreținerea unui mediu prietenos în cadrul companiei și în relații cu partenerii noștri
- gestionarea departamentului de resurse umane
- căutarea, inițierea și organizarea cursurilor de perfecționare pentru angajați
- gestionarea salariilor personalului în relație cu departamentul financiar

e. Director Relații cu publicul:

Prin poziția pe care o ocupă, Directorul de Relații cu Publicul are următoarele responsabilități conform contractului:

- gestionarea, soluționarea și inițierea cererilor de suport înaintate operatorului comercial
- desfășurarea conferințelor/publicațiilor de presă în relație cu departamentul de marketing
- auditarea în teren a calității serviciilor în relație cu directorul de marketing, de producție/tehnic



Marketingul firmei

Piața țintă

Având în vedere natura serviciilor Zebra și caracteristicile aplicației sale, segmentul de piață țintă primar în lași ar putea include:

■ Asociațiile de Proprietari ale clădirilor de apartamente: Funcționalitățile forumului pentru locatari și comunicarea centralizată oferite de aplicație sunt deosebit de valoroase pentru gestionarea clădirilor rezidențiale cu mai multe unități locative ¹⁵. Acest segment apreciază probabil gestionarea eficientă a cererilor de reparații și îmbunătățirea comunicării cu rezidenții.

■ Proprietarii individuali care închiriază apartamente: Aplicația poate facilita gestionarea cererilor de mentenanță de la chiriași și poate oferi actualizări, simplificând procesul de administrare pentru proprietari ¹⁴. Acești proprietari ar putea fi atrași de serviciile Zebra pentru comoditatea și profesionalismul oferit în gestionarea proprietăților lor închiriate.

■ Proprietarii și administratorii de proprietăți comerciale: Deși forumul pentru locatari ar putea fi mai puțin relevant, funcționalitățile de raportare a problemelor și de actualizare a stării reparațiilor pot fi valoroase pentru gestionarea mentenanței în clădiri de birouri, spații comerciale și alte proprietăți comerciale ¹⁰. Acest segment va prioritiza probabil minimizarea timpului de nefuncționare și asigurarea întreținerii spațiilor lor comerciale.

■ Dezvoltatorii de complexe rezidențiale noi: Oferirea serviciilor de consultanță și a aplicației Zebra către noile dezvoltări ar putea fi un serviciu cu valoare adăugată pentru cumpărătorii de locuințe și o modalitate pentru dezvoltatori de a asigura o gestionare lină a proprietății de la început. Creșterea numărului de autorizații de construire ¹ indică un flux continuu de proprietăți noi.

■ Proprietarii de proprietăți individuale mai mari (case, vile): Deși forumul pentru locatari al aplicației ar putea să nu se aplice, funcționalitățile de bază de gestionare a mentenanței ar putea fi totuși benefice pentru proprietarii care doresc o modalitate structurată de a gestiona reparațiile și întreținerea.

În concluzie, piața țintă primară în Iași ar trebui să se concentreze pe asociațiile de proprietari ale clădirilor de apartamente, pe proprietarii individuali care închiriază apartamente și pe proprietarii/administratorii de proprietăți comerciale. Dezvoltatorii de complexe rezidențiale noi reprezintă un segment secundar promițător. Creșterea semnificativă a autorizațiilor de construire rezidențiale în 2024 sugerează că clădirile de apartamente și complexele rezidențiale nou finalizate vor fi un segment deosebit de atractiv în viitorul apropiat, deoarece își vor stabili structurile de management. Aplicația Zebra, cu accentul său pe comunicare și urmărire, se aliniază bine cu nevoile proprietarilor și administratorilor care apreciază transparența și eficiența. Eforturile de marketing ar trebui să evidențieze aceste beneficii.

Strategiile de marketing (unde se vor vinde, cum se vor distribui produsele/serviciile)

Canale de distribuție utilizate sunt:

- Vânzări directe (de la sediu);
- Vânzări prin intermediari și parteneriate (firme de administrare imobile, dezvoltatori rezidențiali și comerciali);
- Vânzări online și la comandă (site/aplicație/Telefonic);
- Marketing afiliat și colaboratori;

Zebralink Group adoptă o strategie de comercializare eficientă, bazată pe mai multe tehnici de vânzare pentru a ajunge la cât mai mulți utilizatori și a maximiza impactul.

O prima metoda de comercializare este vanzarea online prin website-ul oficial și magazine de aplicații precum Google Play și App Store. Utilizatorii pot descărca gratuit aplicația și accesa funcționalitate de bază, având opțiunea de a achiziționa abonamente lunare sau servicii premium.

Acest model asigura o experiență completă și simplifica administrarea blocurilor, oferind beneficii atât locatarilor, cât și administratorilor.

Vânzarea directă către asociații de proprietari și administratori de bloc este cea mai eficientă strategie. Aceasta se bazează pe contactarea directă a asociațiilor de proprietari și a administratorilor de bloc, beneficiind de demonstrații pentru a înțelege avantajele aplicației și impactul pe care îl poate avea asupra eficienței zilnice.

Un alt canal de distribuție eficient este colaborarea cu firme de prestatori de servicii, precum companii de întreținere a lifturilor, firme de curățenie sau reparații. Aceste parteneriate ne aduc un flux constant de utilizatori și ne asigura o monetizare suplimentară prin integrarea serviciilor acestor companii în aplicație.

Pentru a crește numărul de utilizatori, pe parcurs vom angaja și o echipă de vânzări care să promoveze direct aplicația în rândul administratorilor de blocuri. Aceștia prezintă soluția, oferă demonstrații și adaptează ofertele în funcție de nevoile clienților. De asemenea, participarea la conferințe, târguri și evenimente de profil ajută la creșterea vizibilității și atragerea unor noi parteneri, consolidând astfel poziția aplicației pe piață.

Strategiile de promovare - modalități de promovare/reclame/pliante (realizarea unei reclame/afiș)

Pentru a asigura o promovare eficientă pentru aplicația noastră vom utiliza mai multe canale de publicitate. Promovarea online va juca un rol esențial, incluzând campanii pe rețele sociale precum Facebook, Instagram și TikTok. De asemenea, e-mail marketingul va fi folosit pentru a ajunge direct la administratorii de blocuri și asociațiile de proprietari.

