

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operational Capital Uman 2014-2020
Cod apel: POCU/829/6/13/Cresterea numarului absolventilor de invatamant tertiar universitar si non universitar care isi gasesc un loc de munca urmare a accesului la activitati de invatare/ cercetare/ inovare la un potential loc de munca, cu accent pe sectoarele economice cu potential competitiv identificate conform SNC si domeniile de specializare inteligenta conform SNCDI
Componenta 1: Innotech Student
Axa prioritara: Educatie si competente
Titlul proiectului: "Tineri antreprenori - De la idee la oportunitate"
Numele administratorului de grant: SC IPA SA
Cod proiect: 141131

Plan de afaceri

Infiintarea unei Clinici de remodelare corporala si epilare definitiva in DOLJ

Program de formare profesionala COMPETENTE ANTREPRENORIALE

Proba practica

Perioada:

Cursanti: NEAMTU GEORGETA

IVASCU ALEXANDRU MARIAN

Cuprins

Capitolul 1 Sumarul executiv

Capitolul 2 Descrierea afacerii

Capitolul 3 – Piata. Cercetarea de marketing

Capitolul 4 – Conducerea firmei

Capitolul 5 Necesarul de finantare

Capitolul 6 Proiectii financiare

Capitolul 7 Concluzii

Capitolul 1

Sumarul executiv

Persoana juridica se va numi SC ANTI-UGLY SRL, marca comerciala va avea insa denumirea ~G&R Clinque~.

Obiectul principal de activitate al societatii SC ANTI-UGLY SRL il reprezinta realizarea serviciilor de remodelare corporala si epilare definitiva cu laser (Cod CAEN 9604).Locul de implementare va fi in Craiova, usor accesibil de catre persoanele interesate.

Viziunea- Afacerea viitoare ma va reprezenta si va fi oglindirea principiilor după care ma si ghidez in viața de zi cu zi, iar in materie de afaceri cel mai important îl consider pe acesta: "Când te decizi sa faci ceva, fa-o perfect!". In prezent, in piața de afaceri din orașul nostru multe inițiative încep bine, dar sfârșesc rapid prin a livra servicii de slaba calitate, neorientate spre satisfacția constanta a clientului, ci spre acoperirea stricta a cheltuielilor curente si generarea unui profit cât mai mare.

Misiune-urmarim sa acoperim o gama noua de servicii si produse noi pe piata locala, si dezvoltarea unui concept dinamic.

Obiectivul general este indreptat spre clienti de toate varstele pentru a le oferi un mediu de evadare din rutina si stresul zilnic intr-un loc armonios, primitor, cald si relaxant atat pentru minte, suflet si corp. Principalele obiective sunt: Angajarea a 2 persoane; Serviciile oferite să ajunga la cele mai înalte standarde de pe piata; Dezvoltarea portofoliului de clienti pana la 19% in 3 ani de la inceperea activ; Cresterea progresiva a veniturilor pana la 15% in perioada de sustenabilitate.

Servicile realizate de SC ANTI-UGLY SRL sunt:

- 1.Masaj transdermic/endermologic
- 2.Liposuctia virtuala prin tehnologie HImFU
- 3.Crio-radiofrecventa
- 4.Microdermabraziunea cu pulbere diamant
- 5.Drenaj limfatic facial

Capitolul 2

Descrierea afacerii

1 Descrierea afacerii

Viziunea societatii reprezinta cresterea competitivitatii pe piata serviciilor de infrumusetare (remodelare corporala si epilare definitiva cu tehnologia Laser) astfel incat SC ANTI-UGLY SRL sa ajunga un lider in acest domeniu, unde va putea oferi servicii la cele mai inalte standarde calitative. Societatea urmareste sa ofere clientilor servicii de calitate la preturi competitive, angajatilor remunerare cat mai buna, colaboratorilor garantia respectarii angajamentelor luate si de asemenea doreste sa participe la cresterea economica a zonei, contribuind astfel la crearea de noi locuri de munca si de legaturi economice regionale si chiar nationale.

