

TITLUL PROIECTULUI: “**DEZVOLTARE PRIN ANTREPRENORIAL**”

Proiect co-finanțat din Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

ID PROIECT: POCU/82/3/7/103965

PLAN DE AFACERI

Candidat Capatina Mihaela-Robertina

PLAN DE AFACERI

I. DATE GENERALE

1. Denumirea firmei: Mother's gym SRL
2. Reprezentant legal: Capatina Mihaela-Robertina
3. Sediul societății: Str.Lipscanii, Unirii, Craiova
4. Telefon: 0761563788
5. Nr. acționari/asociați: 1
6. Obiectul de activitate, potrivit prevederilor din actul constitutiv: sala fitness
7. Capitalul social: 200 RON
8. Forța de muncă (număr total): 3 angajati

II. SCOPUL PLANULUI DE AFACERI:

1. Descrierea generală a afacerii

Mother's gym își desfășoară activitatea în scopul simplificării vieții femeilor după naștere. Dorim să le ajutăm să ajungă la corpul dorit și în același timp să le putem oferi și un loc unde copiii lor vor beneficia de un spațiu de joacă interactiv având cei mai buni supraveghetori.

a. Obiective (ex: angajarea a 3 persoane în primul an de activitate etc.)

Obiectiv 1: Fidelizarea clienților;

Obiectiv 2: Aducerea celor mai performante aparate;

Obiectiv 3: Oferirea unor servicii de înaltă performanță;

Obiectiv 4: Recuperarea investiției inițiale și sporirea veniturilor încasate;

Obiectiv 5: Satisfacerea celor mai exigente cerințe ale clienților;

Obiectiv 6: Creșterea profitabilității firmei;

Obiectiv 7: Păstrarea angajaților pentru cel puțin trei ani și angajarea altor persoane în momentul extinderii;

b. Activități (ex: amenajarea spațiului, achiziția utilajelor și echipamentelor etc.)

Activitatea 1: organizare ore de yoga, step, rebound, cycling, etc.,

Activitatea 2: organizare activități pentru copii (ore de lectură, teatru, pictură, etc.)

Activitatea 3: organizare traininguri

c. Rezultate

Rezultat: să le ofere mamelor un moment destinat lor.

d. Indicatori:

Cifra de Afaceri anuală:

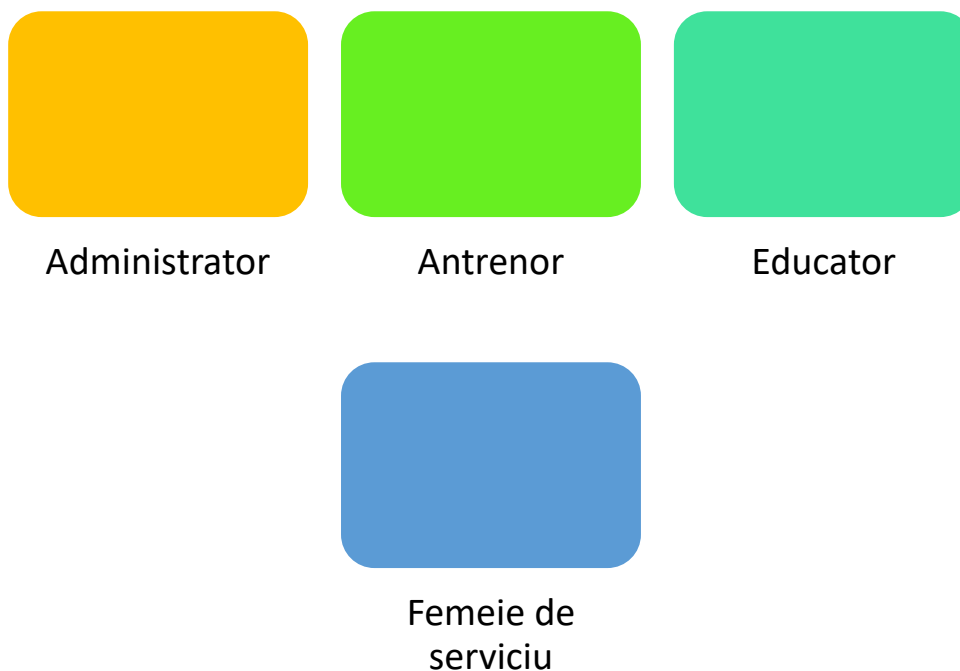
Profit:
Număr mediu de angajați: 3

2. Analiza SWOT a afacerii

Puncte tari: 1. raportul calitate – preț 2. forță de muncă calificată 3. servicii foarte flexibile	Puncte slabe: 1. nu suntem o firma cunoscuta pe piata
Oportunități: 1. cunoașterea concurenței 2. tendințele pieței 3. atragerea de noi clienți	Amenințări: 1. taxele impuse de autoritățile locale 2. posibilitatea sa se infiinteze o alta firma cu aceleasi profil

3. Schema organizatorică și politica de resurse umane:

a. Organigrama



b. Politica de resurse umane

Pentru început, vom angaja trei persoane cu normă întreagă de muncă, pe un salariu de aproximativ 2000 de RON pe lună pentru fiecare angajat. Persoanele care lucrează au cunoștință vastă în domeniile alocate.

Pe lângă angajați firma va avea diverse colaborări cu prestatori de servicii în privința consultanței economice și juridice.

4. Descrierea produselor/serviciilor/lucrărilor care fac obiectul afacerii

Firma noastră are ca obiect de activitate sportul..

Gama de servicii oferită este foarte diversificată și poate fi adaptată cerințelor fiecărui client în parte, iar calitatea serviciilor este asigurată de pregătirea și experiența personalului în acest domeniu, dotarea cu echipamente și materii prime de bună calitate.

Firma noastră are ca obiect de activitate sportul, oferă o gamă diversificată de servicii precum:

- ✓ organizare ore de yoga, step, rebound, cycling, etc,
- ✓ organizare activități pentru copii (ore de lectură, teatru, pictură, etc.)
- ✓ organizare traininguri

5. Analiza pieței de desfacere și a concurenței

a. Analiza pieței de desfacere

Din punct de vedere al analizei pieței, am făcut o analiză primară în cadrul căreia am făcut investigații privind prețurile celorlalte săli de fitness, pentru a ne putea stabili propriile oferte.

Pentru început piața noastră de desfacere este orașul Craiova, cu o populație de aproximativ 300.000 locuitori. Pentru început ținta noastră este de a câștiga 10% din piață.

b. Analiza concurenței

În orașul Craiova, există mai multe firme de acest gen, dar dezavantajul firmelor concurente este că acestea nu au un spațiu destinat copiilor, ceea ce multe mame caută.

De asemenea, aceste firme nu se ocupă de cele mai mici detalii care, după cum știm, fac diferența. Putem spune că firma noastră are potențial de a deveni lider pe piață, datorită complexității serviciilor oferite doamnelor.

6. Strategia 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 vor urma a fi distribuiți prin intermediul colaboratorilor noștri.

Însă suntem convinși că cea mai bună reclamă va fi totuși calitatea serviciilor noastre, iar cel mai eficient mijloc de promovare vor fi chiar clienții noștri care vor recomanda serviciile și produsele noastre. Vom urmări, de asemenea, promovarea numelui și serviciilor prin încheierea de parteneriate cu posturile de radio și televiziune, precum și cu presa scrisă locală, pentru obținerea de spații publicitare cu costuri minime.