Pe lângă promovarea digitală, vom crea broșuri și materiale tipărite, precum pliante și cataloage informative, care vor fi distribuite către administrațiile de bloc și la evenimente de profil. Participarea la târguri și expoziții din domeniul imobiliar, tehnologic și administrativ va permite interacțiunea directă cu potențiali clienți și parteneri, sporind vizibilitatea aplicației.

Ca să ajungem la un public mai larg, vom folosi și canale tradiționale, precum publicitatea TV, prin reclame difuzate pe posturi locale și naționale. În completare, vor fi instalate afișe publicitare, panouri și bannere în locuri strategice, frecventate de administratori și locatari. Această strategie diversificată va asigura o expunere maximă și o creștere rapidă a numărului de utilizatori.

Planul financiar

EURO (€)	ANUL I						
	I	II	III	IV	V	VI	VII
Venit	Sumă	Sumă	Sumă	Sumă	Sumă	Sumă	Sumă
Abonamente							
Asociații de locatari	€900,00	€3.600,00	€4.500,00	€6.300,00	€7.200,00	€7.200,00	€7.200,00
Proprietari individuali	€300,00	€600,00	€1.050,00	€1.110,00	€1.140,00	€1.140,00	€1.140,00
Proprietari comerciali	€210,00	€210,00	€300,00	€330,00	€330,00	€330,00	€330,00
Contracte servicii	€68,00	€68,00	€68,00	€68,00	€68,00	€68,00	€170,00
Preț de bază	€450,00	€1.470,00	€1.920,00	€2.570,00	€4.335,00	€4.335,00	€4.335,00
Procesare plăți (3% comision)	€81,00	€264,60	€345,60	€462,60	€520,20	€520,20	€520,20
Altele surse de venit	€25.000,00	€10.000,00	€10.000,00	€500,00	€5.000,00	€10.000,00	€10.000,00
Total venituri	€27.009,00	€16.212,60	€18.183,60	€11.340,60	€18.593,20	€23.593,20	€23.695,20
Cheltuieli	Sumă	Sumă	Sumă	Sumă	Sumă	Sumă	Sumă
Plata furnizorilor	-	€900,00	€1.470,00	€1.920,00	€2.570,00	€2.890,00	€2.890,00
Campanii de Marketing	€1.000,00	€1.000,00	€1.000,00	€1.000,00	€750,00	€750,00	€750,00
Chirie	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€2.000,00
Utilitati	€50,00	€50,00	€50,00	€50,00	€50,00	€50,00	€500,00
Investitii	€24.000,00	€100,00	€100,00	€100,00	€100,00	€100,00	€100,00
Mentenanța aparatură	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€100,00
Licențe	€1.300,00	€1.300,00	€1.300,00	€1.300,00	€1.300,00	€1.300,00	€1.300,00
Consumabile	€50,00	€50,00	€50,00	€50,00	€50,00	€50,00	€200,00
Serviciu de servere	€400,00	€400,00	€400,00	€400,00	€400,00	€400,00	€400,00
Despagubiri clienti	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€150,00
R&D	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00	€0,00
Salarii	€8.157,10	€8.157,10	€8.157,10	€8.157,10	€8.157,10	€8.157,10	€8.157,10
Inflație							
Total cheltuieli	€34.957,10	€11.957,10	€12.527,10	€12.977,10	€13.377,10	€13.697,10	€16.547,10
Taxe	€540,18	€324,25	€363,67	€226,81	€371,86	€471,86	€473,90
Total profit/pierderi	-8.488	3.931	5.293	-1.863	4.844	9.424	6.674

Veniturile și costurile estimate

					inflație și scumpiri (9%)			inflație și scumpiri (11%)	
VIII	IX	X	XI	XII	Total ANUL I	Total ANUL II	Total ANUL III	Total ANUL IV	Total ANUL V
Sumă	Sumă	Sumă	Sumă	Sumă		Sumă	Sumă	Sumă	Sumă
€8.100,00	€8.100,00	€8.100,00	€8.100,00	€8.100,00	€77.400,00	€162.000,00	€194.400,00	€270.000,00	€259.200,00
€1.140,00	€1.200,00	€1.200,00	€1.200,00	€1.200,00	€12.420,00	€23.400,00	€29.520,00	€39.600,00	€36.000,00
€480,00	€630,00	€630,00	€720,00	€1.200,00	€5.700,00	€14.400,00	€20.160,00	€20.160,00	€19.440,00
€170,00	€170,00	€178,50	€178,50	€178,50	€1.453,50	€2.754,00	€2.754,00	€2.754,00	€3.366,00
€4.785,00	€4.890,00	€3.310,00	€3.310,00	€3.340,00	€39.050,00	€66.600,00	€81.360,00	€109.920,00	€104.880,00
€574,20	€586,80	€595,80	€595,80	€601,20	€5.668,20	€11.988,00	€14.644,80	€19.785,60	€18.878,40
€500,00	€10.000,00	€10.000,00	€10.000,00	€2.000,00	€103.000,00	€34.612,67	€51.087,71	€97.151,12	€173.561,01
€15.749,20	€25.576,80	€24.014,30	€24.104,30	€16.619,70	€244.691,70	€315.754,67	€393.926,51	€559.370,72	€615.325,41
Sumă	Sumă	Sumă	Sumă	Sumă		Sumă	Sumă	Sumă	Sumă
€2.890,00	€3.190,00	€3.260,00	€3.310,00	€3.310,00	28.600,00	€66.600,00	€81.360,00	€81.360,00	€81.360,00
€750,00	€750,00	€1.250,00	€1.250,00	€1.250,00	€11.500,00	€10.000,00	€15.000,00	€15.000,00	€15.000,00
€2.000,00	€2.000,00	€2.000,00	€2.000,00	€2.000,00	€12.000,00	€24.000,00	€24.000,00	€26.400,00	€29.040,00
€500,00	€500,00	€500,00	€500,00	€500,00	€3.300,00	€6.000,00	€6.000,00	€6.000,00	€6.000,00
€100,00	€100,00	€100,00	€100,00	€100,00	€25.100,00	€1.200,00	€1.200,00	€1.200,00	€1.200,00
€100,00	€100,00	€100,00	€300,00	€300,00	€1.000,00	€3.600,00	€3.600,00	€3.600,00	€3.600,00
€1.300,00	€1.300,00	€1.300,00	€1.300,00	€1.300,00	€15.600,00	€15.600,00	€15.600,00	€15.600,00	€15.600,00
€200,00	€200,00	€200,00	€200,00	€200,00	€1.500,00	€2.400,00	€2.400,00	€2.400,00	€2.400,00
€400,00	€400,00	€400,00	€400,00	€400,00	€4.800,00	€4.800,00	€4.800,00	€4.800,00	€4.800,00
€150,00	€150,00	€150,00	€150,00	€150,00	€900,00	€1.800,00	€1.800,00	€1.800,00	€1.800,00
€0,00	€0,00	€1.000,00	€1.000,00	€1.000,00	€3.000,00	€6.000,00	€12.000,00	€12.000,00	€12.000,00
€8.157,10	€8.157,10	€8.157,10	€8.157,10	€8.157,10	€97.885,20	€97.885,20	€97.885,20	€172.683,64	€172.683,64
					0,00%	9,00%	9,00%	11,00%	11,00%
€16.547,10	€16.847,10	€18.417,10	€18.667,10	€18.667,10	205.185,20	€258.351,86	€288.896,86	€374.622,29	€386.692,09
€314,98	€511,54	€480,29	€482,09	€332,39	€4.893,83	€6.315,09	€7.878,53	€11.187,41	€12.306,51
1.111	8.218	5.117	4.955	2.380	€34.612,67	€51.087,71	€97.151,12	€173.561,01	€216.326,82

