

OFERTA TEHNICĂ

Conceptul de realizare a cursului de instruire

Acceleratorul „MICI PRODUCĂTORI” — Programul de sprijin al micilor producători (HG 531/2024)

Ofertant: Rivosmart SRL, mun. Chișinău, Republica Moldova

Autoritatea contractantă: IP Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului (ODA)

Procedura: Cererea Ofertelor de Prețuri nr. ocds-b3wdp1-MD-1783412562205 din 07.07.2026

Loturile oferite: Lotul 1 (regiunea Nord), Lotul 2 (regiunea Centru) și Lotul 3 (regiunea Sud și UTA Găgăuzia) — 3 ediții regionale ale acceleratorului, 50 de participanți per ediție.

1. Scopul, obiectivele și rezultatele așteptate

Scopul proiectului este desfășurarea unei ediții a acceleratorului „Mici Producători” pentru 50 de participanți — antreprenori și persoane fizice cu activitate de minimum 12 luni în domeniul producerii — astfel încât aceștia să dobândească competențe practice de dezvoltare, lansare și monetizare a produselor proprii, în perioada iulie–decembrie 2026.

Obiectivele SMART ale programului:

O1. Instruirea a 50 de participanți pe parcursul a 92 de ore academice (72 ore instruire offline + 20 ore mentorat de grup online), în 6 săptămâni, conform structurii din caietul de sarcini.

O2. Atingerea unei rate de finalizare integrală a cursului de minimum 80% dintre participanți.

O3. Obținerea scorului de promovare la testul final de către minimum 80% dintre participanți, cu o creștere de cel puțin 20% între pre-test și post-test.

O4. Certificarea a minimum 60% dintre participanți, în baza evaluării proiectelor finale (scoring $\geq$ 60%).

O5. Lansarea pe piață a minimum 2 produse sau servicii de către participanți până la finalul programului.

Rezultate așteptate: fiecare participant finalizează programul cu o foaie de parcurs pentru scalarea produsului, un buget realist de dezvoltare cu simulare financiară, un plan de promovare low-budget și un prototip de etichetă/ambalaj pregătit pentru lansare.

2. Flexibilitate și adaptabilitate în implementare

Programul este proiectat modular, astfel încât conținutul și metodele să poată fi ajustate fără a afecta obiectivele: (a) pre-test la deschidere pentru calibrarea nivelului grupului și adaptarea exemplurilor la profilul real al participanților; (b) check-point de evaluare a progresului în săptămâna 3, cu ajustarea direcției pentru fiecare echipă; (c) sarcini practice individualizate pe produsul fiecărui participant, nu pe scenarii abstracte; (d) capacitate de livrare integrală în limba rusă (formatori și mentori bilingvi), în cazul formării grupelor cu vorbitori de limba rusă; (e) adaptare la modificările de calendar comunicate de ODA cu minimum 5 zile înainte; (f) orarul sesiunilor construit în consultare cu participanții (inclusiv sesiuni de mentorat în intervale accesibile micilor producători).

Capacitatea de livrare pe cele 3 loturi: echipa este mobilă și acoperă întreg teritoriul țării. Edițiile regionale se desfășoară eșalonat în perioada iulie–decembrie 2026 (3 ediții $\times$ 6 săptămâni), cu instruirea offline organizată în săli identificate în orașele de referință ale fiecărui lot (ex. Bălți pentru regiunea Nord, Chișinău pentru regiunea Centru, Cahul sau Comrat pentru regiunea Sud), pentru a reduce distanța de deplasare a participanților. Sesiunile de mentorat, fiind online, se livrează identic indiferent de regiune.

3. Metodologia de implementare și echipa de management

Metodologia respectă principiile predării centrate pe instruit: instruirii interactive susținute de experți practicieni; lucru în echipă pe proiectele proprii cu aplicare imediată; mentorat de grup adaptat progresului fiecărei echipe; studii de caz locale; simulări de vânzare (pitch, negociere de preț,

întâlnire cu distribuitor); feedback de la clienți reali (mini-test de piață); evaluare practică prin prezentări, planuri și prototipuri.

Fluxul de implementare: (1) recrutarea și mediatizarea — campanie online ținută pe raioanele lotului, înregistrarea aplicanților pe formularul ODA, selecția participanților împreună cu reprezentanții ODA, informarea celor înscriși; (2) livrarea celor 6 module și 4 sesiuni de mentorat conform orarului aprobat; (3) monitorizarea prezenței, colectarea livrabilelor și evaluarea pre/post-test; (4) evaluarea finală a proiectelor și raportarea completă către ODA (raport final, anexe, raport financiar, materiale predate prin act de predare-primire în proprietatea intelectuală a ODA).

