

Junior
Achievement
of Albania

Member of JA Worldwide



Bioocel

Engineered by Nature. Powered by Hay.

2026

RAPORTI VJETOR

Emri i Mësueses

Matilda Meta

Mentor

Arjola Metaliaj

Përmbajta e raportit

Statuti i shoqërisë.....	fq3
Kush jemi?Misioni&Vizioni.....	fq4
Struktura e departamenteve.....	fq5
Problemi,Klienti,Zgjidhja.....	fq6
Konkurenca&Analiza SWOT.....	fq7
Produkti.....	fq8
Marketing&Shitje.....	fq9
Pasqyra financiare.....	fq10
Përmbledhje.....	fq11

Shtojcat

Letra e Presidentit.....	fq12
Letra për vullnetarin.....	fq13

STATUTI I SHOQËRISË

Neni 1: Emri dhe Qëllimi i Shoqatës

1.1. Emri: Emri i kësaj shoqate është Biocel.

1.2. Qëllimi: Qëllimi i kësaj kompanie është kërkimi, zhvillimi dhe prodhimi i ambalazheve të biodegradueshme dhe plastikës duke përdorur celulozën e nxjerrë nga mbetjet bujqësore (kashta e grurit). Kompania synon të ofrojë një alternativë ekologjike ndaj plastikës njëpërdorimshme në tregun shqiptar.

Neni 2: Koha e Operimit 2.1.

Periudha: Shoqata do të operojë për një periudhë kohore prej 12 javësh, në përputhje me kalendarin akademik dhe afatet e përcaktuara nga Junior Achievement Albania (JAA).

Neni 3: Anëtarët dhe Kontributet

3.1. Anëtarësia: Anëtarë të shoqatës janë nxënësit e angazhuar në projekt, të cilët zotërojnë minimalisht 1 aksion me vlerë monetare prej 200 lekësh. Kapitali fillestar i mbledhur shërben për blerjen e lëndëve të para dhe komponentëve të prodhimit .

3.2. Disiplina: Çdo anëtar që mungon në tre mbledhje radhazi pa arsye të dokumentuar do të përjashtohet. Përjashtimi mund të bëhet edhe për thyerje të etikës së punës me 2/3 e votave të bordit. Rikthimi bëhet me propozim të Presidentit dhe votim të thjeshtë.

Neni 4: Organizimi dhe Struktura

4.1. Bordi i Drejtorëve: Kontrolli i shoqërisë i takon Bordit të Drejtorëve (5 anëtarë). Vendimet merren me shumicë votash, me kusht që të jetë prezent gjysma e anëtarëve.

4.2. Ekipi Menaxhues: Përbëhet nga Presidenti dhe Drejtuesit e Departamenteve (Prodhimi, Marketingu, Financa, Marrëdhëniet me Publikun). Ata janë përgjegjës për zbatimin e detyrave javore dhe raportimin te vullnetari/mentori.

Neni 5: Financat dhe Kompensimi

5.1. Autorizimi: Çdo shpenzim duhet të miratohet nga Drejtori i Financës dhe të kundërfirmoset nga Presidenti.

5.2. Pagat: Paga minimale për anëtarët është 50 lekë/orë, ndërsa për drejtuesit 100 lekë/orë. Mbledhja e parë nuk paguhet (investim vullnetar).

5.3. Provizioni: Për të nxitur shitjet te bizneset (B2B), çdo anëtar që mbyll një kontratë shitjeje përfiton një komision prej 10% mbi vlerën e shitjes.

Neni 6: Licencat dhe Siguria Tekniko-Laboratorike

6.1. Përgjegjësia: Biocel është përgjegjëse për ndjekjen e rregullave të sigurimit teknik gjatë përdorimit të pajisjeve ngrohëse në laborator.

6.2. Standardet: Produkti duhet të testohet për sigurinë në kontakt me ushqimin përpara se të shpërndalet si mostër te bizneset partnere.