Legendă		
Prețul este calculat la costul mediu al abonamentelor	€30,00	€/lună
Estimarea profitului este	15%	din încasări
Prețul de bază este o taxă percepută de Zebra la fiecare cerere inițiată în aplicație	10	€/instanță
Pretul abonamentului pentru contractor servicii	€8,50	€/lună
Prețul intervenției medii peste valoarea acoperită de abonament	€60,00	€/instanță
Comision tranzacție	3%	€/instanță
Preț per intervenție	€20,00	€/instanță
Campanie de marketing	€1.000,00	€/lună
Chirie (250 m ²)	€2.000,00	€/lună
Utilități (apă, curent, gaz, telefoane)	€500,00	€/lună
Licență per angajat R&D	€65,00	€/lună
Număr de angajați	10	
Taxe		
Taxa pe profit	2%	
Inflația de referință calculată la media anilor 2021-2024 - este adăugată anual la totalul cheltuielilor	10%	

Surse de finanțare

Sursă de venit	Sună
Capital social	12,000 EUR
Împrumut bancar	40,000 EUR
Proiect european (StartUp Nation)	45,000 EUR
Altele	-
Total venituri	97,000 EUR

Profitabilitatea firmei

Anul	Cheltuieli anuale	Venit anual	Profit
I	€205.185,20	€244.691,70	€34.612,67
II	€258.351,86	€315.754,67	€51.087,71
III	€288.896,86	€393.926,51	€97.151,12
IV	€374.622,29	€559.370,72	€173.561,01
V	€386.692,09	€615.325,41	€216.326,82

SIMDRIVE EVOLUTION S.R.L

Elevi: **BLĂGEANU DAVID CONSTANTIN**
GHIORGHIU TEONA MARIA
Prof. coordonator: **UNGUREANU MĂDĂLINA**



Misiunea SimDrive Evolution este să ofere o experiență completă de învățare auto, combinând tehnologia avansată cu pregătirea practică într-un mediu sigur și accesibil. **Viziunea** pe termen lung este de a deveni centrul de referință în România pentru simulare și practică auto, promovând educația rutieră modernă și siguranța în trafic. Pentru atingerea acestor obiective ambițioase, compania și-a stabilit ținte concrete, precum atragerea a 8400 de clienți în primul an de activitate și deschiderea a două noi locații în următorii patru ani.

SimDrive Evolution SRL, înființată în 2025, reprezintă o abordare revoluționară în domeniul școlilor de șoferi din România. Operând sub codul CAEN 8553- - activități educaționale ale școlilor de zbor, navigație și transport maritim care nu emit certificate și permise comerciale - specific școlilor de conducere auto, compania își stabilește sediul în Iași, pe Strada Sf. Andrei. Această locație strategică, situată într-o zonă periferică cu acces rutier facil, reflectă angajamentul companiei față de crearea unui mediu de învățare optim și sigur.



Identitatea vizuală a SimDrive Evolution este consolidată prin sloganul "Învață. Simulează. Condu în siguranță!", care capturează esența inovatoare a serviciilor oferite. Acest slogan nu este doar un instrument de marketing, ci o reflectare fidelă a filozofiei companiei: îmbinarea tehnologiei moderne de simulare cu instruirea practică tradițională, totul într-un cadru care prioritizează siguranța cursanților.

Strategia de dezvoltare a SimDrive Evolution se bazează pe trei piloni principali. Primul pilon este investiția progresivă în tehnologie și personal, asigurând că compania rămâne la curent cu cele mai recente inovații în domeniu. Al doilea pilon constă în promovarea intensă online și dezvoltarea de parteneriate locale, cu accent pe marketing digital și colaborări cu instituții de învățământ și companii. Al treilea pilon strategic este diversificarea continuă a serviciilor, planificând introducerea de cursuri specializate pentru șoferi profesioniști, cursuri de conducere defensivă și programe de reabilitare pentru șoferii cu probleme în trafic.

Obiectivele concrete ale SimDrive Evolution sunt ambițioase dar realizabile. Compania țintește atragerea a 8400 de clienți în primul an de activitate, recuperarea investiției în maximum trei ani și lansarea a două locații noi în următorii patru ani. Aceste obiective reflectă încrederea în modelul de afaceri și ambiția de a deveni un jucător semnificativ pe piața educației auto la nivel regional și, eventual, național.