Misiunea societatii este de a oferi servicii competitive pe piata locala, regionala si chiar nationala în domeniul infrumusetarii si totodata sa contribuie la o dezvoltare sustenabila a intreprinderi si a nivelului de trai a societati in care activeaza. Scopul final al societatii este de a adauga valoare serviciilor pe care le presteaza sub semnul integritatii si al celor mai inalte standarde etice, tinand cont de nevoile clientilor finali. In plus societatea va urmari permanent sa se dezvolte astfel incat sa intampine clientii cu o oferta diversificata de servicii cu un grad înalt de inovare.

Pe termen scurt se pot identifica urmatoarele obiective:

1. Dotarea cu echipamente/spatiu birou necesare derularii activitatii.
2. Cresterea cantitativa si calitativa a personalului prin crearea a 2 noi posturi pana la finalizarea proiectului.
3. Punerea in functiune a echipamentelor achizitionate si pregatirea personalului in vederea derularii activitatilor.
4. Autorizarea punctului de lucru.
5. Aprecierea și retenția angajaților.

Pe termen mediu se pot identifica urmatoarele obiective:

1. Promovare in mediul online si offline.
2. Majorare active in cadrul societatii.

3. Crearea unei baze de date si a unui sistem de rezervari centralizate.
4. Tarife adaptate conditiilor segmentului de piata adresat.

Pe termen lung se pot identifica urmatoarele obiective:

1. Cresterea cifrei de afaceri in 3 ani dupa implementarea proiectului
2. Cresterea numarului de clienti pana la 10 % in 3 ani dupa implementarea proiectului
3. Upgrade tehnologic al echipamentelor si tehnologiilor utilizate astfel incat calitatea serviciilor sa se mentina mereu la cele mai ridicate standarde in domeniu.

La nivelul societatii Sc Anti-Ugly SRL se va afla un administrator si unic asociat:

Afacerea va fi localizata in municipiul Craiova. Spatiul ce urmeaza a fi inchiriat va fi situat in apropierea unor cabinete medicale, mijloc de transport in comun si parcare in apropiere.

De asemenea, ne dorim ca imobilul sa se situeze pe axa principala care traverseaza municipiul de la est la vest, avand la o distanta convenabila toate obiectivele centrale ale orasului.

Domeniul de activitate Conform COD CAEN Rev. 2 accesat pe platforma Institutului National de Statistica (emis de Institutul National de Statistica si publicat in Monitorul Oficial NR. 293 din 3 mai 2007) este 9604 - Activitati de intretinere corporala.

Aspecte juridice specifice de care afacerea trebuie sa tina cont:

1. Protectia marcilor - Protejarea marcii prin inregistrare inca de la debutul afacerii se poate constitui nu doar intr-o unealta efectiva de marketing pentru societate care obtine protectie (prin securizarea unui element de identitate care poate face usor recognoscibil pentru consumatori si potentiali colaboratori sau parteneri de afaceri respectivul produs sau serviciu), dar si intr-un element de activ, cu o valoare intrinseca, dincolo de valoarea creata de activitatea principala a business-ului si care poate fi valorificat separat de aceasta din urma. Nu in ultimul rand, o marca cu impact puternic si care se bucura de protectia necesara poate constitui premisa unei dezvoltari in alte linii de activitate, prin capitalizarea increderii de care se bucura deja respectiva marca in vederea explorarii unor noi piete sau segmente de activitate.

2. Obținere autorizație Primarie.

Descrierea produselor și serviciilor

Serviciile oferite prin intermediul acestui echipament sunt următoarele:

1. Masaj transdermic/endermologic - cea mai cunoscută și cerută terapie anticelulită în România!

Distruge macro și micronodulii celulitici și tratează ultra-rapid, aspectul de coajă de portocală. Tehnologia DERMOHEALTH încorporată în capatul de tratament, stimulează circulația sanguină pe zonele de tratament, prin diodele LED încorporate, pentru a accelera efectul de slăbire și anticelulită.

2. HIFU – Cea mai nouă și spectaculoasă procedură de distrugere de grăsimi, cu slăbire instant în cm, garantat!

Noutate absolută la nivel global! Liposuctia virtuală prin tehnologie HIFU – ultrasunete focusate la nivelul țesutului adipos, asigură distrugerea definitivă a peste 40 milioane de celule adipoase pe fiecare zonă de tratament, fără a leza țesutul adiacent.