Neni 7: Likuidimi dhe Shpërndarja

7.1. Mbyllja: Shoqata likuidohet pas javës së 12-të. Të gjitha detyrimet ndaj furnizuesve shlyhen të parat.

7.2. Dividentët: Fitimi neto do t'u shpërndalet aksionerëve në proporcion me numrin e aksioneve të zotëruara. Një pjesë e fitimit (p.sh. 10%) mund të dhurohet për një kauzë mjedisore sipas vendimit të bordit.

Misioni Ynë:

- **Revolucioni i Biopolimerëve Shqiptarë**– Misioni i BIOCEL është të shndërrojë rrënjësisht mënyrën se si industria dhe konsumatorët ndërveprojnë me ambalazhet dhe mjetet njëpërdorimshme. Ne besojmë se mbrojtja e mjedisit nuk duhet të jetë një sakrificë e cilësisë apo estetikës, por një rezultat i inovacionit të zgjuar.

Përmes teknologjisë sonë të rafinimit të celulozës nga mbetjet e kashtës, ne kemi për qëllim:

- **Eliminimin e Plastikës së Naftës:** Të ofrojmë një alternativë universale që ka të njëjtat veti mekanike si plastika tradicionale, por me zero kosto mjedisore.
- **Fuqizimin e Bujqësisë Lokale:** Të integrojmë fermerët shqiptarë në zinxhirin tonë të vlerës, duke u blerë mbetjet bujqësore (kashtën) që deri dje digjeshin, duke i kthyer ato në lëndë të parë me vlerë të lartë.
- **Garantimin e Transparencës dhe Pastërtisë:** Të sigurojmë një produkt premium, transparent dhe pa aroma, i cili mund të përdoret me siguri të plotë në industrinë e ushqimit dhe farmaceutikës duke eliminuar problemin e mikroplastikës.

Vizioni Ynë:

- **Një Botë pa Mbetje (Faza I dhe II)**– Vizioni i BIOCEL tejkalon prodhimin e një produkti të thjeshtë; ne synojmë të krijojmë një Ekosistem Total të Biodegradueshmërisë. Plani ynë strategjik shtrihet në dy faza kryesore që do të diktojnë të ardhmen e kompanisë:
- **Faza I: Ambalazhimi Organik (Afatshkurtër)** –Fokusi ynë fillestar është dominimi i tregut të ambalazheve fleksibël. Ne synojmë që çdo qese plastike në furrat e bukës, marketet organike dhe dyqanet e modës të zëvendësohet me membranën tonë Biocel Flex. Ky hap është kritik për të ndaluar menjëherë rrjedhjen e mikroplastikës në ekosistemin tonë.
- **Faza II: Zëvendësuesi Universal i Plastikës (Afatgjatë)** Vizioni ynë përfundimtar është që BIOCEL të jetë lënda e parë për çdo lloj plastike që sot biodegradohet me vështirësi. Ne jemi duke punuar për të zgjeruar gamën tonë në:
- **Mjetet e Ushqimit (Rigid Biocel):** Gota, pjata, dhe ambalazhe të forta që i rezistojnë temperaturave të larta.
- **Ambalazhet Industriale:** Krijimi i kallëpeve dhe kontejnerëve për transport që dekompozohen plotësisht pas përdorimit.
- **Standardi i Ri Global:** Synojmë që BIOCEL të bëhet emri i parë që u vjen ndërmend bizneseve kur kërkojnë të zëvendësojnë çfarëdo lloj materiali plastik, duke u bërë lider në Ballkan dhe më gjerë për inovacionin "Zero Waste".

Filozofia jonë: "Nga Toka, te Konsumatori, Përsëri në Tokë" Ndryshe nga plastika tradicionale që ka një cikël jetësor linear (Prodhim -> Përdorim -> Mbetje 400-vjeçare), Biocel ndjek rrugën e natyrës:

- Mbledhja: Shfrytëzojmë mbetjen bujqësore që përndryshe do të digjej.
- Prodhimi: Procesohet pa kimikate toksike.
- Përdorimi: Ofron siguri maksimale për shëndetin e njeriut.
- Kthimi: Pas përdorimit, produkti shpërbëhet plotësisht brenda 48 orëve në ujë dhe 60 ditësh në tokë, duke u kthyer në pleh organik që pasuron arat prej nga lindi.