Obiective Sociale Strategice pentru SimDrive Evolution SRL:

Angajarea de personal calificat

Instructori auto, specialiști în simulare, consilieri educaționali și personal administrativ.

Programe de formare continuă

Organizarea de cursuri și ateliere pentru dezvoltarea competențelor profesionale ale angajaților.

Colaborări cu instituții de învățământ:

Parteneriate cu licee și universități pentru stagii de practică și inserție profesională.

În cadrul activităților sale, SimDrive Evolution SRL integrează principiile de responsabilitate ecologică, prin:

- Utilizarea tehnologiei de simulare: Reducerea consumului de combustibil și a emisiilor de carbon prin instruirea pe simulatoare.
- Flotă auto ecologică: Achiziționarea de vehicule cu emisii reduse sau hibride pentru instruirea practică.
- Gestionarea eficientă a resurselor: Implementarea de măsuri pentru economisirea energiei și reciclarea materialelor.

Politici de recrutare echitabile

Asigurarea egalității de șanse pentru toate persoanele, indiferent de gen, vârstă, etnie sau dizabilitate.

Programe de sensibilizare și formare

Ateliere și sesiuni de training pentru conștientizarea importanței diversității și incluziunii.

Adaptarea mediului de lucru

Facilitarea accesului și integrarea persoanelor cu nevoi speciale.

Serviciile oferite de SimDrive Evolution sunt concepute pentru a acoperi o gamă largă de nevoi educaționale în domeniul auto. Acestea includ simulări auto pentru începători și avansați, instruire pe traseu real cu mașini dotate cu dublă comandă, cursuri teoretice și workshopuri, precum și pachete personalizate pentru firme (corporate), părinți și adolescenți.



Managementul firmei

Structura organizațională a SimDrive Evolution este concepută pentru a asigura eficiența operațională și excelența în serviciile oferite. În vârful ierarhiei se află managerul general, responsabil pentru coordonarea tuturor activităților și implementarea strategiei companiei. Acesta este sprijinit de o echipă diversificată de profesioniști, fiecare jucând un rol crucial în succesul operațiunilor.

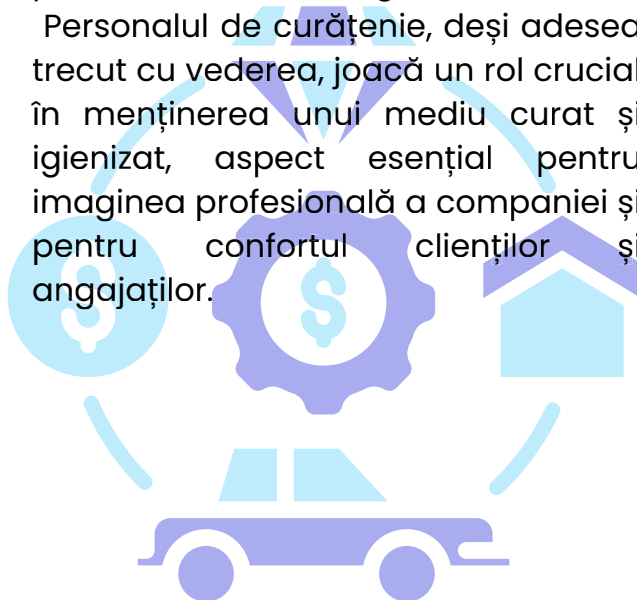
Echipa de instructori auto, formată din patru profesioniști calificați, reprezintă coloana vertebrală a operațiunilor educaționale. Aceștia nu sunt doar experți în conducerea auto, ci și pedagogi calificați, capabili să transmită eficient cunoștințele și să inspire încredere cursanților. Rolul lor include atât predarea practică, cât și supervizarea traseelor, asigurând că fiecare cursant primește atenția individualizată necesară pentru a progresa.

Cei doi tehnicieni specializați în simulatoare joacă un rol vital în menținerea și operarea echipamentelor high-tech ale companiei. Responsabilitățile lor includ întreținerea de rutină a simulatoarelor, calibrarea acestora pentru a asigura o experiență de învățare cât mai apropiată de realitate, precum și oferirea de asistență tehnică instructorilor și cursanților.

Echipa de recepție, formată din doi angajați, reprezintă prima linie de contact cu clienții și joacă un rol esențial în crearea unei prime impresii pozitive. Pe lângă gestionarea programărilor și furnizarea de informații, ei contribuie la menținerea unei atmosfere primitoare și profesioniste în centrul SimDrive Evolution.

Specialistul în marketing este responsabil pentru implementarea strategiei de promovare a companiei. Acest rol include gestionarea prezenței online, crearea și distribuirea de conținut pe rețelele sociale, precum și coordonarea campaniilor de marketing și a parteneriatelor strategice.

Personalul de curățenie, deși adesea trecut cu vederea, joacă un rol crucial în menținerea unui mediu curat și igienizat, aspect esențial pentru imaginea profesională a companiei și pentru confortul clienților și angajaților.



Managementul resurselor umane la SimDrive Evolution pune accent pe dezvoltarea și retenția talentelor. Toate contractele de muncă respectă prevederile Codului Muncii, oferind angajaților securitate și beneficii conforme cu legea. Politica de remunerare este concepută pentru a fi competitivă pe piața muncii locală, cu salarii nete variind între 600 și 1.200 euro, în funcție de poziție și experiență.

Un aspect cheie al politicii de resurse umane este accentul pus pe formarea profesională continuă. Anual, toți angajații beneficiază de programe de instruire în domeniul educației auto și al utilizării echipamentelor specifice. Acest angajament față de dezvoltarea profesională nu doar îmbunătățește calitatea serviciilor oferite, ci și crește satisfacția și loialitatea angajaților.

Marketingul firmei

Strategia de marketing a SimDrive Evolution este multidimensională, vizând atragerea unei game diverse de clienți. Piața țintă primară este reprezentată de tinerii între 16-25 ani, incluzând elevi de liceu și studenți. Acest segment este atras de tehnologia modernă utilizată în procesul de învățare și de abordarea inovatoare a companiei.