3. Crio-radiofrecvență – un alt element de noutate absolută în lume pentru lifting instant al pielii!

Reconstruiește pielea prin refacerea rețelilor de colagen și elastină la nivelul tegumentului. Pentru prima dată, persoanele care suferă de sensibilitate capilară, telangiectazii sau cuperoze și nu numai, se pot bucura de singura procedură de radiofrecvență cu efect instant care le este benefică.

Reconstrucția pielii cu Crio-radiofrecvență este garantată și definitivă, observabilă cu ochiul liber, de la prima sedință.

Corectează instant: riduri, Barbie dublă, piele flască, aspect de coajă de portocală datorat lipsei tonusului pielii, aspectul genunchilor lăsați, coate inestetice, fese căzute, abdomenul post-sarcină etc.

4. Microdermabraziunea cu pulbere de diamant, cu dischete unică folosită - Terapie de regenerare celulară utilizată ca primul pas în toate terapiile cosmetice, și în tratarea vergeturilor.

Procedura nu necesită sterilizarea dispozitivelor, grație dischetelor de unică folosită.

Microdermabraziunea este singura terapie care a eliminat necesitatea terapiei cosmetice clasice, cu mana. Terapia de microdermabraziune cu pulbere diamantată are ca efect imediat, curatarea instant a tenului, redarea luminozitatii tenului.

Pe termen lung (3-4 sedinte), terapia are ca efect: stimularea de noi fibroblaste, stergere riduri, stergere cicatrici postacneice, stergere pete pigmentare, stergere vergeturi (pe corporal), mentinerea aspectului ferm, sanatos si luminos al pielii.

5. Drenaj limfatic facial - masaj special care stimuleaza eliminarea lichidelor in exces. Apa este drenata prin miscari circulare pe toata suprafata fetei, pe frunte si pleoape. Drenajul limfatic facial elimina toxinele acumulate, incetineste imbatranirea fetei si intensifica circulatia.

Echipamentul pentru epilare definitiva foloseste tehnologia laser. Este un dispozitiv optic care

generează un fascicul coerent de lumină. Fasciculele laser au mai multe proprietăți care le diferentiază de lumina incoerentă produsă de exemplu de LED-terapie sau IPL (lumina intens pulsata). Marea majoritate a saloanelor/clinicilor care ofera servicii de epilare definitiva folosesc IPL. Serviciile oferite prin intermediul acestui echipament sunt:

1. Epilare definitiva laser facial si corporal - După cum a fost precizat anterior, in procedura epilarii cu laser pigmentul de melanina din foliculii de par absorb radiatia laserului si se transforma in caldura. Temperatura din radacina parului ajunge la 60 - 70 de grade si astfel radacina firului de par este distrusa, fiind oprita alimentarea firului.

Capitolul 3

Piata. Cercetarea de marketing

Cientii

In ultimii ani, in tara noastra, s-a acordat o atentie deosebita aspectului fizic, dar si a starii de bine a unei persoane, de aceea acest lucru a contribuit la dezvoltarea a numeroase centre de infrumusetare sau remodelare corporala, ce au ajutat la conturarea unei imagini atragatoare si favorabile din punct de vedere estetic. De asemenea, acest procedeu de satisfacere a trebuintelor indivizilor contribuie si la imbunatatirea bunastarii psihice, conferind astfel un nivel mai ridicat al stimei de sine, ulterior dezvoltandu-se o imagine de sine pronuntata. Afaceri precum centrele sau saloanele de infrumusetare si remodelare corporala si-au mentinut rentabilitatea chiar si atunci cand perioada de criza economica a fost prezenta, datorita faptului ca indivizii acorda o atentie deosebita felului in care arata si se simt.

Principalii beneficiari ai serviciilor noastre sunt: persoanele fizice.

In functie de serviciile pe care societatea prezenta le ofera, aceasta se adreseaza categoriilor de consumatori, indiferent de varsta, sexul sau bugetul detinut de acestia. Potentialii clienti ai societatii vor fi toate persoanele care detin dorinta de a investi in propria lor imagine si care prezinta interes in ceea ce priveste experimentarea starii de bine.

Identificați principalii clienți.

Structura clientilor, se poate observa o pondere de peste 75% a persoanelor de sex feminin, precum si o concentrare a barbatilor, acestia fiind din ce in ce mai interesati in ultimii ani de ingrijirea corporala. (Cele mai recente date oferite de INS - www.insse.ro). Grupul tinta al clientilor este format de persoanele de varsta 18-55 ani.