Motoja jonë: "BIOCEL nuk është thjesht një produkt; është premtimi ynë për një planet që merr frymë lirshëm."

Departamentet



Mario Ballo

Plani i biznesit për PRESIDENTIN

Drejtor: Mario Ballo

Përgjegjësitë: Udhëheqja e vizionit të shoqërisë dhe koordinimi i të gjithë departamenteve.

Përpilimi i statutit të shoqërisë dhe ndarja e detyrave brenda ekipit.

Përfaqësimi zyrtar i Biocel në marrëdhënie me Junior Achievement dhe aksionarët.

Realizueshmëria: 100%

Komente: Ky departament ka shërbyer si busulla e Biocel, duke siguruar që çdo vendim të përputhej me misionin tonë për një Shqipëri pa plastikë. Mësuam rëndësinë e leadershipit dhe menaxhimit të krizave në kohë reale.



Irdi Mele

Plani i biznesit për DEPARTAMENTIN E FINANCËS

Drejtor: Irdi Mele

Përgjegjësitë: Hartimi i formularit të kostove dhe krijimin e një produkti me kosto sa më të ulët.

Mbajtja e regjistrave financiarë dhe pasqyrave të rregullta të fitimit.

Realizueshmëria: 100%

Komente: Aspekti financiar na vendosi përballë realitetit ekonomik të prodhimit. Optimizimi i koston na mësoi vlerën e planifikimit strategjik të blerjeve.



Shila Kurti

Plani i biznesit për DEPARTAMENTIN E PRODHIMIT

Drejtoreshë: Shila Kurti

Përgjegjësitë: Transformimi i kashtës së grurit në biopolimer përmes proceseve laboratorike.

-Zbatimi i standardeve të sigurisë dhe kontrolli i cilësisë së ambalazheve (rezistenca dhe transparenca).

-Menaxhimi i mbetjeve gjatë procesit për të siguruar një model "Zero Waste".

Realizueshmëria: 100%

Komente: Prodhimi ishte zemra e inovacionit tonë. Aty pamë se si një mbetje bujqësore mund të kthehet në një produkt premium, duke zhvilluar aftësi teknike në kimi dhe inxhinieri.



Melina Mejdi

Plani i biznesit për DEPARTAMENTIN E MARKETINGUT

Drejtoreshë: Melina Mejdi

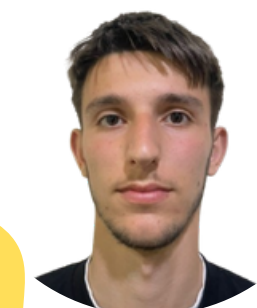
Përgjegjësitë: Krijimi i identitetit vizual dhe strategjisë së markës bazuar në modelin **premium**.

Menaxhimi i kanaleve të shitjes

Zbatimi i modeleve të shitjes B2B

Realizueshmëria: 100%

Komente: Synimi ynë ishte që klienti të mos blinte thjesht një qese, por një status mjedisor. Përdorimi i mesazheve emocionale na ndihmoi të lidheshim shpejt me tregun e synuar.



Enes Lita

Plani i biznesit për DEPARTAMENTIN E MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN (PR)

Drejtor: Enes Lita

Përgjegjësitë: Krijimi i marrëdhënieve me fermerët lokalë për sigurimin e lëndës së parë (kashtës).

Analiza SWOT dhe komunikimi i vlerës unike të produktit tonë: Biodegradim 100% dhe reduktim i CO2 .

Realizueshmëria: 100%

Komente: PR ka shërbyer si ura jonë me komunitetin. Duke treguar historinë pas Biocel, nga fusha e grurit të ambalazhi, ne arritëm të krijojmë një imazh besueshmërie dhe serioziteti të publiku.

Problemi - Çfarë problemi po zgjidhim?