Șoferii începători, indiferent de vârstă, reprezintă un alt segment important al pieței țintă. Pentru aceștia, combinația unică de simulare și practică reală oferită de SimDrive Evolution este deosebit de atractivă, oferind o tranziție mai lină și mai puțin stresantă către conducerea în trafic real.

Companiile interesate de instruirea angajaților constituie o nișă de piață cu potențial semnificativ. SimDrive Evolution oferă pachete personalizate pentru corporații, care pot include cursuri de conducere defensivă, de economisire a combustibilului sau de gestionare a stresului în trafic.

Părinții care doresc o introducere sigură în condus pentru adolescenții lor reprezintă un alt segment de piață important. Pentru acest grup, accentul pus pe siguranță și utilizarea simulatoarelor ca prim pas în învățarea condusului sunt aspecte deosebit de atractive.

Strategiile de marketing sunt concepute pentru a maximiza vizibilitatea și atractivitatea SimDrive Evolution în rândul acestor grupuri țintă. Prezența online puternică este asigurată prin intermediul unui site web modern și intuitiv, care permite nu doar informarea, ci și rezervarea cursurilor online. Campaniile pe platformele de social media, în special Facebook și Instagram, sunt concepute pentru a atrage tinerii și pentru a crea o comunitate în jurul brandului.

Parteneriatele cu școli auto tradiționale reprezintă o strategie de co-marketing inovatoare. Aceste parteneriate permit SimDrive Evolution să ofere servicii complementare școlilor auto existente, mai degrabă decât să concureze direct cu acestea. De asemenea, compania dezvoltă relații cu licee și facultăți locale, oferind prezentări și demonstrații pentru a atrage tinerii cursanți.

Strategiile de promovare includ o gamă largă de tactici. Campaniile pe Facebook și Instagram sunt concepute pentru a targeta precis demografiile relevante, utilizând conținut video și interactiv pentru a maximiza angajamentul. Distribuirea de pliante în licee și facultăți asigură o prezență fizică în locurile frecventate de potențialii clienți.

Evenimentele demonstrative gratuite reprezintă o tactică cheie de marketing experiențial. Aceste evenimente permit potențialilor clienți să experimenteze direct tehnologia de simulare și să interacționeze cu instructorii, creând o impresie puternică și memorabilă a brandului SimDrive Evolution.

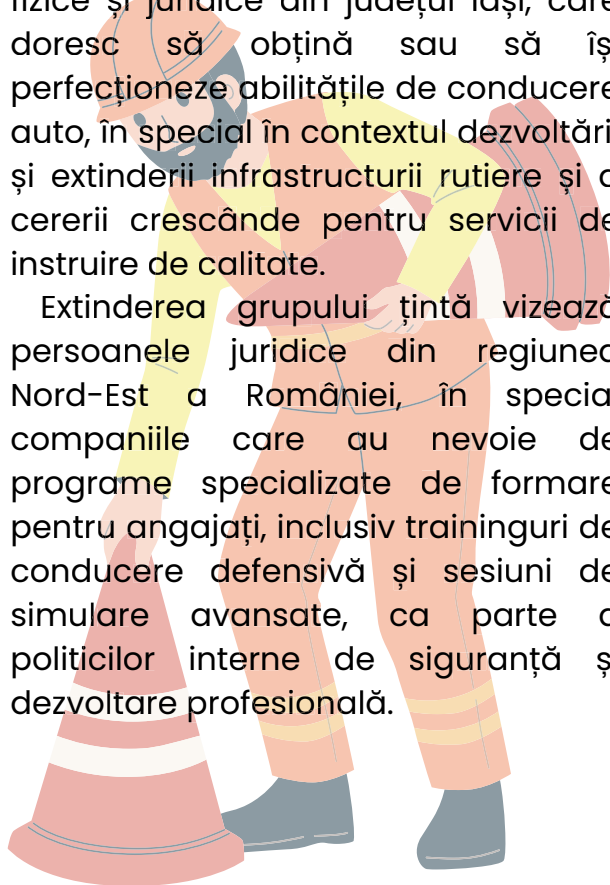
Afișele plasate strategic în centre comerciale și licee asigură o expunere constantă a brandului în locații cu trafic intens. Realizarea unui spot promoțional video de înaltă calitate este planificată pentru a crește vizibilitatea online și pentru a fi utilizat în campanii de marketing digital.

Tip client	% vânzări	Produse/servicii vândute	Condiții de plată
Persoane fizice	85%	Cursuri de conducere, sesiuni de simulare și instruire practică	Plata integrală la înscriere sau în rate prin contract
Persoane juridice	15%	Cursuri corporate pentru angajați, traininguri speciale	Facturare conform contract, plata în termen de 30 zile

Furnizor viitor	% din total	Ce furnizează	Condiții de plată
SimGear	40%	Simulator auto de ultimă generație	Conform contract
Cruden	30%	Software și echipamente pentru simulatoare	Conform contract
Renault & Dacia	20%	Vehicule pentru instruire cu dublă comandă	Conform contract
Dell, ASUS, Hikvision	10%	Echipamente IT și sisteme de securitate	Conform contract

Grupul țintă principal al SimDrive Evolution îl constituie persoanele fizice și juridice din județul Iași, care doresc să obțină sau să își perfecționeze abilitățile de conducere auto, în special în contextul dezvoltării și extinderii infrastructurii rutiere și a cererii crescânde pentru servicii de instruire de calitate.

Extinderea grupului țintă vizează persoanele juridice din regiunea Nord-Est a României, în special companiile care au nevoie de programe specializate de formare pentru angajați, inclusiv traininguri de conducere defensivă și sesiuni de simulare avansate, ca parte a politicilor interne de siguranță și dezvoltare profesională.



De asemenea, SimDrive Evolution acordă o atenție prioritară segmentelor de piață care pot genera beneficii economice semnificative, prin crearea de locuri de muncă sustenabile și facilitarea accesului la tehnologie avansată pentru instruire, contribuind astfel la creșterea responsabilității și siguranței în trafic la nivel local și regional.