Echipa de management și de livrare: Ion Guțu — coordonator de program, formator și mentor (Managing Director, Rivosmart SRL; 10+ ani în e-commerce și marketing digital; formator în programe antreprenoriale — Tekwill Academy, INOTEK, AIM Academy, program MSME BERD/Microinvest, Ministerul Sănătății/ANSP; 100+ antreprenori instruiți; Gemini Certified Educator — Google for Education); Vladimir Vedrasco — formator și mentor (Master în Științe Economice, ASEM; 10+ ani în vânzări, e-commerce și dezvoltare de branduri pe piețe internaționale; mentor în rețelele BERD, AIM, AFAD, UN Women, ODA, Innovate Moldova); Veaceslav Vedrasco — mentor (co-fondator Widras, NanoMax România și Frudova Fruits — producție agricolă și export în Polonia, Germania și Cehia, expertiză de primă mână în exact parcursul pe care îl fac participanții acceleratorului: de la produs local la piețe externe). Echipa asigură integral livrarea în limba română și rusă. Formatorii și mentorii propuși sunt detaliați în Anexa nr. 14 și în CV-urile anexate.

4. Exemple de livrabile

Pe lângă livrabilele participanților (foaie de parcurs, buget și simulare financiară, plan de promovare low-budget, prototip etichetă/ambalaj, produs lansat), prestatorul livrează: suportul de curs complet pe fiecare modul (titlu, subiecte, obiective de învățare, conținut, exerciții, resurse bibliografice, prezentare, sarcini practice), pre/post-teste, fișe de evaluare a proiectelor, ghid PDF de utilizare Zoom, orar detaliat pe zile și sesiuni, liste de prezență, înregistrări video ale sesiunilor online, arhivă foto, raport final și raport financiar. Mostre de suporturi de curs din programe similare pot fi prezentate la solicitare.

5. Riscurile proiectului și recomandări de îmbunătățire

Riscurile principale și mitigarea lor sunt detaliate per modul în tabelul conceptului (pagina următoare). La nivel de program: risc de recrutare insuficientă (mitigat prin campanie de promovare demarată imediat după semnarea contractului și parteneriate cu APL/GAL-uri din raioanele lotului); risc de abandon (mitigat prin check-point în săptămâna 3 și contact individual cu absenții); risc de conectivitate la mentorat online (mitigat prin helpdesk și test de conectare prealabil).

Recomandări de îmbunătățire a implementării: (1) constituirea unei comunități alumni a acceleratorului (grup dedicat) pentru continuarea schimbului de experiență post-program; (2) invitarea la Modulul 4 a unui cumpărător real (retailer/HoReCa local) pentru simulările de negociere; (3) sesiune opțională de fotografie de produs low-budget, cu impact direct asupra planului de promovare; (4) corelarea explicită a livrabilelor finale cu criteriile instrumentelor de finanțare ODA, pentru a crește rata de conversie a participanților către programele de suport.