Shqipëria përballlet me një krizë mjedisore të dyfishtë: mbingarkesa me plastikë njëpërdorimshme që kërkon 400+ vite për t'u dekompozuar dhe djegia e mbetjeve bujqësore (kashtës) në fusha, proces që liron emetime masive të CO2 dhe ndot ajrin.

Kush ndikohet nga ky problem?

Mjedisi: Ekosistemet detare dhe tokësore që mbushen me mikroplastikë.

- **Fermerët:** Të cilët nuk kanë një mënyrë efektive për të menaxhuar mbetjet e korrjeve.
- **Bizneset:** Të cilat po përballen me presione ligjore (ligji i ri për plastikën) dhe kërkesat e konsumatorëve për alternativa të gjelbra.
- **Sa i madh është ky problem në treg?** Masiv. Tregu shqiptar konsumon miliona qese dhe ambalazhe në vit. Me ndalimin e plastikës me bazë naftë, ekziston një boshllëk furnizimi për ambalazhe që janë edhe transparente, edhe funksionale.

Klienti

- **Kush është klienti ynë ideal?** Bizneset B2B që operojnë në sektorin e ushqimit (furra buke, catering, markete bio), shesin produkte organike dhe markat e modës që kërkojnë ambalazhim premium për produktet e tyre.
- **Çfarë zakonesh ka?** Klienti ynë blen sasi të mëdha, vlerëson estetikën e produktit (transparencën) dhe kërkon të jetë në rregull me legjislacionin mjedisor pa humbur cilësinë e shërbimit. Ai motivohet nga përgjegjësia sociale dhe dëshira për të patur një imazh "Eco-Friendly".
- **A është i gatshëm të paguajë?** Po. Analiza jonë tregon se bizneset janë të gatshme të paguajnë një "premium" të vogël për një material që i kursen gjatë jetës dhe rrit besnikërinë e klientëve të tyre ekologjikë.

Produkti & Shërbimi - Çfarë ofrojmë?

- **BIOCEL Flex** (ambalazhe/qese transparente) dhe në fazën e dytë **BIOCEL Rigid** (gota dhe pjata). Të gjitha të prodhuara nga celuloza e kashtës.

Përfitimet kryesore:

Transparencë Kristalore: Klienti mund të shohë produktin brenda..

Dekompozim i Shpejtë: Shpërbëhet plotësisht brenda 48 orëve në ujë/60 ditë tokë.

Pa Kimikate: I sigurt për kontakt direkt me ushqimin.

Si dallohet nga konkurrenca? - Konkurrenca ofron ose plastikë të ricikluar (që prapë nuk biodegradohet) ose bioplastikë të turbullt nga niseshteja e importuar. BIOCEL është lokal (nga kashta shqiptare), shumë transparent dhe pjesë e ekonomisë qarkulluese.

Zgjidhja

- **Si e zgjidh produkti këtë problem?** BIOCEL mbyll ciklin: merr mbetjen (kashtën) dhe e kthen në një mjet pune (ambalazh/gotë). Pasi përdoret, produkti nuk kërkon impiante riciklimi; ai hidhet dhe kthehet në pleh organik.
- **A është praktike dhe e përballueshme?** Po. Duke përdorur një lëndë të parë që fermerët e konsiderojnë mbetje (dhe shpesh e japin falas ose me kosto minimale), ne mbajmë kostot e prodhimit të ulëta dhe çmimin final konkurrues me plastikën cilësore.
- **Si e përmirëson jetën e klientit?** Bizneset operojnë pa frikën e gjobave, konsumatorët ndihen mirë që nuk po ndotin planetin, dhe fermerët fitojnë nga mbetjet e tyre. Ne e bëjmë ekologjinë të thjeshtë dhe "smart".

Mesazhi kyç: BIOCEL nuk është thjesht një ambalazh; është zgjidhja teknologjike që e bën plastikën të panevojshme në ekosistemin tonë.