Concurenta

In Romania, concurenta in domeniul frumusetii se dezvolta in segmentul francizelor, cele mai bine cotate companii sunt: NoMasVello, franciza cu cea mai rapida dezvoltare din Europa, Cellulem Block, franciză dezvoltată de fondul de investiții GED Private Equity, FitCurves for Women, francizor internațional din domeniul fitness-ului, Hera Body Care, centru de medicină

estetică și funcțională, NoMasVello, lider mondial în centre de epilare definitivă și terapii faciale cu lumină intens pulsată, deține peste 1200 de centre în 14 țări din Europa și America. NoMasVello a intrat pe piața din România în anul 2010 unde deține 15 centre în cele mai mari orașe din țară.

Aceasta structura a competiției descrie comportamentul și performanța celorlalte centre de înfrumusețare și remodelare corporală din oraș. Printre acestea menționăm următorii astfel de concurenți direcți:

- Clinica Ultratonic;
- Revisan SRL
- Alan Beauty Salon
- , etc.

Strategia de marketing

1. Strategia de produs

Politica de produs a SC ANTI-UGLY SRL este corelată cu politica de preț, de distribuție și de promovare.

La nivelul societății, politica de produs, privită ca un tot unitar, are de îndeplinit trei principale sarcini:

- introducerea serviciilor noi pe piață pentru câștigarea unor segmente de clientelă și pentru umplerea unor nișe de piață în domeniu;
- diversitatea serviciilor oferite.

Serviciile oferite de societate sunt următoarele:

1. Masaj transdermic/endermologic
2. Liposuctia virtuală prin tehnologie HImFU
3. Crio-radiofrecvență
4. Microdermabraziunea
5. Drenaj limfatic facial

La punctele 1-5 pot fi realizate urmatoarele tratamente:

Tratamente faciale:

- microdermabraziune diamantata-
- radiofrecventa tetrapolara
- drenaj limfatic facial
- drenaj facial+ led terapie
- crioradiofrecventa scurta

Tratamente corporale:

HIFU- 30 minute

HIFU- 40 minute(zona extinsa)

CrioRadiofrecventa- 30 minute

Crioradiofrecventa- 40 minute

Masaj transdermic- 30/40 minute

6. Epilare definitiva laser facial si corporal

Aici sunt incluse mai multe servicii:

- Epilare definitiva faciala
- Epilare definitiva corporala
 - linie abdomen
 - linie bikini
 - axile
 - brate integral
 - gambe
 - picioare integral
 - umeri/decolteu/lombar
 - fese

Clinica noastra va oferi proceduri combinate, pentru remodelare si epilare definitiva, dupa o evaluare corporala prealabila, si realizarea unui plan nutritional personalizat.

2. Strategia de distributie

Politica de plasament (distribuție) în cazul societății, își propune sincronizarea cererii cu oferta. Importante sunt obiectivele de eficientizare a distribuției, optimizare a activităților specifice acesteia și bineînțeles – satisfacerea nevoilor solvabile de servicii ale consumatorilor.

Distribuția serviciilor va fi directă către consumator (la nivel local, dar și la nivel regional, național și internațional).

Politica de plasament la nivelul societății va fi constituit din:

- fluxul promotional - organizarea unor acțiuni demonstrative privind performanțele echipamentelor noastre.
- acordarea unor prețuri promotionale la lansare;
- valorificarea optimă a condițiilor de expunere și amplasament a reclamelor.
- informarea consumatorilor despre existența și localizarea Clinicii;
- elaborarea și difuzarea unor mesaje (clipuri, etichete, postere etc.) cât mai convingătoare legate de o anumită ofertă.
- Distribuție pe piața internă

3. Strategia de preț

Politica de preț este practică în funcție de raportul cerere/ofertă, costuri, inflație, fructificarea unor avantaje favorabile pe piață. Totodată ține cont de etapele ciclului de viață al produselor, folosind o metodă bazată pe costuri prin aplicarea unui adaos comercial la costul produsului.

Din punct de vedere al prețului acesta este stabilit pe bază de calculație între costul de producție și costul de vânzare, prețul plătit de către clienți pe serviciul final, de regulă acesta este calculat la dublu față de costul de producție, iar diferența dintre costul de producție și prețul de vânzare, este acea valoare ce va acoperi costurile conexe printre care amintim – marketing, costuri administrative, costuri cu terți, taxe, și nu în ultimul rând cota de profit.