În mod specific, grupul țintă restrâns include: tinerii aflați la început de drum în obținerea permisului de conducere, persoanele care doresc perfecționarea abilităților de condus, companiile din sectoarele de transport și logistică, firmele care investesc în dezvoltarea profesională a angajaților și instituțiile educaționale care doresc să integreze tehnologia simulatoarelor auto în programele lor.

Această orientare strategică reflectă angajamentul SimDrive Evolution de a răspunde nevoilor diverse ale pieței, contribuind la creșterea siguranței rutiere și la formarea unor conducători auto responsabili și bine pregătiți.

În tabelul de mai jos sunt prezentate cifrele de afaceri pe județele din zona de Nord-Est, din perioada 2020-2025.

Cifra de afaceri totală estimată pentru firmele active în domeniul școlilor de conducere auto din regiunea Nord-Est în perioada 2020-2025 este de aproximativ 22,1 milioane euro. Aceasta reflectă o piață activă și în creștere, evidențiind un interes susținut pentru formarea auto în această zonă.

Județ	Nr. firme active estimate	Cifra de afaceri totală estimată (euro)
Bacău	45	3.200.000
Botoșani	30	2.100.000
Iași	80	7.500.000
Neamț	40	3.300.000
Suceava	50	4.200.000
Vaslui	25	1.800.000
Nord-Est Total	270	22.100.000

Județul Iași se remarcă prin cea mai mare contribuție la cifra de afaceri regională, cu aproximativ 7,5 milioane euro, ceea ce indică o concentrare puternică a activităților educaționale auto în acest centru urban important. Aceasta se datorează atât numărului ridicat de școli de conducere, cât și cererii mari generate de populația și dinamica economică a județului.

Bacău și Suceava urmează în top, cu cifre de afaceri de 3,2 milioane euro și, respectiv, 4,2 milioane euro, demonstrând o prezență relevantă a firmelor din acest sector și o cerere constantă pentru servicii de instruire auto.

Județele cu cifre de afaceri mai mici, precum Vaslui (1,8 milioane euro) și Botoșani (2,1 milioane euro), indică oportunități de dezvoltare și extindere, prin investiții care să crească accesul la servicii educaționale de calitate în domeniul conducerii auto.

Per ansamblu, cifra de afaceri în acest sector denotă o piață stabilă, cu potențial de creștere, mai ales având în vedere nevoia continuă de formare profesională pentru conducători auto și reglementările în domeniu. Investițiile și dezvoltarea infrastructurii educaționale în județul Iași și în regiune pot sprijini extinderea serviciilor, contribuind la creșterea securității rutiere și la crearea de noi locuri de muncă.

Planul de producție / servicii oferite

SimDrive Evolution a ales cu grijă partenerii și furnizorii săi pentru a asigura cea mai înaltă calitate a serviciilor oferite. Pentru simulatoarele auto, compania colaborează cu furnizori specializați din Uniunea Europeană, precum SimGear și Cruden, cunoscuți pentru calitatea și inovația produselor lor. Această alegere asigură că cursanții beneficiază de cea mai avansată tehnologie de simulare disponibilă pe piață.

Simulatoarele sunt echipate cu sisteme avansate de feedback vizual și auditiv, inclusiv senzori de mișcare și sunet 3D, care sporesc realismul experienței de învățare și ajută la dezvoltarea abilităților de reacție rapidă în trafic.

Vehiculele utilizate pentru instruirea practică sunt furnizate de Renault și Dacia, mărci recunoscute pentru fiabilitate și popularitate în România. Toate autovehiculele sunt echipate cu sisteme de dublă comandă, asigurând maximă siguranță în timpul instruirii. Alegerea acestor mărci reflectă și o strategie de aliniere cu preferințele pieței auto locale, permițând cursanților să se familiarizeze cu modele pe care le vor întâlni frecvent pe drumurile românești.

SimDrive Evolution a ales cu grijă partenerii și furnizorii săi pentru a asigura cea mai înaltă calitate a serviciilor oferite. Pentru simulatoarele auto, compania colaborează cu furnizori specializați din Uniunea Europeană, precum SimGear și Cruden, cunoscuți pentru calitatea și inovația produselor lor. Această alegere asigură că cursanții beneficiază de cea mai avansată tehnologie de simulare disponibilă pe piață.

Simulatoarele sunt echipate cu sisteme avansate de feedback vizual și auditiv, inclusiv senzori de mișcare și sunet 3D, care sporesc realismul experienței de învățare și ajută la dezvoltarea abilităților de reacție rapidă în trafic.

Vehiculele utilizate pentru instruirea practică sunt furnizate de Renault și Dacia, mărci recunoscute pentru fiabilitate și popularitate în România. Toate autovehiculele sunt echipate cu sisteme de dublă comandă, asigurând maximă siguranță în timpul instruirii. Alegerea acestor mărci reflectă și o strategie de aliniere cu preferințele pieței auto locale, permițând cursanților să se familiarizeze cu modele pe care le vor întâlni frecvent pe drumurile românești.

Pentru sistemele IT și de securitate, SimDrive Evolution a optat pentru branduri de renume precum Dell și ASUS pentru echipamentele informatice, și Hikvision pentru sistemele de securitate. Această investiție în tehnologie de înaltă calitate reflectă angajamentul companiei față de excelență și siguranță în toate aspectele operațiunilor sale.

Procesul de livrare a serviciilor este conceput pentru a fi cât mai eficient și centrat pe client. Programările pot fi făcute atât online, prin intermediul site-ului web al companiei, cât și direct la recepție, oferind flexibilitate maximă clienților. Odată ajunși la centru, cursanții urmează un traseu educațional standardizat, care îmbină sesiunile de simulare cu instruirea practică și teoretică.

Centrul pune la dispoziție și sesiuni suplimentare de pregătire pentru situații speciale (condiții meteo dificile, conducere defensivă, managementul stresului în trafic), sporind astfel pregătirea practică a cursanților. Toate facilitățile sunt concepute pentru accesibilitate, inclusiv pentru persoanele cu dizabilități, respectând normele europene privind accesul egal la educație și instruire.