Konkurenca

Karakteristikat	BIOCEL	Everest IE / Arbi Group (Shqipëri)	Novamont / Mater-Bi (Itali - Import)	Qese Letre (Import/Lokale)
Teknologjia	Celulozë nga Kashta	Plastikë e Ricikluar	Biopolimer nga Misri (PLA)	Fibër Druri
Transparenca	Kristalore	Mesatare / Opake	E turbullt	Nuk ka
Biodegradimi	30 ditë	18-24 muaj	6 muaj Industri	2-4 javë
Origjina	100% Shqiptare	Shqiptare	Import (Itali)	Shumica Import
Kostoja/njësi	7 lek	3 lek	9 lek	7 lek

Analiza SWOT

<p>PIKAT E FORTA (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ekspertiza në Formulim: Zhvillimi i një "recete" unike përmes testimit manual, që siguron elasticitetin e biopolimerit pa pasur nevojë për teknologji të shtrenjtë. Struktura e Kostos "Zero-Waste": Përdorimi i kashtës si lëndë e parë falas dhe mjetet laboratorike bazë minimizojnë rrezikun financiar të kompanisë. Përshtatja me Bizneset: Mundësia për të modifikuar produktin (madhësinë/trashësinë) menjëherë, bazuar në kërkesat specifike të klientëve B2B. 	<p>PIKAT E DOBËTA (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> Prodhimi jo-automatizuar: Varësia totale nga puna manuale rrit kohën e nevojshme për prodhimin e çdo njësie. Vështirësia e Standardizimit: Pa sensorë automatikë, ruajtja e të njëjtës trashësi dhe transparencë në çdo qese kërkon kontroll vizual shumë rigoroz. Kapaciteti i Kufizuar: Si një kompani nxënësish, prodhimi është artizanal dhe nuk mund të mbulojë ende kërkesën e markeve të mëdha.
<p>MUNDËSITË (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> Kuadri Ligjor në Shqipëri: Ligji për ndalimin e plastikës njëpërdorimshme krijon një vakum në treg që Biocel mund ta plotësojë menjëherë. Trendi i Konsumit "Eko": Rritja e ndërgjegjësimit të konsumatorëve shqiptarë që preferojnë biznese që përdorin ambalazh të qëndrueshëm. Diversifikimi i Produktit: Mundësia për të kaluar nga qeset (Flex) te gotat dhe pjatat (Rigid) duke përdorur të njëjtën linjë prodhimi. 	<p>RREZIQET (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> Konkurrenca nga Importi: Qeset e letrës apo bioplastika e importuar mund të ulin çmimet për të nxjerrë jashtë tregu prodhuesit lokalë. Skepticizmi i Bizneseve: Disa pronarë furrash buke mund të hezitojnë të ndryshojnë furnitorin për shkak të çmimit pak më të lartë se plastika normale. Luhatja e Çmimeve të Energjisë: Rritja e kostos së energjisë elektrike mund të ndikojë në procesin e zierjes dhe tharjes së polimerit.

PRODUKTI

Prodhimi

Receta e produktit

- Celulozë (nga Kashta)-10g - Struktura kryesore (polimeri bazë)
- Ujë i distiluar (ose i zier): 225ml
- Niseshte Misri : 30 gr
- Glicerinë Vegjetale: 16 ml
- Uthull e Bardhë (6-9%): 15 ml (1 lugë gjelle)

Faza 2: Përzierja

Në një tenxhere inoxi , hedhim ujin e ftohtë dhe niseshtenë.

Trazojmë me rrahëse vezësh derisa niseshtja të jetë tretur plotësisht.

Shtojmë xhelatinën, glicerinë dhe uthullën. Trazojmë sërish derisa lëngu të jetë homogjen

Faza 3: Polimerizimi (Gatimi)

Vendosim tenxheren në zjarr mesatar. Trazojmë pa ndalesë .

Pas rreth 3-4 minutash, lëngu do të fillojë të trashet dhe të bëhet i bardhë i mbyllur.

Pika Kritike: Kur lëngu të kthehet nga i bardhë në transparent dhe të shkëlqyeshëm, ulim zjarrin në minimum.

Vazhdojmë edhe për 1-2 minuta të tjera derisa të krijohet një masë si xhel i trashë që fillon të bëjë **fluska të vogla**.