Din punct de vedere al prețurilor pe categorii de servicii în acest domeniu, acestea vor fi stabilite plecând de la prețurile minime pentru produsul standard, însă nu com depăși prețurile pachetelor oferite de firmele specializate deja extinte pe piață.

Pentru a mentine un nivel cat mai scazut al preturilor, intreprinderea va incerca sa-si reduca permanent costurile, atat prin utilizarea unei tehnologii competitive, cat si prin cresterea productivitatii muncii.

Avem următoarele preturi pentru categoriile de servicii:

1. Masaj transdermic/endermologic
2. Liposuctia virtuala prin tehnologie HImFU
3. Crio-radiofrecventa
4. Microdermabraziunea cu pulbere diamant
5. Drenaj limfatic facial

Tratamente faciale preturi sedinta:

- microdermabraziune diamantata- 110 lei
- radiofrecventa tetrapolara- 180 lei
- drenaj limfatic facial- 90 lei
- drenaj facial+ led terapie- 70 lei.
- crioradiofrecventa scurta- 110 lei

Tratamente corporale preturi-sedinta:

- HIFU- 30 minute- 300 lei
- HIFU- 40 minute(zona extinsa)- 360 lei
- CrioRadiofrecventa- 30 minute- 300 lei
- Crioradiofrecventa- 40 minute- 360 lei
- Masaj transdermic- 30/40 minute- 100 lei

6. Epilare definitiva facial

- Fata integral: 1 sedinta: 250 RON

7. Epilare definitiva corporal

- linie abdomen sedinta: 1 sedinta: 150 RON

- linie bikini 1 sedinta: 100 RON
- axile 1 sedinta: 180 ron
- brate integral 1 sedinta: 500 RON
- gambe 1 sedinta: 470 RON
- picioare integral 1 sedinta: 670 RON
- umeri/decolteu/lombar 1 sedinta: 180 RON
- fese 1 sedinta: 350 RON

4. Politica de promovare

Promovarea reprezinta acea parte a procesului de comunicatie al societatii prin care aceasta, folosind un ansamblu de metode si tehnici specifice (concretizate in activitati promotionale), incearca sa influenteze comportamentul clientilor sai actuali si potentiali in vederea obtinerii unor rezultate cat mai bune (profituri) pe o perioada mai lunga de timp.

Promovarea pentru serviciile realizate de către societate vor fi realizate prin următoarele mijloace:

- Se va crea o pagina de facebook si un site de promovare.
- Campanie promovare demarare activitate firma.
- Realizarea unor pliante si brosur

De asemenea vom ataca foarte mult mediul online, deoarece acesta se dezvoltă extreme de rapid (de exemplu : pagina de Facebook , bannere și reclame pe alte site-uri). Intenționăm să folosim marketingul direct prin intermediul e-mailurilor și a scrisoriilor formale pentru a informa potențiali clienți despre serviciile oferite de agenția noastră, și de asemenea vom publica reclame în reviste și ziare de business precum Ziarul Financiar, Businer Magazin, Wall Street, Capital etc. O altă modalitate de promovare pe care o vedem ca fiind una importantă este organizarea de evenimente / întâlniri / prezentări /discuții libere unde vor fi invitați potențiali clienți , iar prin aceasta modalitate aceștia pot intra în contact direct cu membrii agenției noastre.

Capitolul 4 – Conducerea si organizarea firmei

În cadrul agenției societatea își va desfășura activitatea la început doi salariați, angajați cu contracte individuale de muncă.

1. Angajat 1 - Administrator - 4 ore -

2. Angajat 2 - Cosmetician - 8 ore -

Influența potențialului uman asupra eficienței activității depinde de următoarele variabile:

-interne: recrutarea, formarea, remunerarea, promovarea, motivarea, condițiile de muncă și relațiile sociale;

-externe: conjunctura economică, piața muncii, nivelul tehnologic, organizarea sindicală, cadrul familial, cultură și sistemul de valori;

-convergențe: calificarea, policalificarea, specializarea, vechimea în muncă, vârstă, sex, naționalitate, poziție ierarhică.