Tabel: Conceptul desfășurării cursului de instruire

Denumirea modulului	Obiectivele SMART ale modulului	Conținutul modulului (ce vor învăța participanții)	Metode de instruire utilizate	Resurse (pregătire + materiale pentru participanți)	Rezultate obținute la final de instruire	Livrabile	Riscuri de implementare	Recomandări de mitigare a riscurilor
Modulul 1. Identificarea clienților și crearea valorii produsului (12 ore academice, offline, săpt. 1)	Până la finalul săpt. 1, fiecare participant: (1) generează și prioritizează min. 3 idei de dezvoltare a produsului propriu; (2) aplică modelul Kano pe min. 10 respondenți reali; (3) formulează în scris propunerea de valoare a produsului.	Generarea ideilor (tehnici structurate de ideeație); Identificarea consumatorului — modelul Kano (atribute de bază, de performanță, de încântare); Crearea valorii produsului pentru client; Sarcină practică: chestionar aplicat clienților reali + interpretarea feedbackului.	Prezentare interactivă; Brainstorming structurat; Lucru în echipă pe produsele proprii; Studiu de caz local (producător artizanal din regiune); Exercițiu aplicat Kano.	Suport de curs (titlu, subiecte, obiective, conținut, exerciții, bibliografie); Prezentare PPT cu identitate vizuală ODA; Șablon chestionar Kano (digital + tipărit); Fișe de lucru, flipchart, markere.	Participanții identifică segmente de clienți și formulează valoarea produsului propriu pe baza feedbackului real, nu a presupunerilor.	Chestionar aplicat (min. 10 răspunsuri); Raport scurt de interpretare a feedbackului per participant/echipă.	Eterogenitatea grupului (niveluri diferite de pregătire); Reticența de a colecta feedback de la clienți reali.	Pre-test la deschidere pentru calibrarea nivelului; Șabloane gata de utilizat; Suport individualizat la sesiunea de mentorat I.
Modulul 2. Analiza pieței (14 ore academice, offline, săpt. 2)	Până la finalul săpt. 2, fiecare participant: (1) completează integral Business Model Canvas pentru produsul propriu; (2) identifică min. 3 conurenți direcți și avantajul competitiv propriu; (3) elaborează planul de intrare pe piață.	Modelul Canvas aplicat pe afacerea proprie; Segmentarea pieței și analiza concurenței; Planul de intrare pe piață (canale, poziționare, preț de intrare); Sarcină practică: elaborarea planului de intrare pe piață pentru propriul produs.	Atelier practic pe Canvas fizic (postere A0); Analiză comparativă a concurenței în echipe; Simulare: pitch de poziționare; Feedback structurat între participanți (peer review).	Suport de curs + PPT; Șablon Canvas A0 tipărit + versiune digitală; Fișă de analiză a concurenței; Model de plan de intrare pe piață.	Participanții înțeleg structura pieței proprii și pot argumenta poziționarea și canalele de vânzare alese.	Business Model Canvas completat; Plan de intrare pe piață per participant.	Date de piață limitate în mediul rural; Tendința de a copia planuri generice fără adaptare.	Ghid de surse de date locale (statistică, piețe, rețele de distribuție); Feedback individual pe fiecare plan la mentorat II.
Modulul 3. Dezvoltarea produsului (14 ore academice, offline, săpt. 3) + check-point de progres	Până la finalul săpt. 3, fiecare participant: (1) definește un ciclu de testare—îmbunătățire pentru produsul propriu; (2) schițează fluxul propriu de producție cu min. 2 puncte de eficientizare; (3) identifică cerințele legale și ecologice aplicabile produsului său.	Testarea și îmbunătățirea continuă a produsului; Modalități practice de organizare a producției; Design-ul proceselor de lucru; Aspecte legale și ecologice (etichetare, siguranță, ambalaj).	Ateliere practice de mapare a proceselor; Mini-test de piață: feedback de la clienți reali asupra produsului; Studii de caz locale de scalare; Check-point de evaluare a progresului — ajustarea direcției fiecărui participant.	Suport de curs + PPT; Șablon de mapare a fluxului de producție; Checklist legal/ecologic pe categorii de produse; Fișe de evaluare progres (check- point).	Participanții pot organiza producția eficient și cunosc obligațiile legale de bază pentru lansarea produsului.	Harta procesului de producție; Plan de testare a produsului; Fișa check-point completată per participant.	Abandon la mijlocul programului; Diversitate mare de produse — cerințe legale diferite.	Check-point formal în săpt. 3 cu feedback individual și plan de recuperare; Consultanță punctuală pe categorii de produse la mentorat III.
Modulul 4. Lansare și monetizare pe piață (14 ore academice, offline, săpt. 4)	Până la finalul săpt. 4, fiecare participant: (1) alege și argumentează	Modele de venit pentru mici producători;	Simulări de vânzare: pitch către client, negociere de preț, întâlnire cu un distribuitor;	Suport de curs + PPT; Șablon Harta lansării;	Participanții au un plan concret de lansare și abilități exersate de vânzare și negociere.	Harta lansării per participant; Plan de promovare low- budget (schiță).	Frica de expunere publică la pitch;	Pitch exersat mai întâi în grupuri mici; Validarea bugetului de lansare la