Faza 4: Shtrimi dhe Nivelimi

Derdhimi masën e nxehtë në qendër formës.

Përdorim një vizore të pastër metalike për ta hapur lëngun drejt cepave me lëvizje të lëmuara.

Trashësia e synuar: 1.0 - 1.5 mm.

Faza 5: Tharja e Kontrolluar

Koha: Pas 24 orësh do të jetë si gomë. Pas 48 orësh do të jetë plastikë e vërtetë.



Partnerët

Fermerët – **Furnizues të Lëndës së Parë – Sigurimi i kashtës së grurit pas korrjeve, e cila shërben si baza e celulozës sonë.**

Laboratori i Shkencës (Shkolla)- **Infrastruktura e Prodhimit - Përdorimi i pajisjeve (beaker, nxehtës, peshore precizioni) për realizimin e provave të para**

Kostoja për njësi

Përbërësi	Kostoja
Glicerina	3.0 Lek
Niseshtja	1.5 Lek
Uthulla&Uji	0.5 Lek
Kashta & Vula	0.2 Lek
Puna	3.3 Lek
TOTALI	8.5 Lek

Kostoja fikse

Shpenzimi	Kostoja (ALL)	Frekuenca
Pajisjet (Kallëpe/Blender)	5,000 Lek	Një herë (Investim)
Marketing & Social Media	1,000 Lek	Mujore
Transporti (Logjistika)	1,500 Lek	Mujore

SHITJA & MARKETINGU

Në vend që të konkurrojmë me çmimin më të lirë të plastikës, ne pozicionohemi si një produkt **Premium&Ekologjik**.

- Fokusi te Përvoja: Shitja nuk përfundon te qesja; ne u ofrojmë bizneseve mundësinë për të treguar vlerat e tyre mjedisore përmes ambalazhit tonë.
- B2B & B2B2C: Ne u shesim direkt bizneseve partnere (B2B), por krijojmë një lidhje me konsumatorin final (B2B2C) përmes mesazhit edukativ nga qesja.
- Sistemi i Shitjeve: Synojmë që sapo një biznes të fillojë përdorimin e qeseve Biocel, të kalojë natyrshëm në abonime mujore për furnizim të vazhdueshëm.

MARKETINGU YNË ËSHTË MINIMALIST DHE I DREJTPËRDREJTË.

- Mesazhi Emocional: "Bukë e freskët në ambalazh të pastër." Ne nuk flasim për "polimerë celuloze", por për ndjesinë e natyrës në duart e konsumatorit.
- Identiteti Vizual: Përdorimi i logos sonë me vullë 6x4 cm krijon një pamje "handmade" dhe organike që dallohet menjëherë.
- Word of Mouth: Ne nxisim klientët tanë të parë të ndajnë përvojën e tyre në rrjetet sociale, duke krijuar një komunitet rreth lëvizjes "Plastic-Free Albania".

Kanali	Roli në Biznes	KPI Kryesore
Shitje Direkte	Takime me pronarë furrash dhe rrjetesh organike.	Numri i kontratave të nënshkruara.
Instagram	Prezantimi vizual i produktit dhe dëshmitë e klientëve.	Niveli i angazhimit.
Evente Lançimi	Pjesëmarrja në panaire lokale	Numri i kontakteve të reja .
Website	Pika qendrore për informacion teknik dhe porosi "bulk".	Koha mesatare e qëndrimit në faqe.

Aktivitete të tjera

Shitja e aksioneve - 35 aksione
Kontaktet me furnitorët - Fermerë dhe pikat e grumbullimit të grurit në sasi të mëdha
Ndërtimi i prototipit- Përshkrimi i bërë në faqen e mëparshme

< **biocel.co**



Biocel

3
posts

192
followers

Reklamimi nëpërmjet postimeve dhe vidiave të cilat i tregojnë publikut jo vetëm qëllimin e kompanisë sonë, por dhe procesin e prodhimit për të qenë sa më transparentë me klientët tanë

Pasqyra e veprimtarive (Fitim - Humbje)

Totali i të ardhurave: përfshirë tatimet mbi shitjet (kolona 8 & 9) = $500 * 20 = A.10000$ lekë