Comportamentul salariaților constă în: atitudinea față de muncă, concordanța cu obiectivele firmei, coeziunea personalului, absenteismul și conflictele de muncă.

Încadrarea unei firme cu personal adecvat nevoilor constituie, teoretic, premiza realizării performanțelor scontate, practic, realizarea acestor performanțe depinde de structura, calitatea și modul de folosire a personalului. Analiza cantitativă a asigurării cu potențial uman se face distinct pe cele două mari categorii: personal operativ și personal de administrație și conducere.

Analiza economică are ca obiectiv pe lângă dimensiunea cantitativă a potențialului uman și pe cea calitativă, desemnată prin gradul de calificare al salariaților. Îmbunătățirea calificării constituie o necesitate obiectivă impusă de creșterea complexității economice, diversificarea continuă a gamei de servicii, creșterea gradului de tehnicitate a acestora, sporirea exigențelor consumatorilor față de calitatea serviciilor oferite, etc. Analiza calificării salariaților și

valorificarea rezultatelor ei în procesul de decizie, constituie o cerință esențială a activității tuturor organismelor cu autoritate decizională într-un anumit domeniu.

Resursele umane sunt primele resurse strategice ale unei organizații, motiv pentru care domeniul resurselor umane trebuie adaptat în funcție de personalitatea și trasaturile angajaților. În cadrul firmei SC ANTI-UGLY SRL eficiența producției este întotdeauna remunerată prin diferite modalități banesti, iar când există performanțe slabe, neinteres, lipsa de muncă se aplică penalizarea sau în cel mai rău caz concedierea.

Modul de salarizare al personalului este salariu de bază în funcție de fișa postului și de studii.

<i>Funcția în societate</i>	<i>Principalele responsabilități pe scurt</i>	<i>Experiența în domeniu solicitată</i>	<i>Studii/Specializări cu impact asupra afacerii propuse</i>
Administrator	cel implicat în activitatea de administrare a activității/afacerii	Da	Studii superioare
Cosmentician	Se examinează clientul și să decida ce tratament i se poate aplica Să folosească aparatura din dotare	Reprezintă un avantaj	Studii superioare

Capitolul 5
Necesarul de finantare

Capitol de cheltuială	Cantitate	Cost unitar fara tva	Total fara TVA	TVA	Cost total	Justificare
Cheltuieli cu resursa umană						
Nu este cazul	0	0	0	0	0	Aport propriu
Cheltuieli cu mijloace fixe și asimilate						
Echipament remodelare corporala	1	99675.25	99675.25	18938.298	118613.548	subventie
Echipament epilare definitiva	1	49904	49904	9.481,76	59.385,76	subventie
Cheltuieli cu active necorporale						
Nu este cazul	0	0	0	0	0	Aport propriu
Cheltuieli cu chirii și utilități						
Nu este cazul	0	0	0	0	0	Aport propriu
Cheltuieli de marketing și ovare						
Nu este cazul	0	0	0	0	0	Aport propriu

Capitolul 6 Proiectii financiare

Contul de profit si pierdere prescurtat

		AN 2022	AN 2023	AN 2024
Cifra de afaceri netă				
VENITURI DIN EXPLOATARE (ct.701+702+703+704+705+706+707+708)		57409	80000	83000
Alte venituri din exploatare (ct.751+758+7815)				
VENITURI DIN EXPLOATARE – TOTAL rd.2+3		57409	80000	83000
Cheltuieli cu materii prime/marfuri și materiale consumabile aferente activității desfășurate		1400	3000	5000
Salarii (inclusiv cheltuielile aferente)		37140	49512	49512
Chirii		5000	18000	18000
Utilități		1000	3000	3300
Costuri funcționare birou, Cheltuieli de marketing, Reparații/Întreținere				
Asigurări		1000	320	340
Impozite, taxe și vărsăminte asimilate, Impozitul pe profit		574.09	800	830
Alte cheltuieli		5675	5675	5675
TOTAL CHELTUIELI(RD.5-12)		51215	73832	76152
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:		6194	6168	6848
Profit (RD.4-13)				
Pierdere (RD.13-4)				
VENITURI FINANCIARE – TOTAL				
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL				
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIAR(Ă) (RD,17-18)				
VENITURI TOTALE RD.4+17)		57409	80000	83000
CHELTUIELI TOTALE (RD,13+18)		51215	73832	76152
PROFITUL SAU PIERDEREA NET(Ă):		0	0	0
Profit (Rd,20-21)		5619.91	5368	6018
Pierdere (rd.21-20)				