Denumirea modulului	Obiectivele SMART ale modulului	Conținutul modulului (ce vor învăța participanții)	Metode de instruire utilizate	Resurse (pregătire + materiale pentru participanți)	Rezultate obținute la final de instruire	Livrabile	Riscuri de implementare	Recomandări de mitigare a riscurilor
	modelul de venit potrivit produsului; (2) elaborează harta lansării cu acțiuni, termene și responsabili; (3) susține un pitch de vânzare simulat.	Lansarea pe piață: canale, parteneri, distribuție; Sarcină practică: Harta lansării produsului propriu.	Joc de afaceri pe modele de venit; Lucru în echipă pe harta lansării.	Scenarii de negociere pentru simulări; Grile de feedback pentru pitch.			Planuri de lansare nerealiste față de resursele reale.	mentorat IV și în Modulul 5.
Modulul 5. Analiză financiară (14 ore academice, offline, săpt. 5)	Până la finalul săpt. 5, fiecare participant: (1) construiește planul financiar al produsului (costuri, preț, prag de rentabilitate); (2) elaborează un mini studiu de fezabilitate; (3) definește min. 3 indicatori de performanță pe care îi va urmări.	Plan financiar: structura costurilor, stabilirea prețurilor bazate pe valoare, modele de cost adaptate ciclului de viață al produsului; Studiu de fezabilitate; Indicatori de performanță; Sarcină practică: mini studiu de fezabilitate.	Atelier practic pe date reale ale participanților; Exerciții de calcul ghidat (cost unitar, marjă, prag de rentabilitate); Studiu de caz: decizie de investiție a unui mic producător.	Suport de curs + PPT; Șablon de plan financiar și de studiu de fezabilitate (Excel/Sheets simplificat); Fișe de calcul tipărite pentru lucrul offline.	Participanții pot fundamenta financiar deciziile de investiție și de preț pentru produsul propriu.	Buget realist de dezvoltare + simulare financiară; Mini studiu de fezabilitate per participant.	Nivel scăzut de alfabetizare financiară la o parte din grup; Date de cost incomplete la participanți.	Șabloane precompletate cu exemple; Lucru asistat 1-la-1 în timpul atelierului; Temă pregătitoare de colectare a costurilor trimisă din săpt. 4.
Modulul 6. Suport pentru accesarea resurselor gestionate de ODA (4 ore academice, săpt. 6; livrat de reprezentantul ODA)	Până la finalul săpt. 6, fiecare participant cunoaște instrumentele de finanțare și suport ODA aplicabile afacerii sale și pașii concreți de aplicare.	Programele și instrumentele de suport gestionate de ODA; Condiții de eligibilitate și procesul de aplicare; Sesiune de întrebări și răspunsuri.	Prezentare susținută de reprezentantul ODA; Q&A facilitat de prestator; Corelarea instrumentelor ODA cu foile de parcurs ale participanților.	Coordonare logistică, sală, echipamente și facilitate asigurate de prestator; Materiale oficiale ODA.	Participanții pot identifica sursa de finanțare potrivită pentru pasul următor al afacerii.	Lista participanților cu instrumentul ODA ținut, integrată în foaia de parcurs.	Indisponibilitatea de calendar a reprezentantului ODA.	Coordonarea datei cu ODA cu min. 2 săptămâni înainte; dată de rezervă convenită în avans.
Sesiunile de mentorat de grup I–IV (4 × 5 ore = 20 ore academice, online, platforma Zoom, după modulele 1, 2, 3 și 5)	După fiecare sesiune, min. 80% dintre participanții prezenți au feedback documentat pe livrabilul modulului precedent și acțiuni clare pentru săptămâna următoare.	Consolidarea practică a fiecărui modul; Analiza sarcinilor practice realizate; Ghidare strategică pe produsul fiecărei echipe; Transfer de know-how și feedback aplicat de la mentori practicieni.	Mentorat de grup adaptat progresului fiecărei echipe; Sesiuni structurate: prezentarea progresului → feedback → acțiuni; Breakout rooms pe subgrupuri tematice.	Platforma Zoom (licență asigurată de prestator); Ghid PDF de acces și utilizare Zoom transmis participanților prin e- mail; Înregistrare video a fiecărei sesiuni (predată ODA); Banere electronice de vizibilitate a Programului Mici Producători.	Livrabilele participanților sunt validate și îmbunătățite iterativ; direcția fiecărei echipe este ajustată pe parcurs.	Concluzii documentate per sesiune; Liste de prezență extrase din platformă; Înregistrări video ale sesiunilor.	Conectivitate slabă la internet în zonele rurale; Prezență scăzută la sesiunile online.	Suport tehnic helpdesk înainte și în timpul sesiunilor; Test de conectare cu 30 min. înainte; Reamintiri prin e- mail/telefon cu 24h înainte; Monitorizarea prezenței și contactarea individuală a absenților.

Semnat: _____ Nume: Ion Guțu Funcția: Managing Director Denumirea firmei: Rivosmart SRL