



FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operational Capital Uman 2014-2020 Axa prioritara 6: Educatie si competente

Obiectiv tematic 10: Efectuarea de investitii in domeniul educatiei, al formarii si al formarii profesionale in vederea dobandirii de competente si a invatarii pe tot parcursul vietii, cu Prioritatea de investitii **Prioritatea de investitii 10.iv:** “Sporirea relevantei pe piata fortelor de munca a educatiei si a sistemelor de formare, facilitarea tranzitiei de la educatie la piata fortelor de munca si consolidarea formarii si a sistemelor de formare profesionala, precum si a calitatii lor, inclusiv prin mecanisme de anticipare a competentelor, adaptarea programelor de invatamant si instituirea si dezvoltarea unor sisteme de invatare la locul de munca, inclusiv a unor sisteme de invatare duala si programe de ucenicie”

Obiectiv specific 6.13: Cresterea numarului absolventilor de invatamant tertiar universitar si non universitar care isi gasesc un loc de munca urmare a accesului la activitati de invatare la un potential loc de munca/ cercetare/ inovare, cu accent pe sectoarele economice cu potential competitiv identificate conform SNC 2015-2020 si domeniile de specializare inteligenta conform SNC DI

Titlul proiectului: Tineri antreprenori - De la idee la oportunitate **Contract:** POCU/829/6/13/141131

Beneficiar: SC IPA SA

PLAN DE AFACERI

**Candidați: Brăguță Andreea - Daniela
Ștefănescu Constantin**



PLAN DE AFACERI

I. DATE GENERALE

1. Denumirea firmei: S.C. POWER GYM S.R.L.
2. Reprezentanți legali: Brăguță Andreea – Daniela, Ștefănescu Constantin
3. Sediul societății: Strada Sergent Constantin Popescu, bloc 47, ap. 8, Craiova, Dolj
4. Telefon: 0730701911, 0769868308
5. Nr. acționari/asociați: 2
5. Obiectul de activitate, potrivit prevederilor din actul constitutiv: întreținere corporală și activități de fitness
6. Capitalul social: 4000 RON
7. Forța de muncă (număr total): 4 angajați

II. SCOPUL PLANULUI DE AFACERI:

1. Descrierea generală a afacerii

S.C. POWER GYM S.R.L. își desfășoară activitatea în scopul implementării unor programe și activități inovatoare în domeniul fitness, întreținere corporală și programe kinetoterapeutice personalizate în funcție de nevoile clienților. Afacerea va fi compatibilă cu scopurile noastre pentru că ne va oferi posibilitatea de a ajuta clienții să se mențină în formă, să aibă moralul ridicat și să se bucure de ore de relaxare la sala noastră de fitness. Scopul nostru va fi să ne menținem clienții mulțumiți de serviciile oferite astfel încât aceștia să revină și altă dată cu plăcere. Afacerea are ca obiect de activitate oferta de servicii precum: terapii moderne de recuperare prin kinetoterapie, programe de antrenament personalizate.

a. Obiective

- Obiectiv 1: Fidelizarea clienților;
- Obiectiv 2: Organizarea de workshop-uri care pun accentul pe rolul exercițiului fizic în viața omului;
- Obiectiv 3: Promovarea sănătății și creșterea tonusului muscular;
- Obiectiv 4: Recuperarea investiției inițiale și sporirea veniturilor încasate;
- Obiectiv 5: Satisfacerea celor mai exigente cerințe ale clienților;
- Obiectiv 6: Creșterea profitabilității firmei.

b. Activități

Activitate 1: servicii fitness

Activitatea 2: organizare activități sportive;

Activitatea 3: servicii recuperare fizică

Activitatea 4: organizare workshop-uri

c. Rezultate

Rezultat: să ofere clienților săi confortul de a practica într-un centru modern dotat, activități de fitness și sport și de a beneficia de cele mai moderne tehnici de kinetoterapie din partea specialiștilor angajați.

d. Indicatori:

Cifra de Afaceri anuală: 80.000 ron

Profit: 12500.50 ron

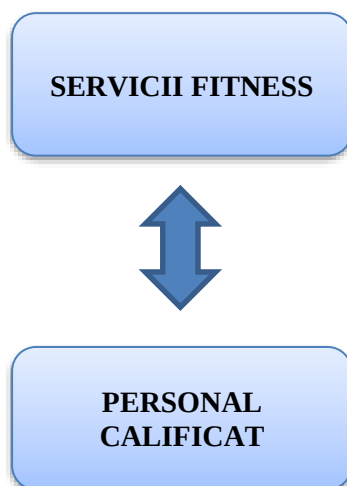
Număr mediu de angajați: 4

2. Analiza SWOT a afacerii

Puncte tari: 1. accesibilitate oferită de poziția terenului în apropierea zonei centrale; 2. raport bun calitate-preț pentru serviciile oferite de noi.	Puncte slabe: 1. nu suntem o firma cunoscută pe piață; 2. reticenta persoanelor care nu cunosc; 3. beneficiile pentru sănătate și nu se folosesc de astfel de servicii.
Oportunități: 1. atragerea de noi clienți; 2. extinderea și în alte orașe.	Amenințări: 1. taxele și impozite mari impuse de autorități; 2. concurența, atât directă, cât și indirectă; 3. costurile ridicate pentru publicitate constantă.

3. Schema organizatorică și politica de resurse umane:

a. Organigrama



b. Politica de resurse umane

Pentru început, vom angaja două persoane cu normă întreagă de muncă, pe un salariu de aproximativ 2200 RON pe lună pentru fiecare angajat.

Pe langa angajati firma va avea diverse colaborari cu medici specialiști din domeniul medicinei sportive, nutriționiști, antrenori personali, kinetoterapeuți pentru organizarea de workshop-uri pentru a face clienții sălii să conștientizeze ceea ce înseamnă un stil de viață sănătos.

S.C. POWER GYM S.R.L. își propune menținerea unei stări inovatoare continue, aceasta fiind o premisă de bază pentru obținerea unor rezultate favorabile. Se va pune accent pe perfecționarea continuă a personalului, prin trimiterea acestora la traininguri și cursuri de specializare atât în țară cât și în străinătate.

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

Firma noastră are ca obiect de activitate organizarea de activități fitness.

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, dar și de contractele încheiate cu parteneri capabili să le respecte.

Firma noastră, oferă o gamă diversificată de servicii precum:

- Posibilitatea de a efectua o gamă diversificată de antrenamente de sală;
- Kinetoterapie;
- Workshop-uri.

5. Analiza pieței

Populația orașului Craiova este de aproximativ 293.567 de locuitori, cea mai numeroasă grupă de vârstă fiind cea activă cuprinsă între 20-64 de ani -62% din populație. Aceștia sunt deserviți de 4 sali de fitness cu un renume bun în acest oraș. Dat fiind faptul că facem parte din domeniul sportului, nevoile clienților ne sunt bine cunoscute. Astfel, printre acestea se numără o cunoaștere bună în alimentație și sport, calitatea echipamentului, disponibilitatea de a ajuta și de a fi prompt în obiectivele dorite de clienți.

Principalul avantaj competitiv al afacerii noastre va fi reputația și experiența noastră profesională care ne va permite să îi contactăm cu ușurință atât pe clienții strategici (asociațiile din domeniul sportului, persoanele supraponderale, mamicile care doresc să revină la forma inițială prin sport) cât și persoanele care doresc să petreacă anumit timp într-un ambient plăcut care le va aduce beneficiile unui aspect fizic plăcut cât și sănătate pe plan nutrițional.

6. Strategia de marketing

a. Stabilirea obiectivelor generale de marketing

Principalele obiective de marketing ale firmei vor fi următoarele:

Pătrunderea întempestivă pe piață prin atingerea unei audiențe de peste

- 30 abonamente pentru 30 persoane ce include 10 sedințe pe lună;
- 15 lei sedința la aparate pentru 50 de persoane lunar;
- 20 de abonamente pentru mame care vin însoțite de copilul lor pentru locul de joacă;
- 30 de abonamente pentru studenți;
- 20 de abonamente pentru fitness nelimitat lunar;
- 10 abonamente de cuplu lunar.

b. Strategii de marketing în vederea implementării obiectivelor planului de marketing

Strategia de produs

Oferta va fi prezentată modular astfel încât clientul să își poată alcătui singur structura și durata antrenamentului alegând din diversificare de aparatură cât și exercițiile de gimnastică puse la dispoziție de firmă.

Pentru început vom avea aparatură adecvată pentru a ajuta clienții să facă exercițiile necesare, vom avea ore de nutriție, vom avea monitorizare săptămânală în ceea ce privește parametrii corporali, vom avea un instructor personal pentru a îndruma clienții spre efectuarea exercițiilor cât mai corect, cât și clase de aerobic cu mai multe persoane în același timp. Astfel vom putea asigura clienții că pot ajunge la rezultatele dorite în funcție de obiectiv. Se vor putea încheia abonamente lunare, săptămânale cât și beneficierea unei singure sedințe oricând dorește clientela respectivă.