Nr		Total	Anul 1											
			Luna1	Luna2	Luna3	Luna4	Luna5	Luna6	Luna7	Luna8	Luna9	Luna10	Luna11	Luna12
INCASARI DIN ACTIVITATEA DE EXPLOATARE														
Venituri din exploatare,														
2	Venituri din prestari servicii	57,409	0	0	0	2,805	4,114	4,675	5,610	6,545	7,293	8,228	8,789	9,350
	cantitatea de servicii		0	0	0	15	22	25	30	35	39	44	47	50
	tariful / unitatea de masura specifica		0	0	0	187	187	187	187	187	187	187	187	187
	Total incasari (Intrari de lichiditati) din activitatea de exploatare (FARA proiect)	57,409	0	0	0	2,805	4,114	4,675	5,610	6,545	7,293	8,228	8,789	9,350
PLATI DIN ACTIVITATEA DE EXPLOATARE														
Cheltuieli de exploatare, incl														
5	Cheltuieli cu materiile prime si cu materialele consumabile	1,400	0	0	0	200	0	300	0	400	0	500	0	0
	consum de materiale consumabile	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	pret unitar materiale consumabile	0	0	0	0	200	0	300	0	400	0	500	0	0
7	Contabilitatea	2,000	0	0	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
8	Cheltuieli cu utilitatile	1,000	0	0	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	utilitati si asigurari		0	0	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	cantitate		0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	Cheltuieli cu publicitatea	2,875	0	0	288	288	288	288	288	288	288	288	288	288
	cantitatea consumata (unitati de masura specifice)		0	0	288	288	288	288	288	288	288	288	288	288
	tariful de furnizare unitar		0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	Chirie	5,000	0	0	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
	Pret chirie		0	0	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
	cantitate		0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Total cheltuieli materiale	12,275			1,088	1,288	1,088	1,388	1,088	1,488	1,088	1,588	1,088	1,088
11	Cheltuieli cu personalul	37,134			0	4,126	4,126	4,126	4,126	4,126	4,126	4,126	4,126	4,126
	numar de angajati				0	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	salariul de baza prognostic/luna				0	2,063	2,063	2,063	2,063	2,063	2,063	2,063	2,063	2,063
	numar de luni				0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	Cheltuieli cu asigurarile	1,000			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
14	Cheltuieli financiare	800	0	0	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
	Total plati (iesiri de lichiditati) din activitatea de exploatare	51,209	0	0	1,268	5,594	5,394	5,694	5,394	5,794	5,394	5,894	5,394	5,394
	Flux de lichiditati brut din activitatea de exploatare (FARA proiect)	6,200	0	0	-1,268	-2,789	-1,280	-1,019	217	752	1,900	2,335	3,396	3,957
17	Impozit pe profit/venit	574	0	0	0	28	41	47	56	65	73	82	88	94
	Plati/incasari pentru impozite si taxe	574	0	0	0	28	41	47	56	65	73	82	88	94
	Flux de lichiditati net din activitatea de exploatare	5,626	0	0	-1,268	-2,817	-1,321	-1,065	160	686	1,827	2,252	3,308	3,863

Capitolul 7 Concluzii

Societatea urmareste sa ofere clientiilor tratamente de infrumusetare avand la dispozitie o gama variata de servicii la o calitate superioara si la preturi competitive. Acesta va pune la dispozitie fiecarui client servicii de intretinere facial si epilare definitiva la cele mai avantajoase preturi de pe piata utilizand aparatura performanta, garanteaza masuratori de cea mai inalta precizie si rapiditate in executie.

Obiectivul nostru este indreptat spre locuitori de toate varstele pentru a oferi un mediu de evadare din rutina si stresul zilnic intr-un loc armonios primitor, cald si relaxant atat pt minte suflet si corp. Intr-o societate care pune din ce în ce mai multa presiune pe individ si unde acesta nu mai poate face fata stresului, orice activitate care-i poate aduce o stare de bine si relaxare devine o necesitate. Ne dedicăm clientilor nostri cu servicii de calitate personalizate pentru a le reda liniștea, armonia și echilibrul într-un mediu relaxant și generos.