Shpenzimet

Llogaritja e tatimit mbi shitjet	B. 2000 lekë
Materialet dhe furnizimet	C. 3750 lekë
Rrogat, pagat & komisionet	D.1250 lekë
Shpenzime të tjera	E.500 lekë
Totali i shpenzimeve	F.7500 lekë
Llogaritja e fitimit neto / humbjes neto:	G.3500 lekë
Shpërblime të shoqërisë	H. -1000 lekë
Fitimi neto pas shpërblimeve të shoqërisë	I.2500 lekë

Pasqyra e gjendjes financiare (Bilanci)

Aktivet: Gjendja në të holla - J. 10500 lekë

Detyrimet dhe kapitali:

Tatimi mbi shitjet	K.2000 lekë
Kapitali aksionar (x35)	L.7000 lekë
Të ardhura të tjera	M.0 lekë
Shpërblime të shoqërisë	N.1000 lekë
Fitimi neto	O.1500 lekë
Totali	P.11500 lekë
Llogaritja e fitimit neto / humbjes neto:	G.3500 lekë
Shpërblime të shoqërisë	H. -1000 lekë
Fitimi neto pas shpërblimeve të shoqërisë	I.2500 lekë

Vlera kontabël e aksioneve (pas likuidimit të shoqërisë)

Fitimi neto	Q. 2500 lekë
Kapitali aksionar	R.7000 lekë
Totali	S.9500 lekë
Numri i aksioneve të shitura	T. 35 aksione
Vlera kontabël (200 lekë aksione fillestare të shitura + 250 lekë dividendi shpërndarë përpara llogaritjes së vlerës kontabël)	U. = 450 lekë

Përmbledhje e Planit të Biznesit

Vizioni i Shoqërisë

Një Shqipëri pa mbetje plastike, ku çdo ambalazh që përdorim është pjesë e një cikli të mbyllur natyror, i krijuar nga toka dhe i kthyer sërish në të pa lënë gjurmë ndotëse.

Misioni i Shoqërisë

Të transformojmë paradoksin e mbetjeve bujqësore (kashtës) në një burim teknologjik (bioplastikë), duke u ofruar bizneseve shqiptare një alternativë ambalazhimi që është njëkohësisht ekologjike, transparente dhe me kosto konkurruese.

Struktura e Pagave

- **Rroga e punonjësit:** 50 ALL/orë
- **Rroga e drejtuesve:** 100 ALL/orë
- Për të nxitur shitjet te bizneset (B2B), çdo anëtar që mbyll një kontratë shitjeje përfiton një komision prej 10% mbi vlerën e shitjes.

Produkti: BIOCEL

Një bioplastikë transparente dhe rezistente, e krijuar përmes polimerizimit të celulozës nga kashta e grurit. Produkti është 100% i biodegradueshëm në kushte shtëpiake.

Tregu i Synuar

Bizneset B2B që kërkojnë të përmirësojnë imazhin e tyre mjedisor dhe cilësinë e ruajtjes së produktit:

- Furrat e bukës.
- Rrjetet e marketeve organike dhe "Healthy Bars".
- Dyqanet e produkteve artizanale, organike dhe natyrale.

Financat dhe Objektivat

Çmimi i produktit: 20 Lek / njësi.

Kostoja për njësi : 8.5 Lek

- **Pika Kritike :** Shitja e 455 njësive. Ky numër mbulon plotësisht investimin fillestar prej 5000 lekësh për pajisjet.
- **Objektivi i shitjeve:** 5,000 njësi brenda vitit të parë, duke gjeneruar një fitim neto të mjaftueshëm për të zgjeruar linjën e prodhimit me kallëpe të reja.