Strategia de preț

Stabilirea prețurilor este un aspect foarte important pentru succesul afacerii. Pentru stabilirea lor am luat în considerare următoarele aspecte:

- Venitul mediu al publicului țintă;
- Costurile abonamentelor;
- Costurile fixe, precum angajații și chiria;
- Prețurile practicate de competitori;
- Nivelul/complexitatea serviciilor oferite.

Cheia la stabilirea prețurilor este de a găsi echilibrul între accesibilitate și profitabilitate.

În primele luni –profitând și de subvenție- voi practica adaosuri comerciale foarte reduse pentru a facilita intrarea pe piață. După atingerea pragului de rentabilitate –și încetarea subvenției- voi începe să cresc prețurile ușor pentru a mă apropia de cele de pe piața locală.

Strategia de distribuție

Serviciile se vor presta în locația aleasă de antreprenor, cu echipament corespunzător, accesibilă publicului larg, într-o zonă bine dezvoltată.

Strategia de promovare

Având în vedere că clienții strategici de la care vor proveni peste 80% din încasări sunt în jur de 10 asociații sportive, promovarea se va face direct prin prezentarea personală a ofertei sub formă de pliante dar și prin rețelele mass-media. De asemenea, orice persoană interesată va putea accesa pagina de facebook a firmei pentru a vedea oferta detaliată –lista în ceea ce privește abonamentele lunare, săptămânale dar și prețul unei sedințe, ofertele pe care noi le vom oferi, activitatea propriu-zisă în această afacere.

7. Necesar de investiții

Tabel nr.1 Achiziții

Nr. crt	Obiectul achiziției/Echipament	Nr. buc.	Valoare totală
1	Aparate	*	*
2	Benzi alergare	5	
3	Benzi eliptice	2	
4	TRX	1	
5	Placa echilibru	10	
6	Benzi elastice	30	
7	Spalieri	4	

8. Proiecții financiare

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

În vederea desfășurării activității organizării proiectului, 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 2.200 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 2.250 lei. Pentru cei doi angajați, firma va înregistra lunar cheltuieli cu salariile de 4.499 lei (tabelul 3).

Tabelul nr. 2 Calculul cheltuielilor cu salariile

Nr. crt.	Salariați	Salariul brut	Contribuția asiguratorie în munca (CAM=2,25%)	Total cheltuieli salariale
1	Salariat 1	2.200	49,5	2.250
2	Salariat 2	2.200	49,5	2.250
Total lunar		4.400	99,0	4.499
Total an 2019		52.800	1.188	53.988

➤ Cheltuieli cu materiile prime și materialele consumabile

Se estimează costuri cu materialele consumabile, în sumă de 12000 lei pe an.

Tabelul nr. 3 Estimare cheltuieli cu materialele consumabile

Element de cost	U.M.	2019
Materiale consumabile	lei	12000

➤ Cheltuieli cu utilitățile

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

Tabelul nr. 4 Estimare cheltuieli cu utilitățile

Nr.crt.	Tip utilitate	Valoarea lunară estimată (lei)	Valoare anuală estimată (lei)
1	Apa curentă	10	120
2	Curent electric	30	360
3	Salubritate	15	180

4	Internet	60	720
5	Chirie	1500	18000
Total		1015	19380

➤ **Cheltuieli de marketing**

Tabelul nr. 5 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 2019, cheltuieli lunare în sumă de 400 lei, determinând un cost anual total de 4800 lei.

Tabelul nr. 6 Estimare cheltuieli cu serviciile de contabilitate prestate de terți

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

Tabelul nr. 7 Estimare cheltuieli

Nr. crt	Categorie cheltuială	Valoare lunară	Valoare anuală
1	Chirie spațiu	1500	18000
2	Salarii (total cost angajator)	4499	53988
3	Amortizare echipamente	1171.12	14053.44
4	Materii prime și consumabile	1000	12000
5	Utilități	115	1380
6	Cheltuieli administrative (contabilitate, marketing, etc.)	2600	31200
Total		10885.12	130621.44

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

Nr. crt	Vânzări la capacitatea maximă	Nr.	Preț unitar	Venituri totale
1	Personal trainer	12	500	6000
2	Traininguri metode moderne	20	450	9000
3	Workshop-uri	13	450	5850
4	Clase hidrokinetoterapie	30	2500	75000
5	Cursuri specializare masaj	25	1500	37500
6	Clase stretching	20	750	15000
7	Conferințe	15	400	6000
Total			6550	154350

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

Rezultatul brut anual = 154350 ron – 130621.44 ron = 23728.56 ron

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

Rezultatul net anual = 23728.56 ron – 1543.50 ron = 22185.06 ron