7. Necesari de investiții

Tabel nr.1 Achiziții

Nr. crt	Obiectul achizitiei/Echipament	Nr. buc.	Valoare totală
1	Imobilizări corporale	*	*
1.1	Banda de alergare	3	6000

1.2	Bicicleta exercitii	3	1800
1.3	Stepper	15	2250
1.4	Bare	6	600
1.5	Suport pentru ghemuit	6	1800
1.6	Complex de gantere	10	5000
1.7	Banc de presa	5	2500
1.8	Banda inclinata	3	6000
1.9	Minge fitness	15	900
1.10	Covoare fitness	15	600
1.11	Rogojinii	10	400
1.12	Franghii	4	1200
1.13	Banda de gimnastica	10	340
1.14	Expansoare	5	250
1.15	Jucarii copii	10	2000
1.16	Masute	3	450
1.17	Carti	10	200
1.18	Tempera	15	300
1.19	Top de hartie	4	80
2	Obiecte de inventar	*	*
2.3	laptop	1	2000
	Total		34.670

8. Proiecții financiare

a. Cheltuieli previzionate în primul an de la înființarea afacerii:

În vederea desfășurării activității organizării de evenimente, au fost identificate și cuantificate următoarele categorii de cheltuieli:

- ☐ Cheltuieli cu salariile.

În estimarea cheltuielilor cu salariile s-a pornit de la un salariu brut lunar de 2.000 lei pe salariat. Luând în calcul și contribuția asiguratorie în muncă datorată de angajator de 49,5 lei (reprezentând 2,25% din salariul brut), s-a obținut un cost total pe salariat de 2.050 lei. Pentru cei trei angajați, firma va înregistra lunar cheltuieli cu salariile de 6.050 lei (tabelul 3).

Tabelul 3 Calculul cheltuielilor cu salariile

Nr. crt.	Salariați	Salariul brut	Contributia asiguratorie în munca (CAM=2,25%)	Total cheltuieli salariale
1	Salariat 1	2.000	49,5	2.050
2	Salariat 2	2.000	49,5	2.050
		2.000	49,5	2.050
	Total lunar	6.000	99,0	6.050
	Total an 2022	72.000	1.188	72.600

☐ Cheltuieli cu utilitățile

Desfășurarea activității service-ului auto va genera consum de energie electrică, apă, internet, cheltuieli cu salubritatea, chirie.

Tabelul 5 Estimare cheltuieli cu utilitățile

Nr.crt.	Tip utilitate	Valoare lunara estimata (lei)	Valoare anuala estimata (lei)
1	Apa curenta	10	120
2	Curent electric	30	360
3	Salubritate	15	180
4	Internet	60	720
5	Chirie	12.250	147.000
Total		12.725	148.380

☐ Cheltuieli de marketing

Tabelul 6 Estimare cheltuieli de marketing

Element de cost	U.M.	Valoare lunară estimată	Valoare anuală estimată
Cheltuieli de marketing	Lei	2200	26400

☐ Servicii prestate de terți-Cheltuieli cu contabilitatea

Pentru acest serviciu au fost estimate, la nivelul anului 2022, cheltuieli lunare în sumă de 400 lei, determinând un cost anual total de 4800 lei.

Tabelul 7 Estimare cheltuieli cu serviciile de contabilitate prestate de terți

Element de cost	U.M.	Valoare lunară estimată	Valoare anuală estimate
Cheltuieli cu serviciile de contabilitate prestate de terți	lei	400	4800

Tabel 8 Estimare cheltuieli

Nr. Crt	Categorie cheltuiuală	Valoare lunară	Valoare anuală
1	Chirie spațiu	12.250	147.000
2	Salarii (total cost angajator)	6000	72.000
5	Utilități	120	1380
6	Cheltuieli administrative (contabilitate, marketing, etc.)	2600	31200
Total		10885.12	251.580

b. Venituri previzionate în primul an de la înființarea afacerii:

Nr. crt	Vânzări la capacitatea maximă	buc	Preț unitar	Venituri totale
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
	Total			

b. Rezultat brut previzionat în primul an de la înființarea afacerii:

Rezultatul brut anual =

c. Rezultat net previzionat în primul an de la înființarea afacerii:

Rezultatul net anual =