Infrastructura tehnică a SimDrive Evolution este impresionantă. Cele patru simulatoare auto complet interactive reprezintă coloana vertebrală a ofertei educaționale. Aceste simulatoare de ultimă generație oferă o experiență imersivă, replicând cu acuratețe condițiile de trafic reale și permițând instructorilor să creeze scenarii de învățare personalizate.

Cele trei autoturisme de practică, echipate cu sisteme de dublă comandă, completează experiența de simulare, oferind cursanților oportunitatea de a aplica în condiții reale cunoștințele acumulate. Software-ul educațional personalizat, dezvoltat special pentru SimDrive Evolution, asigură o tranziție lină între simulare și practică reală, permițând monitorizarea progresului fiecărui cursant și adaptarea programului de învățare la nevoile individuale.

Sistemul de supraveghere și control acces nu este doar o măsură de securitate, ci și un instrument educațional, permițând analiza detaliată a performanței cursanților în timpul sesiunilor practice. Facilitățile adiționale, precum sistemul de ventilație performant, sala de așteptare confortabilă și zona multimedia, contribuie la crearea unui mediu de învățare plăcut și eficient.

Planul financiar

Planul financiar al SimDrive Evolution reflectă ambiția și prudența companiei în egală măsură. Investiția inițială estimată se ridică la 239.000 euro, o sumă semnificativă care acoperă toate aspectele necesare pentru lansarea și operarea eficientă a afacerii în primul an.

Cea mai mare parte a investiției inițiale (90.000 euro) este alocată pentru amenajarea spațiului, asigurând un mediu optim pentru învățare și practică. Această sumă substanțială reflectă importanța acordată creării unui spațiu modern, confortabil și funcțional, care să impresioneze clienții și să faciliteze procesul de învățare.

Investiția în echipamentele de simulare (24.000 euro) și în mașinile de practică și echipamentele outdoor (45.000 euro) reprezintă o parte semnificativă a bugetului inițial. Aceste alocări reflectă angajamentul companiei față de tehnologie și instruire practică de calitate, asigurând că SimDrive Evolution va oferi o experiență de învățare de top în industrie.

Alocarea a 15.000 euro pentru sisteme de securitate demonstrează prioritatea acordată siguranței cursanților și a personalului, un aspect crucial în industria educației auto. Bugetul substanțial de 20.000 euro pentru marketingul de lansare subliniază importanța acordată creării unei prezențe puternice pe piață încă de la început, recunoscând rolul crucial al unui start puternic în succesul pe termen lung al afacerii.

Rezerva operațională de 20.000 euro oferă un tampon financiar important pentru gestionarea eventualelor fluctuații inițiale în venituri sau cheltuieli neprevăzute, demonstrând o abordare prudentă în planificarea financiară. În bugetul operațional lunar este prevăzută o rezervă pentru eventuale reparații neplanificate și consumabile, în valoare de aproximativ 1.000 euro, pentru a asigura continuitatea și calitatea serviciilor oferite.

Costurile lunare estimate se ridică la 22.000 euro, reflectând realitatea operării unei astfel de afaceri complexe. Cea mai mare parte a acestei sume (17.000 euro) este alocată salariilor, subliniind importanța resursei umane în succesul companiei și angajamentul față de menținerea unei echipe de profesioniști bine remunerați. Alocările pentru utilități, mentenanță (3.000 euro) și marketing continuu (1.000 euro) asigură funcționarea optimă și vizibilitatea constantă a companiei pe piață.

Sursele de finanțare pentru acest proiect ambițios sunt diversificate, incluzând fonduri proprii ale asociatului, un credit bancar pentru IMM-uri, și potențiale granturi europene sau fonduri PNRR. Această abordare diversificată a finanțării demonstrează o strategie prudentă,

menită să minimizeze riscurile și să maximizeze oportunitățile de dezvoltare.

Profitabilitatea estimată a SimDrive Evolution este promițătoare. Cu un preț mediu de 50 euro per client și o țintă ambițioasă de 700 de clienți pe lună, veniturile lunare estimate se ridică la 35.000 euro. Acest lucru ar genera un profit estimat de 13.000 euro pe lună în primul an, o cifră impresionantă pentru o afacere nouă în acest domeniu.

Perioada de recuperare a investiției (ROI) este estimată la 1-2 ani, o proiecție ambițioasă dar realizabilă, care reflectă încrederea fondatorilor în modelul de afaceri și potențialul pieței. Această proiecție financiară pozitivă, combinată cu strategia de expansiune pe termen lung care include deschiderea a două noi locații în următorii patru ani, poziționează SimDrive Evolution ca o oportunitate de afaceri cu potențial semnificativ de creștere și profitabilitate în industria educației auto din România.

Strategia de marketing include, pe lângă promovarea digitală și offline, și colaborări cu instituții educaționale și autorități locale pentru creșterea vizibilității și atragerea unui număr mai mare de cursanți. În vederea reducerii costurilor, se are în vedere optimizarea consumului de energie și implementarea unor soluții eco-friendly în infrastructură, care pe termen lung vor aduce economii semnificative și vor contribui la responsabilitatea socială a companiei.

Concluzii

SimDrive Evolution SRL se prezintă ca o inițiativă antreprenorială ambițioasă și inovatoare, merită să revoluționeze industria școlilor de șoferi din România. Prin îmbinarea tehnologiei avansate de simulare cu metodele tradiționale de instruire practică, compania își propune să redefinească standardele în educația auto și să contribuie semnificativ la îmbunătățirea siguranței rutiere în țară.

Analiza comprehensivă a planului de afaceri relevă mai multe puncte forte care poziționează SimDrive Evolution ca un potențial lider de piață în domeniul său:

Inovație tehnologică: Utilizarea simulatoarelor auto de ultimă generație oferă un avantaj competitiv semnificativ, permițând cursanților să se familiarizeze cu diverse scenarii de trafic într-un mediu sigur și controlat. Această abordare nu doar îmbunătățește procesul de învățare, dar și reduce anxietatea asociată cu conducerea în trafic real pentru începători.

Strategie de marketing bine definită: Planul de marketing elaborat, care include o prezență puternică online, parteneriate strategice și evenimente demonstrative, indică o înțelegere profundă a pieței țintă și a modalităților eficiente de a o aborda.