Çështje të tjera

- Për vitin e dytë, planifikojmë testimin e **Biocel Rigid** (gota, pjata, lugë, pirunë, shishe) duke aplikuar një shtresë dylli bletësh për rritjen e rezistencës ndaj lagështisë, duke qëndruar brenda kornizës 100% organike.
- **Integrimi i Teknologjisë në Prodhim:** Për të garantuar cilësinë e biopolimerit, planifikojmë instalimin e sensorëve në laboratorin tonë për të monitoruar emetimet dhe temperaturën gjatë procesit të prodhimit.
- **Ekonomia Qarkulluese me Farmerët:** Po hartojmë një rrjet partneriteti me fermerët vendas për të siguruar që kashta e grurit (biokompozita jonë) të mbledhet në mënyrë të rregullt, duke u ofruar atyre një zgjidhje për mbetjet që aktualisht digjen në fusha dhe gjithashtu të marrim dhe niseshte nga mbetja e patateve.

Letra e Presidentit

I dashur Aksionar:

Biocel, një shoqëri JA, ka përmbyllur me sukses veprimtarinë e saj dhe ka likuiduar asetet më datë 13 prill 2026. Sipas rregullave të shoqërive JA, ne shpërbëhemi pas një cikli veprimtarie për t'u dhënë mundësinë sipërmarrësve të rinj të organizohen në nisma të reja.

Kemi kënaqësinë t'ju raportojmë se kemi arritur një rezultat financiar pozitiv. Çeku bashkëlidhur përfaqëson kthimin e investimit tuaj fillestar së bashku me dividentin për aksionarin, i cili pasqyron fitimet e realizuara nga shitja e produkteve tona bioplastike.

Që nga krijimi i shoqërisë tonë, ne vendosëm të fokusohemi në inovacionin mjedisor, duke prodhuar ambalazhe bioplastike nga mbetjet e kashtës së grurit. Ne themeluam shoqërinë, zgjodhëm bord drejtues dhe ekipet e departamenteve, duke ngritur një linjë prodhimi që synon ekonominë qarkulluese. Kapitalin e shoqërisë e siguroam përmes shitjes së aksioneve, duke u bazuar në një model biznesi me kosto të optimizuara.

Gjatë këtij udhëtimi, ne realizuam të gjitha funksionet e një shoqërie të vërtetë: paguam rrogat, menaxhuam kostot e prodhimit dhe mbajtëm regjistrat e detajuar financiarë. Ky proces na dha dije praktike mbi sistemin ekonomik dhe rëndësinë e qëndrueshmërisë.

Mbi të gjitha, mësuam vlerën e punës në ekip dhe rëndësinë e dëgjimit të klientëve tanë, për të ofruar produkte të cilësisë së lartë. Dëshirojmë të falënderojmë ju, aksionarët tanë, sepse pa besimin dhe mbështetjen tuaj financiare, ky revolucion i gjelbër nuk do të ishte i mundur.

Sinqerisht,
Mario Ballo
President, BIOCEL

Letra për vullnetarin

I dashur fermer,

Në emër të ekipit dhe shoqërisë Biocel, dëshirojmë t'ju shprehim mirënjohjen tonë më të sinqertë për mbështetjen tuaj të palodhur dhe për kohën që keni ndarë me ne.

Ju na hapët dyert e fermës suaj dhe na treguat se pas çdo korrjeje, kashta që shpesh konsiderohet si mbetje, fsheh një potencial të madh. Duke na dhuruar këtë lëndë të parë, ju u bëtë "motori" i parë i prodhimit tonë. Pa bujarinë tuaj, eksperimentet tona për krijimin e bioplastikës nga celuloza nuk do të ishin të mundura.

Për ne, ju nuk jeni thjesht një furnitor, por një mentor që na mësuat vlerën e tokës dhe rëndësinë e mbrojtjes së saj nga djegiet e panevojshme. Ky bashkëpunim na dha mundësinë të realizojmë të gjitha funksionet e një shoqërie të vërtetë, duke u përballur me sfida reale të terrenit.

Jemi krenarë që Biocel e ka zanafillën në fushën tuaj. Ju falënderojmë që besuat te ne dhe që u bëtë pjesë e rëndësishme e këtij rrugëtimi drejt një Shqipërie më të gjelbër.

Me shumë respekt dhe mirënjohje,

Mario Ballo

President, BIOCEL

Junior Achievement of Albania