Diversificarea serviciilor: Oferta variată de servicii, de la cursuri pentru începători până la programe specializate pentru corporații, demonstrează flexibilitatea companiei și capacitatea sa de a răspunde nevoilor diverse ale pieței.

Management și resurse umane: Structura organizațională bine gândită și politicile de resurse umane orientate spre dezvoltare profesională continuă asigură o bază solidă pentru excelența operațională și satisfacția clienților.

Plan financiar robust: Proiecțiile financiare prudente, combinate cu o strategie de investiții bine echilibrată, oferă o perspectivă optimistă asupra viabilității și profitabilității pe termen lung a afacerii.

Cu toate acestea, ca orice afacere nouă, SimDrive Evolution va trebui să facă față unor provocări: **Concurența din partea școlilor de șoferi tradiționale:** Va fi esențial să se demonstreze valoarea adăugată a tehnologiei de simulare și să se convingă piața de beneficiile acestei abordări inovatoare. **Costuri inițiale ridicate:** Investiția substanțială în tehnologie și amenajarea spațiului necesită o gestionare atentă a fluxului de numerar, mai ales în primele luni de operare.

Adaptarea la reglementările în schimbare: Industria auto și cea a educației rutiere sunt supuse frecvent modificărilor legislative, ceea ce va necesita flexibilitate și adaptabilitate din partea companiei.

Menținerea ritmului cu evoluția tehnologică: Pe măsură ce tehnologia avansează rapid, va fi crucial să se mențină echipamentele și software-ul la zi pentru a rămâne competitivi.

Concluzii

Scalabilitatea: Pe măsură ce compania își propune să se extindă cu noi locații, menținerea consistenței calității serviciilor și a culturii organizaționale va reprezenta o provocare semnificativă.

În ciuda acestor provocări, potențialul de succes al SimDrive Evolution este considerabil. Focusul pe siguranța rutieră și educația de calitate se aliniază cu tendințele globale în domeniul transporturilor și cu preocupările crescânde legate de siguranța în trafic. Mai mult, abordarea inovatoare a companiei răspunde nevoilor unei generații tot mai orientate spre tehnologie, oferind o experiență de învățare modernă și eficientă.

Succesul pe termen lung al SimDrive Evolution va depinde de capacitatea sa de a executa eficient strategiile planificate, de a se adapta rapid la schimbările pieței și de a-și menține angajamentul față de inovație și excelență în servicii. Monitorizarea constantă a indicatorilor de performanță, feedback-ul clienților și flexibilitatea în ajustarea strategiilor vor fi esențiale pentru navigarea cu succes în peisajul dinamic al industriei educației auto.



În concluzie, SimDrive Evolution SRL prezintă un model de afaceri promițător, cu potențialul de a transforma semnificativ modul în care se desfășoară educația auto în România. Combinația de tehnologie avansată, expertiză în domeniu și o strategie de afaceri bine gândită oferă o bază solidă pentru succes. Dacă va reuși să depășească provocările inerente unei afaceri noi și să-și mențină focusul pe inovație și calitate, SimDrive Evolution are potențialul de a deveni nu doar un lider în industria sa, ci și un catalizator pentru îmbunătățirea siguranței rutiere și a culturii condusului în România. Pe măsură ce compania își începe activitatea și se dezvoltă, va fi interesant de urmărit impactul său asupra industriei educației auto și asupra statisticilor privind siguranța rutieră. Succesul SimDrive Evolution ar putea servi drept model pentru modernizarea și îmbunătățirea standardelor în școlile de șoferi din întreaga țară, contribuind astfel la crearea unei noi generații de șoferi mai bine pregătiți și mai responsabili pe drumurile României.



Bibliografie

1. N. Feleagă, I. Ionașcu, Tratat de contabilitate financiară, Vol I, Editura Economică, București, 1998.
2. Nica, P., Iftimescu, A., Management – concepte și aplicații, Editura Sedcom Libris, Iași, 2004.
3. Nica, P., Prodan, A., Iftimescu, A., Management, concepte și aplicații practice. Ediția a V-a, Editura Sedcom Libris, Iași, 2002.
4. Niculescu, O., Verboncu, I., Fundamentele managementului organizațional, Editura Tribuna Economică, București, 2001.
5. Pântea, I.P., Bodea, G., Contabilitatea financiară românească conformă cu Directivele Europene, Editura Intelcredo, Ediția a II-a, Deva, 2007.
6. ***Legea contabilității nr.82/1991, actualizată cu ultimele modificări aduse de OUG nr.79/2014, republicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr.382/02.06.2015.
7. ***Legea 227/2015 privind Codul fiscal, actualizată prin OUG nr.46/31.08.2016 și Normele metodologice aprobate prin H.G. 1/2016, actualizată prin Hotărârea Guvernului nr.159/11.03.2016.
8. <https://www.ceccarbusinessmagazine.ro/educatia-antreprenoriala-si-rolul-pmm-ului-in-performanta-afacerii/a/bnnZn4Y5Fq8QTCJoLjxP>
9. http://colegiulstefanescu.ro/resurse/socio-umane/EDUCA%C8%9AIE%20ANTREPRENORIAL%C4%82_X_XI.pdf;
10. <https://tdh-moldova.org/sites/default/files/2024-04/Educatie%20antreprenorial%C4%83.pdf>;
11. <https://www.sos-satelecopiilor.ro/wp-content/uploads/2016/09/antreprenoriat.pdf>;
12. https://www.libris.ro/pdf?_pid=10899179&for=Start+in+antreprenoriat+-+Cristian+Onetiu&srsIid=AfmBOoqTpOwLQfI4LMYONozAPQJL02FUL756UWK0Uulwhrllcsd-eYQx;
13. https://www.researchgate.net/profile/Emil-Crisan-2/publication/354610425_Introducere_in_antreprenoriat/links/61423ee2da4638f12b6e79/Introducere-in-antreprenoriat.pdf;
14. <https://www.scribd.com/doc/282564287/Educatie-Antreprenoriala-Clasa-X>;

